

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN EN RECURSOS HUMANOS Y MKT

TÍTULO

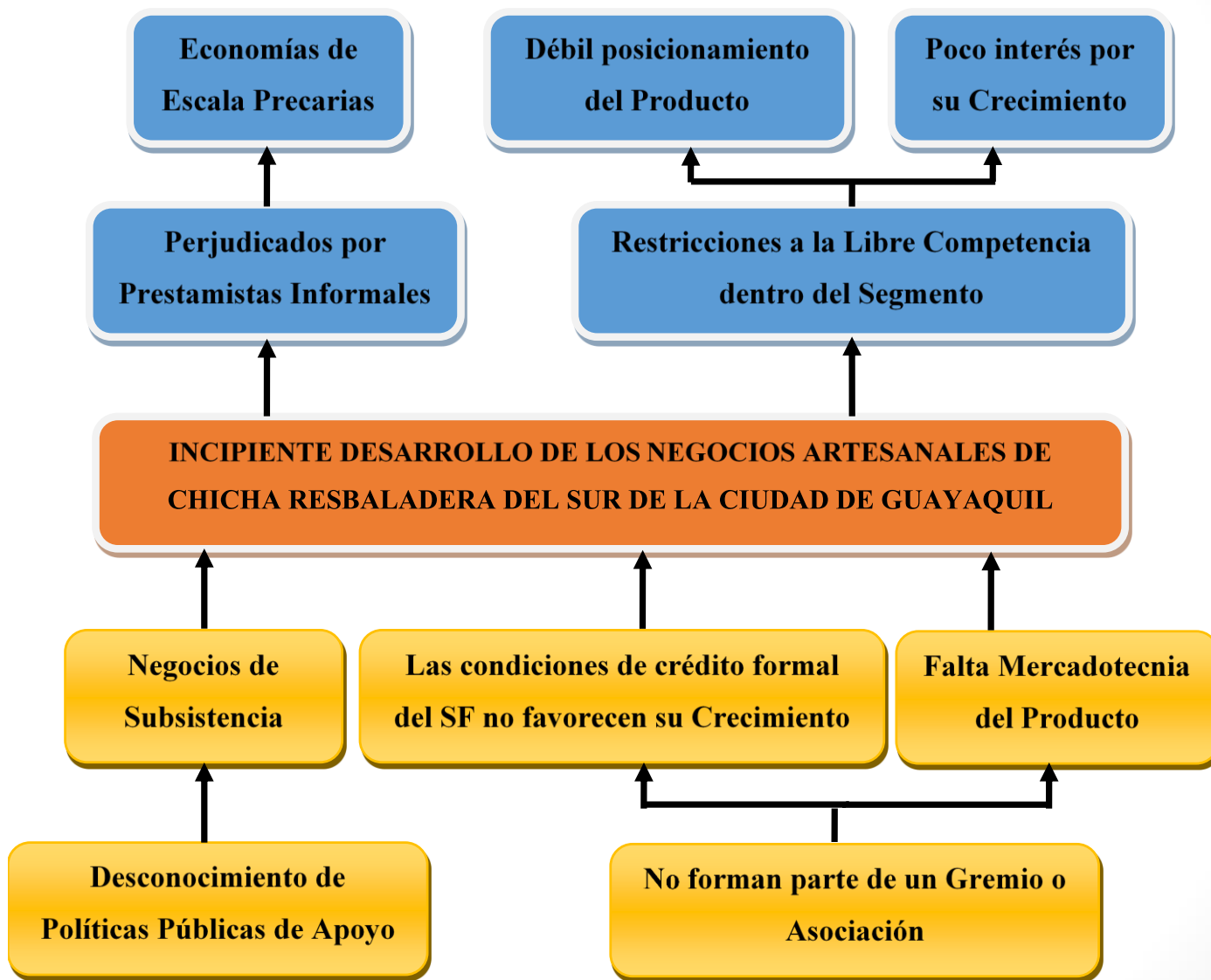
**“DE NEGOCIOS DE SUBSISTENCIA A MICROEMPRESAS,
Análisis de Emprendimientos Familiares y su Incipiente
Desarrollo, año 2016.”**

AUTOR: ECON. CHRISTIAN HUMBERTO VILLACRESES MENDIETA

FEB 2017

Introduccion

- Los emprendimientos unipersonales, familiares y domésticos son considerados por la ciencia económica como **negocios de subsistencia** por lo precario de sus economías de escala y el tamaño que representan dentro del segmento local.
- Su posicionamiento dentro del mercado de consumidores es marginal frente a los productos de la competencia que se ofertan por diversos canales, presentaciones, precios y estrategias.



Identificar oportunidades de crecimiento de los emprendimientos familiares de chicha resbaladera para que evolucionen en microempresas

Elaborar una guía de inicio de actividades, que oriente a estas unidades económicas populares para convertirse en microempresas

Fortalecer el desarrollo de estos emprendimientos, sus estrategias de crecimiento, su producción y formalizar sus fuentes de financiamiento

Consolidar redes asociativas de cooperación entre Gremios, Univ, GAD's e instituciones del Sector Publico con el gran objetivo de colaborar estratégicamente y obtener beneficios comunes.

Marco Teorico

FUNDAMENTACION TEORICA

TEORIAS GENERALES

TEORIAS SUSTANTIVAS



Tabla 1

			Galon	Vaso
Precio de Venta al Público			7.5	0.5
Dscto Distribuidor	35%		2.625	0.175
Precio de Venta al Distribuidor			4.875	0.325

Materia Prima	Cantidad	Medidas	Precio Costo	Galon	Vaso
Leche de Soya	0.3	Galon	2.25	0.675	0.05
Arroz	0.25	Kilo	0.308	0.077	0.01
Agua destilada	0.25	Galon	0.2	0.05	0.00
Azucar	0.1	Kilo	1.1	0.11	0.01
Vaso con Logo	0.1	Unidad	1	0.1	0.01
Total				1.01	0.07
Energia			150	0.24	0.02
Gas	20		40	0.08	0.01
Mano de Obra			360	0.6	0.04
Logistica/Administracion		1	360	0.72	0.05
	Total			2.65	0.18
	Margen			2.22	0.15
	% margen			46%	46%

Tabla 2

PRESTAMO BANCARIO EN DOLARES

MONTO \$ 20,000
TASA 5.0%
PLAZO 5 AÑOS
PERIODO DE GRACIA 2 AÑOS
PAGOS SEMESTRAL
TABLA DE AMORTIZACION

# Dividendo	Capital	Capital Reducido	Interes	Total Dividendo
0	20,000	-	-	-
Semestre 1	20,000	-	495	495
Semestre 2	20,000	-	495	495
Semestre 3	20,000	-	495	495
Semestre 4	20,000	-	495	495
Semestre 5	20,000	3,289	495	3,784
Semestre 6	16,711	3,371	414	3,784
Semestre 7	13,340	3,454	330	3,784
Semestre 8	9,886	3,540	245	3,784
Semestre 9	6,346	3,627	157	3,784
Semestre 10	2,719	3,717	67	3,784
Total		20,998	3,688	24,685

Estrategia de Mercado

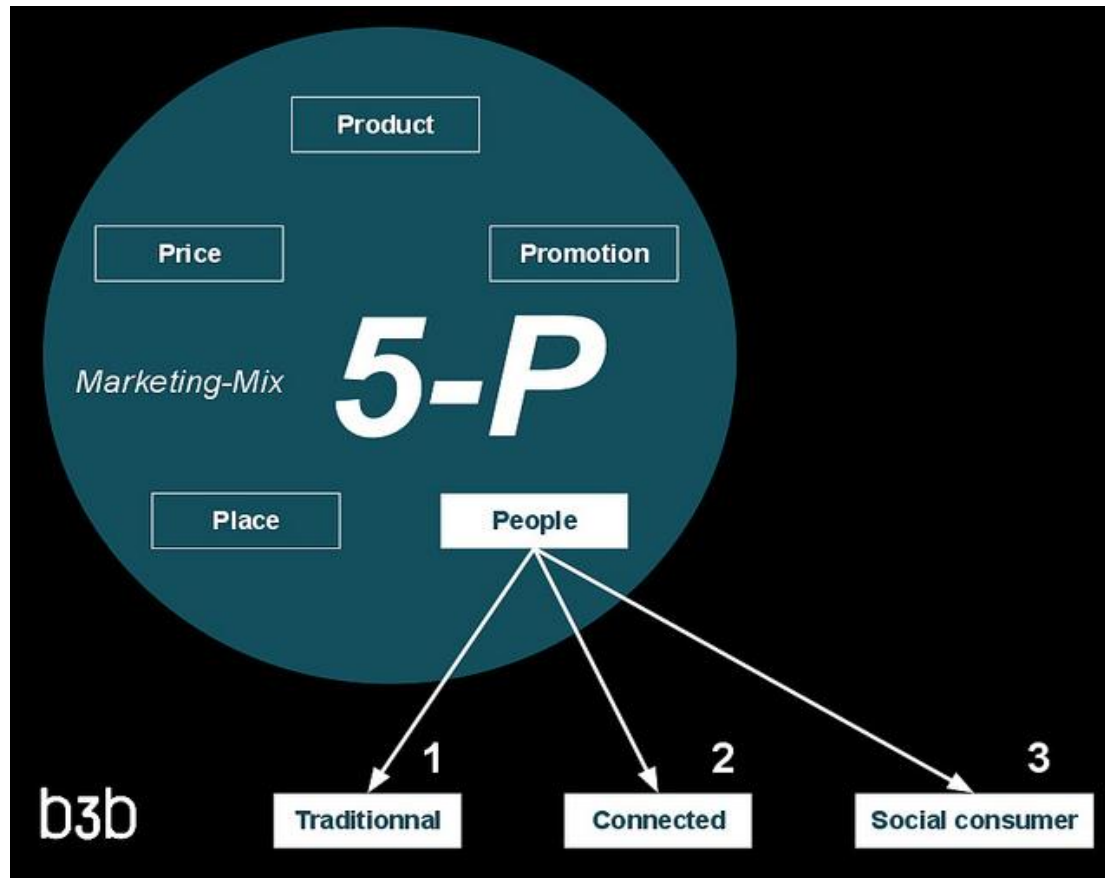


Figura 2 Las 5 P's del Mercadeo

Fuente: www.experienciasseo.com

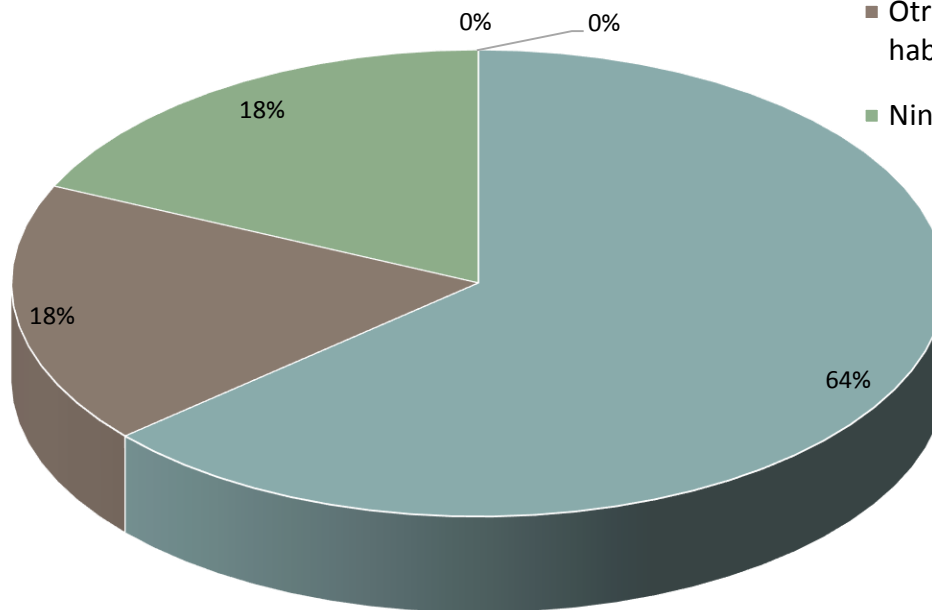
Marco Regulatorio

- El marco regulatorio vigente compuesto por la LOEPS, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, el IEPS, Instituto de Economía Popular y Solidaria, la LORCPM, Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado y por último la SCPM, Superintendencia de Control del Poder de Mercado consideran las necesidades de estos negocios, apoyan su inclusión y desarrollo económico, el propósito es consolidar el Sistema Económico Social y Solidario del Ecuador con el liderazgo de los actores de la EPS.
- No obstante, estos ciudadanos desconocen de sus derechos y oportunidades manteniendo su informalidad de todo orden.

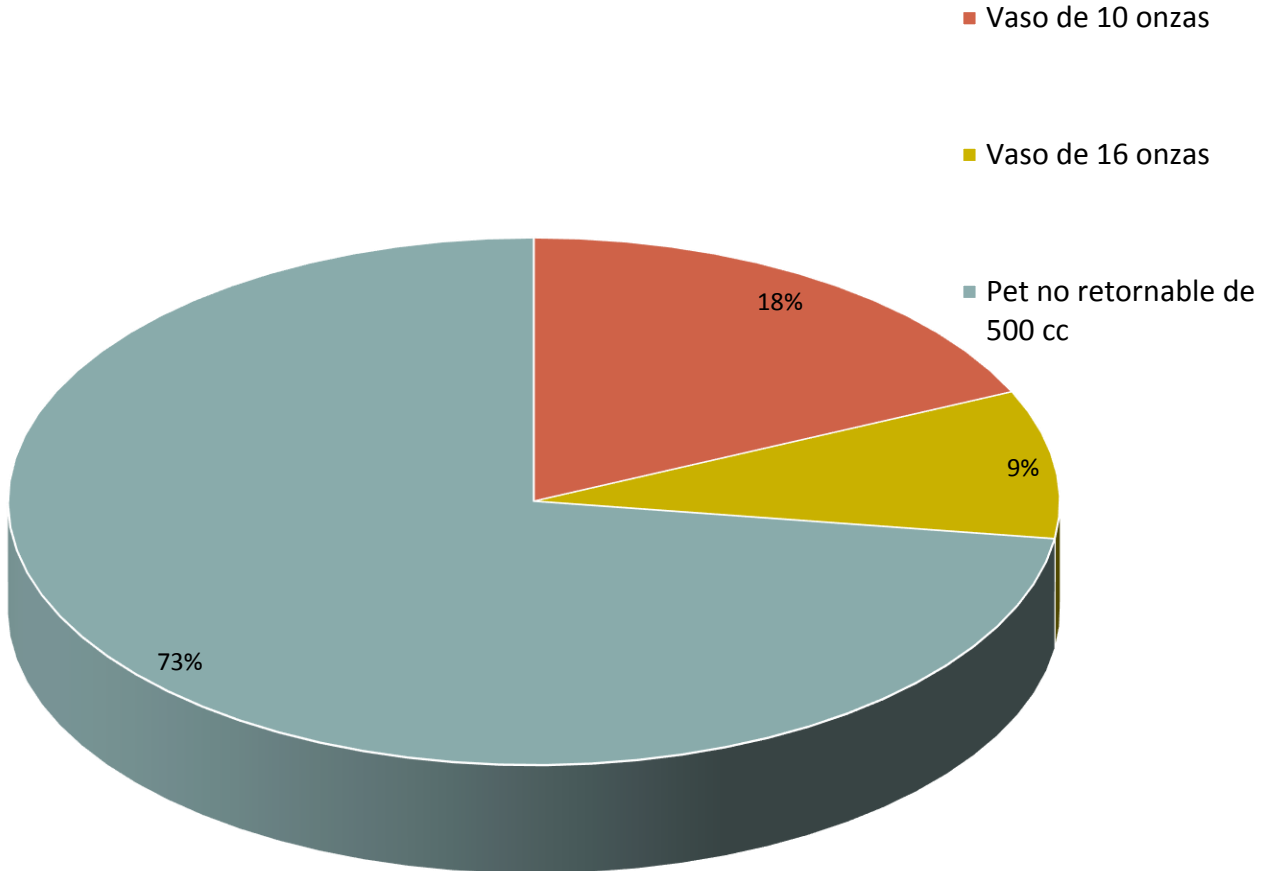
CATEGORÍA	DIMENSIONES	INSTRUMENTOS	UNIDADES DE ANALISIS
ECONOMICAS	Cualitativo: Negocios de Subsistencia. Barreras a la libre competencia dentro del Segmento.	Observación Entrevista	UEP, Académicos, Autoridades del SCPM.
SOCIALES	Cuantitativo: Hábitos Alimenticios. Cuidado de la Salud.	Grupo Focal	Clientes
CULTURALES	Cualitativo: Desconocimiento de esta bebida Artesanal. No asociados a Gremios de Artesanos.	Observación	UEP. Clientes
POLITICAS PUBLICAS	Cualitativo/Cuantitativo: Asistencia Técnica. Financiamiento.	Observación. Entrevista. Sitios y direcciones electrónicas de las Instituciones Publicas	Unidades Económicas Populares. Univ. Académicos de Autoridades de Instituciones.

Por que medios conocio el producto?

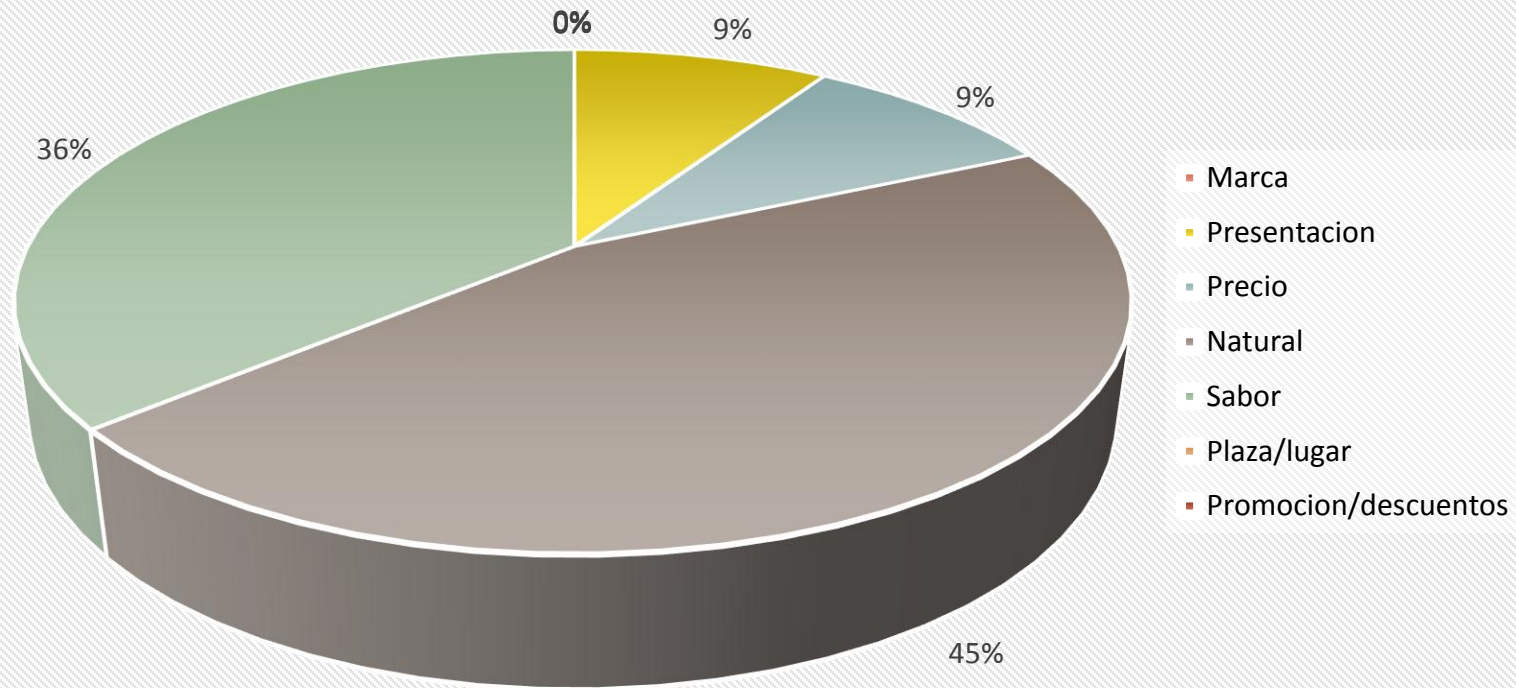
- Medios impresos
- Redes Sociales
- Amistades que consumen el producto
- Otros (Consumidor habitual)
- Ninguna de las anteriores



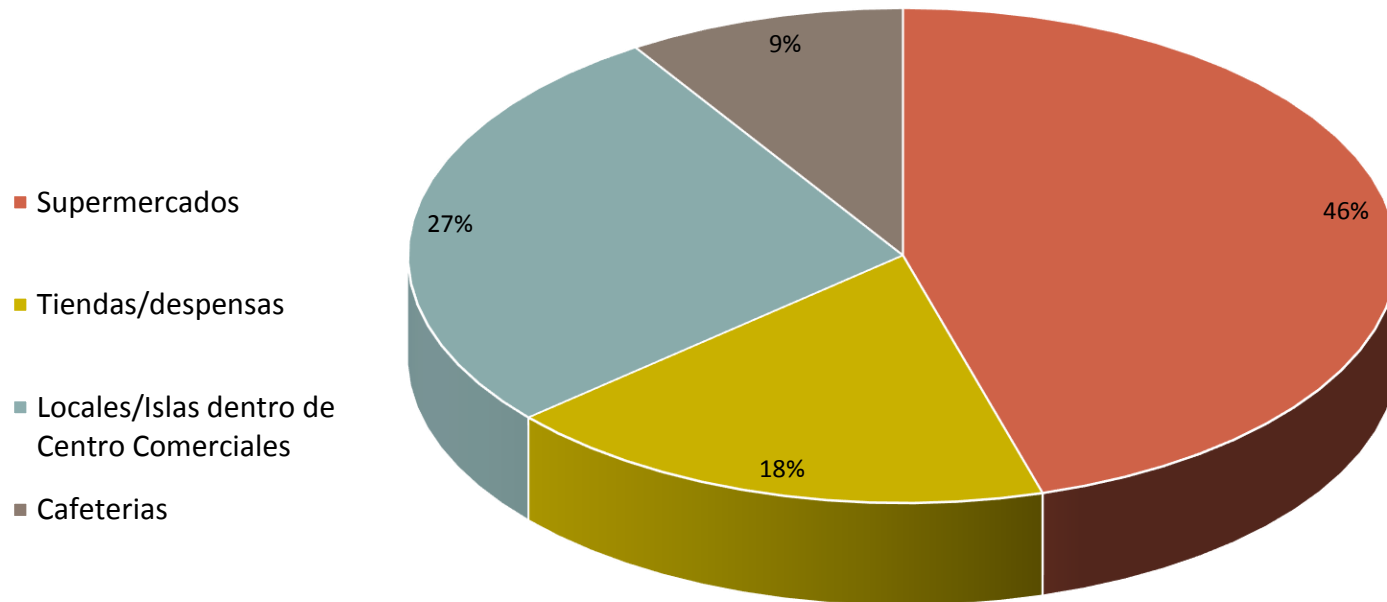
Qué presentaciones le agradecería encontrar por un producto de estas características?



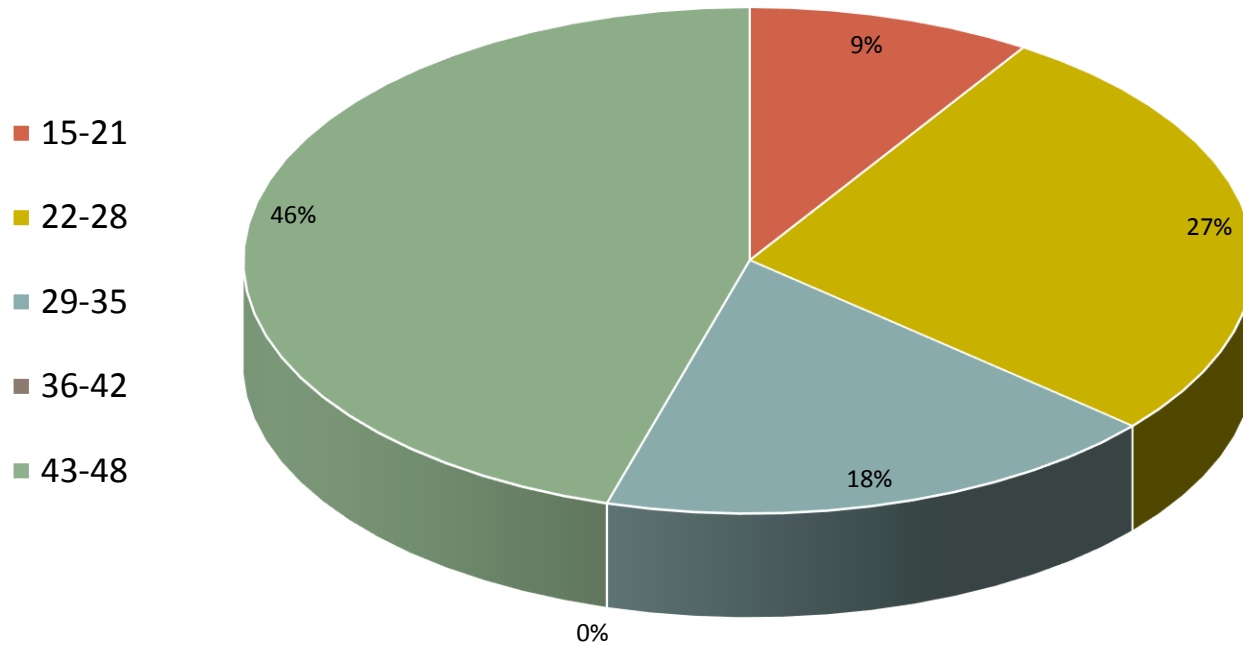
Factores que influyen en la decision de Compra



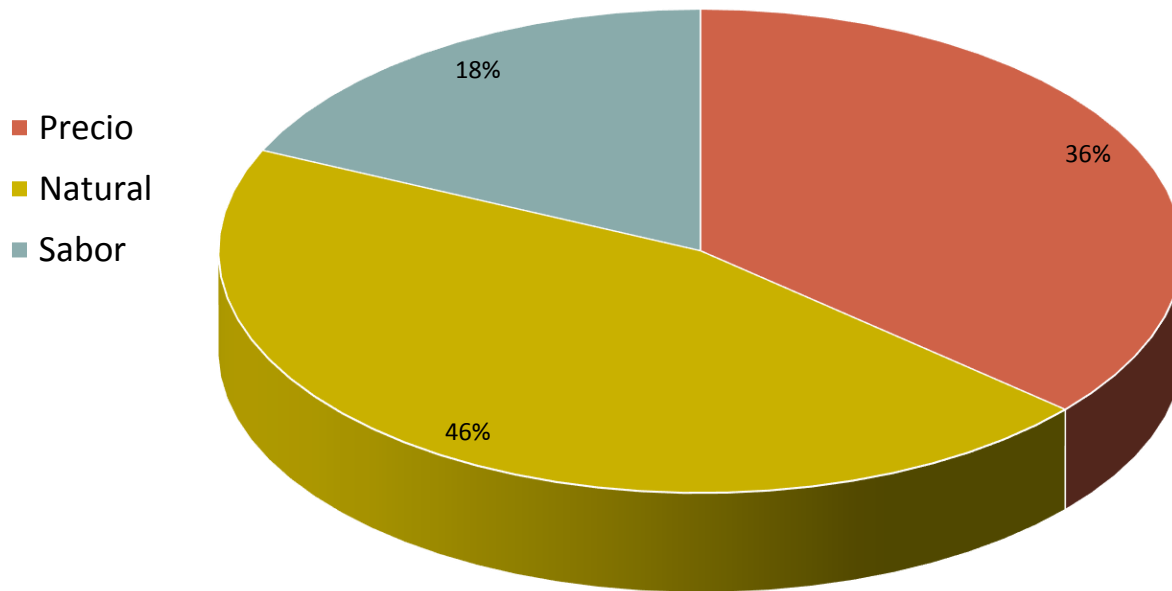
En donde prefiere usted adquirir estos productos?



Edad de los integrantes del Grupo Focal



Factores que influyen en la decision de compra



GUÍA DE INICIO DE UNIDADES ECONÓMICAS POPULARES A MICROEMPRESAS

Objetivo:

Orientar a los negocios de subsistencia (emprendimientos unipersonales, familiares y domesticos) en los pasos previos para formalizar su situación y convertirse en microempresas; encontrando financiamiento adecuado, consolidando su estrategia de competencia y afianzando su crecimiento.

ETAPAS	ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN	REFERENCIA Y VINCULACION
I ORGANIZACIÓN			
	Administración Básica del Negocio	Planificación, organización, dirección y control de los recursos de la empresa	Capacitación Basica, coordinación con SECAP, Fundaciones y Universidades a través de sus programas de Vinculación, Gremios de Profesionales y Consultores Externos
	Objetivos y Metas	Determinación de Metas en base a Planificación	
	Definición del producto o servicio	Estudio mínimo de Mercado	Marco Regulatorio y Organismos de Control
II PLAN DE NEGOCIO			
Plan de Mercadeo	Investigación de Mercado, Estrategias de Mercadeo	En base a resultados del Estudio de Mercado, Mezcla de Mercadeo y estrategias para desarrollar el negocio	Atributos, Gustos y Preferencias, entre otros
Plan de Financiamiento			
	Banca Pública o Privada	Lineas de Credito con t/i adecuadas a la estructura de estos Emprendimientos	Programas de Educacion Financiera, convenios entre Instituciones Pulicas y Privadas
	Cooperativas		
III OPERACIÓN			
Producción	Capacitación Estructura de Costos Distribución	Tecnicas sobre BPM, Manejo de Alimentos, Cadenas de Logística	Marco Regulatorio y Organismos de Control
Ventas			
	Proyecciones de oferta y demanda Relaciones Publicas Evaluacion	Conocimiento Basico de Presupuestos Manejo de Relaciones con los Clientes Manejo de Informes Basicos e Indicadores	Capacitación Basica, coordinación con SECAP, Fundaciones y Universidades a través de sus programas de Vinculación, Gremios de Profesionales y Consultores Externos

INDICADORES	METRICAS	FRECUENCIA DE LA EVALUACION	ENTIDAD RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO
1 TEORIA	EVALUACION	MENSUAL O TRIMESTRAL	EMPRESAS AUSPICIANTES, SECTOR PUBLICO
2 PRACTICA	MANEJO TECNICO	MENSUAL O TRIMESTRAL	UNIVERSIDADES, GREMIOS, GAD'S, ENTRE OTROS
3 CALIFICACION	ESTANDAR	MENSUAL O TRIMESTRAL	

Conclusiones

- El grado de desconocimiento de las políticas públicas y el marco regulatorio es evidente, aunque el escenario fuese positivo o negativo para el desarrollo de emprendimientos, se reafirma en la falta de manejo empresarial de los mismos y se confirma el sesgo en los datos oficiales sobre estos emprendimientos artesanales.
- Los resultados del Grupo Focal son alentadores, pues evidencian posibilidades de crecimiento, abordar el canal Institucional sería el objetivo de mediano plazo a consolidar.

Conclusiones

- Las barreras de entrada de nuevos competidores en el mercado es real, sea por el inadecuado financiamiento o chulco, o por prácticas de poder de mercado tipificadas en la LORCPM son manifiestas y de conocimiento público.
- Los núcleos familiares propietarios de estos negocios deben acoger herramientas de análisis, de modelos de negocio para una mejor toma de decisiones y planificación de largo plazo que les permita consolidar estrategias de competencia y salir del subdesarrollo.

Fortalecer el desarrollo de las UEP, sus estrategias de crecimiento, su producción y maximizar el beneficio de créditos en condiciones acorde a las estructuras de sus negocios, generando plazas de empleo digno y empleando técnicas para garantizar la inocuidad de su producción a mayor escala, constituyendo un círculo virtuoso.



Proponer la consolidación de redes asociativas de cooperación entre Gremios, Universidades, Gobiernos Autónomos Descentralizados, GAD's e Instituciones del Sector Publico con el gran objetivo de colaborar estratégicamente y obtener beneficios comunes

Difundir la Guía de Inicio de actividades de las UEPs, sería la herramienta a utilizar, socializar el marco regulatorio y lograr su conversión en microempresas debe ser objetivo del PND, consolidar el desarrollo local, a través de los GAD's y el escalamiento productivo que asocia a pequeñas y medianas iniciativas para generar fuentes de ingresos y empleos sostenibles es concluyente en ese sentido.

- **Gracias por su atención..!**