



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

**Incidencia del Fomento de la Economía Popular y Solidaria
en el desarrollo de micro emprendimientos del sector
artesanal por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado
de Calderón.**

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Cesar Segovia

OPONENTE: Ing. Horfayt Alvear

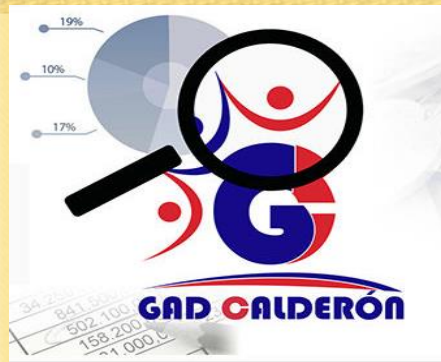
AUTORAS:

- ❖ CEVALLOS MOLINA FERNANDA ESTEFANÍA
- ❖ ESPINOZA CAPA ÁNGELA LORENA

INTRODUCCIÓN

- Los micro emprendimientos se han visto estancados por la falta de apoyo por parte de las políticas públicas, por tanto se pretende realizar un análisis del fomento de la Economía Popular y Solidaria en el sector artesanal del Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.

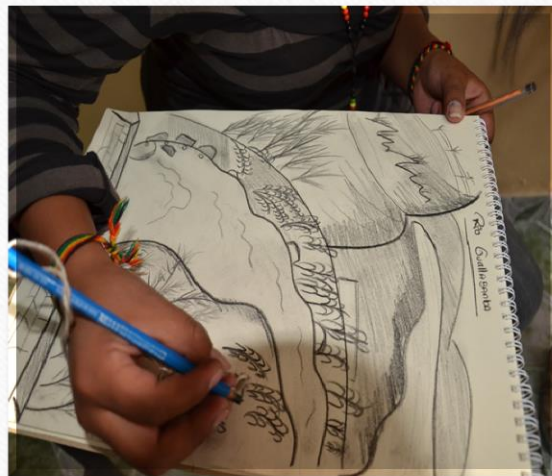




Planteamiento del problema



- Escasas estrategias comerciales
- Poca capacitación
- Falta de estética
- No existe una búsqueda de fidelización de clientes
- No hay un plan de marketing mix
- No se conoce si se está aplicando la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, especialmente el artículo 133





Objetivos



OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias comerciales a los microempresarios artesanos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón, a través del estudio de su situación actual y de mercado, que les permita acercarse a su mercado y fomentar la Economía Popular y Solidaria.

Objetivos Específicos

Realizar un análisis situacional sobre el sector artesanal del Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.

Establecer una investigación sobre los niveles de comercialización de los productos artesanales en la actualidad en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.



Establecer estrategias CRM que busquen la captación y fidelización de su mercado.



Proponer estrategias de marketing mix que permitan intensificar las ventas de los artesanos de la parroquia de Calderón.



HIPÓTESIS

Mejóro en un 80% el fomentar la Economía Popular y Solidaria, las estrategias de fidelización y de mercado de los artesanos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón.



Técnicas de investigación

Metodología
Mixta

Cualitativo



Cuantitativo



Análisis de la industria

Clientes Potenciales porque los productos son:



Tradicionales
del sector



Promocionados
por el Ministerio
de Turismo



Precios más
accesibles



Competencia



Las artesanías de mazapán



No tienen competidores
en el mercado

Las esculturas de madera



Artesanos de San Antonio de
Ibarra

Muebles de casa



Mayor número de
competidores



Justificación

El sector artesanal es uno de los más importantes en la parroquia de Calderón por lo que es necesario la aplicación de la Ley de Economía Popular y Solidaria para beneficio de los artesanos.



Propósito

- ▶ Proponer estrategias de fidelización CRM y de marketing mix a los artesanos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Calderón que fomenten la Economía Popular y Solidaria y el desarrollo del micro emprendimiento.





Población y tamaño de la muestra



- ▶ La encuesta se encuentra dirigida a los artesanos de la parroquia de Calderón, mismos que son:



$$N = 119$$



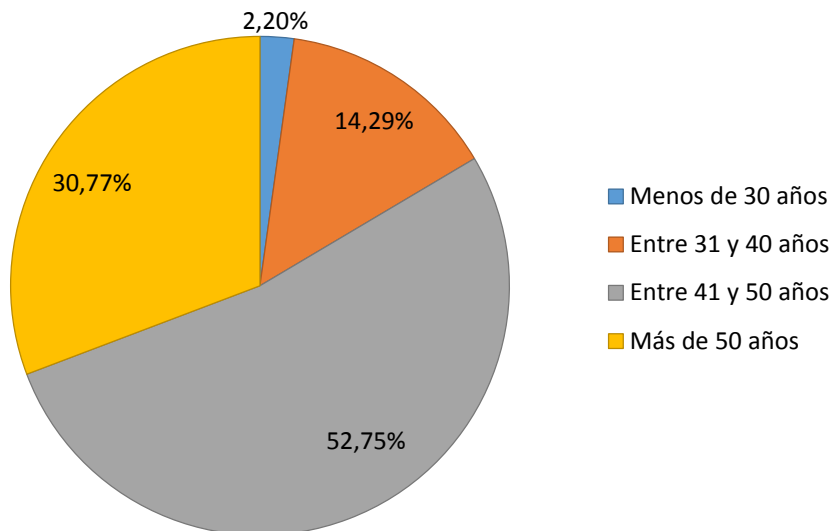
- ▶ Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta una población finita de 119 artesanos que actualmente se encuentran trabajando en la parroquia de Calderón.



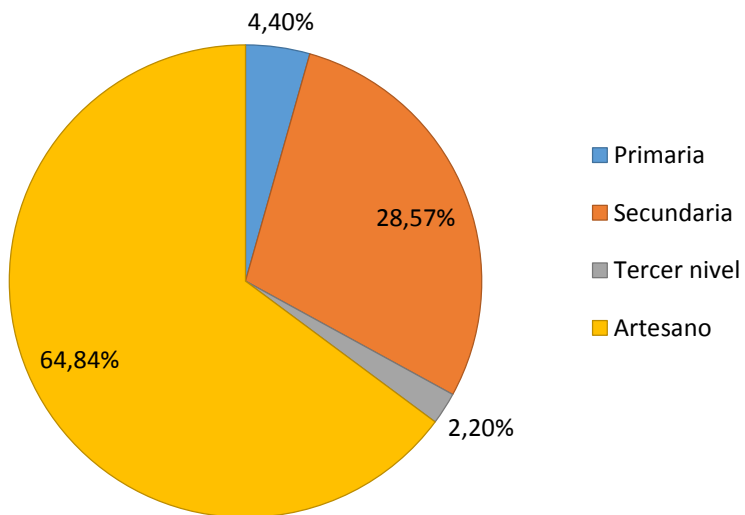
ANÁLISIS DE DATOS:

Análisis univariado

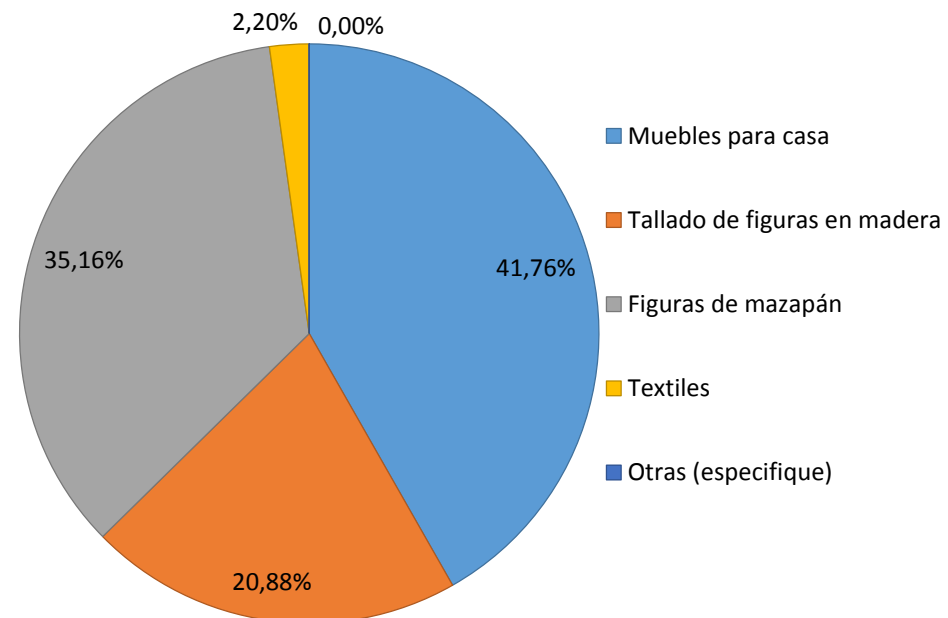
Edad de los encuestados



Nivel de instrucción de los encuestados

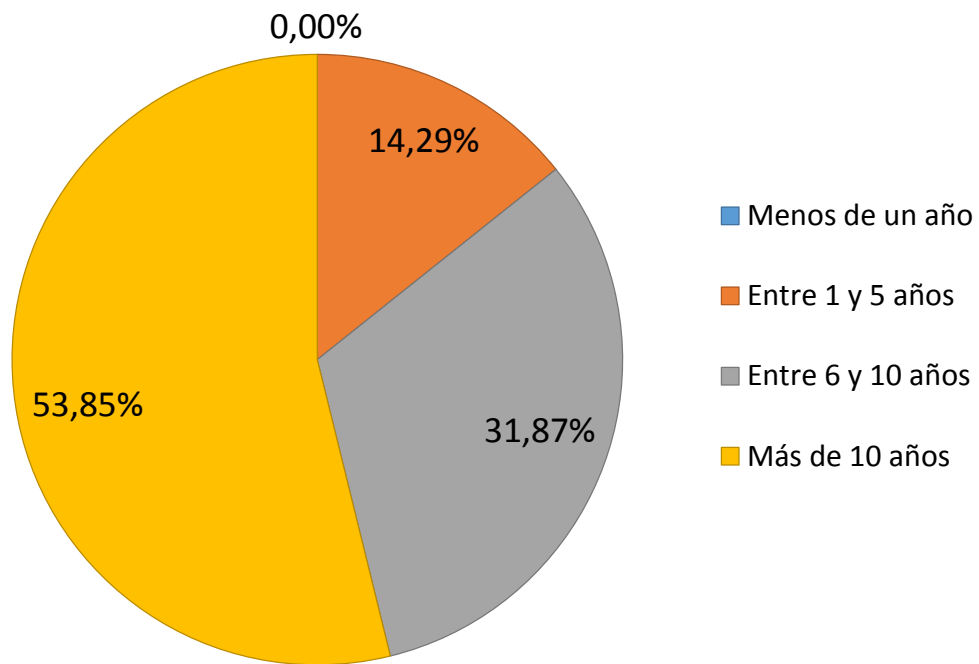


Tipo de artesanías que realiza:

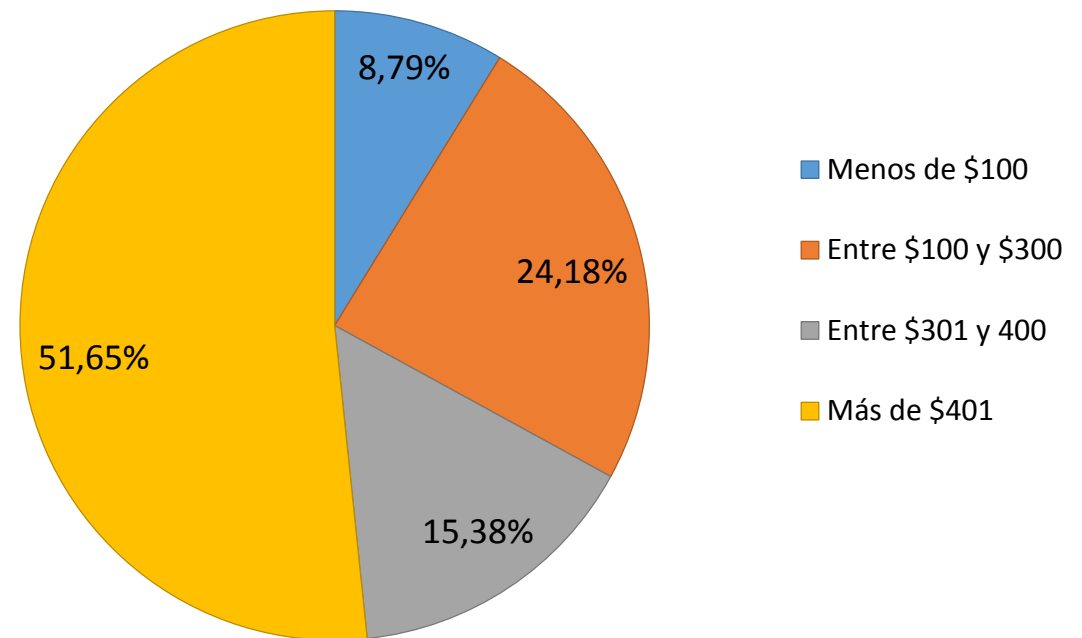


DATOS ESPECÍFICOS

1) ¿Cuánto tiempo lleva elaborando artesanías?

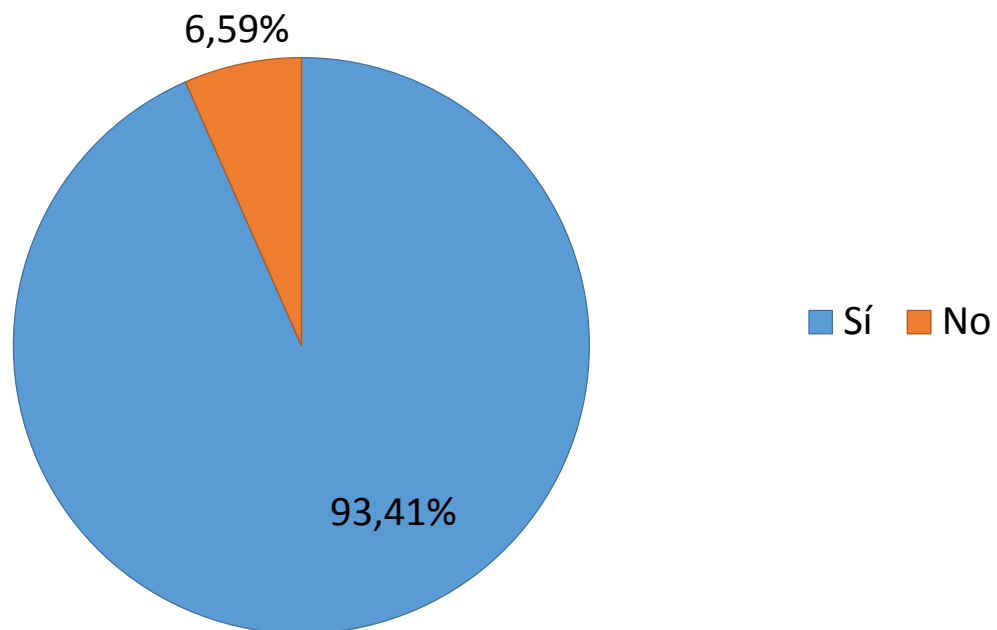


3) Señale cuanto usted invierte para elaborar sus artesanías

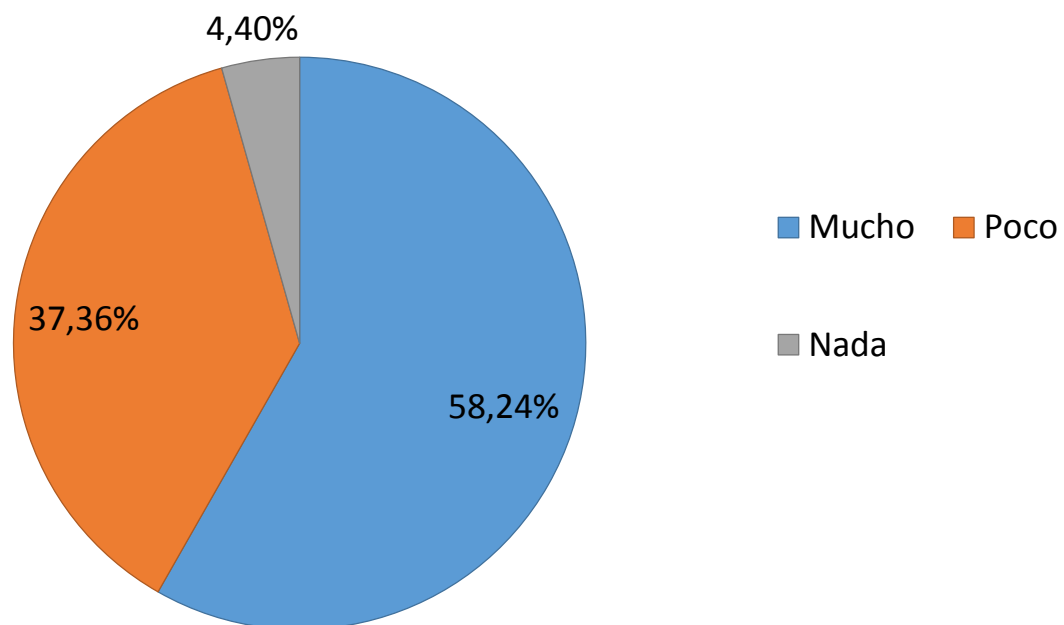


DATOS ESPECÍFICOS

5) ¿Conoce sobre la Ley de Economía Popular y Solidaria?

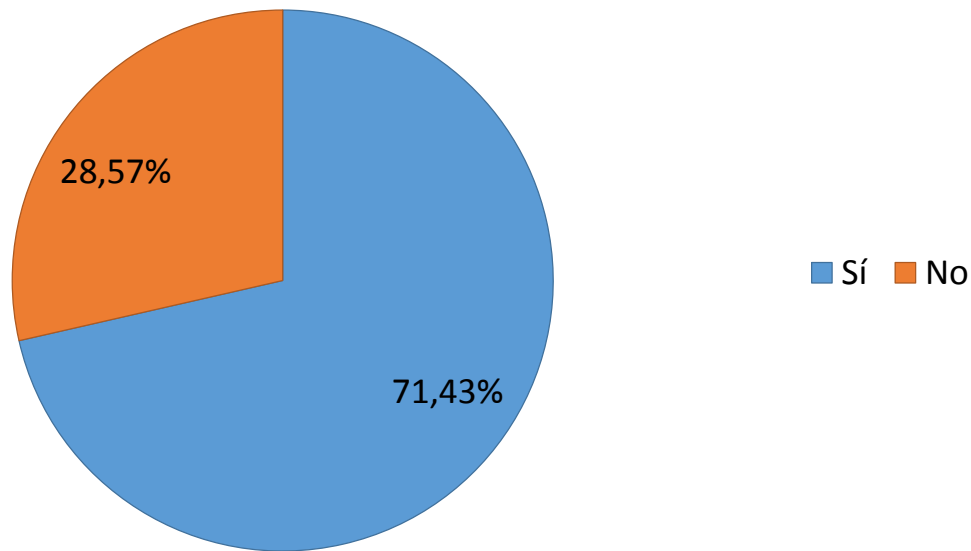


7) A partir de la creación de la Ley de Economía Popular y Solidaria en el año 2011, su condición de artesano, cuanto mejoró:

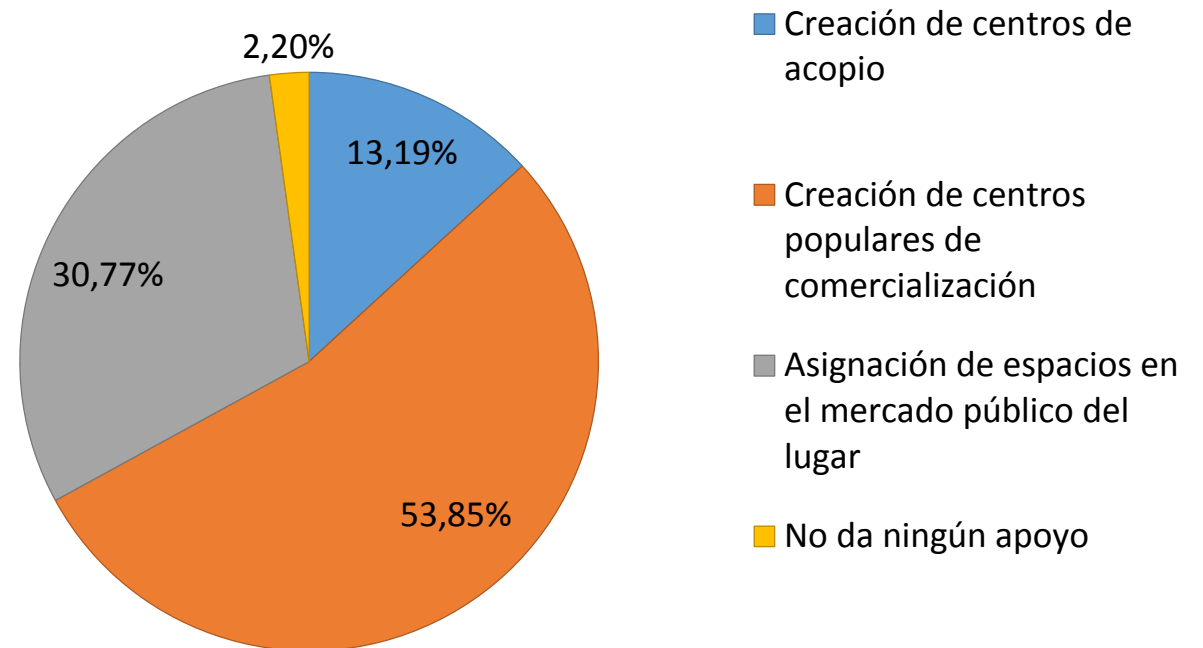


DATOS ESPECÍFICOS

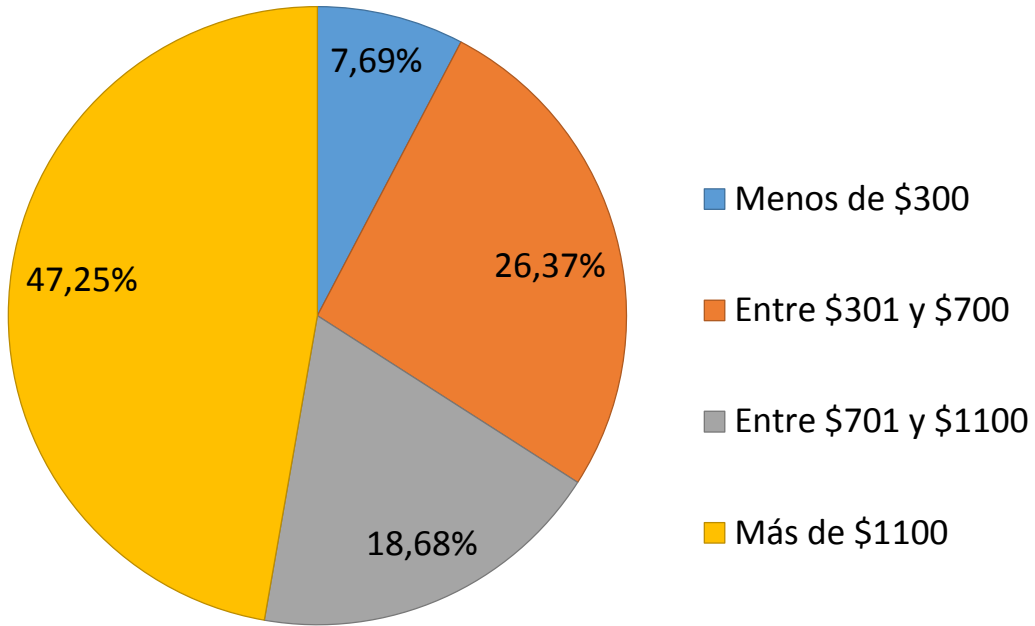
8) A su criterio ¿El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Calderón ha creado espacios para que los artesanos del lugar puedan promocionar y comercializar sus productos?



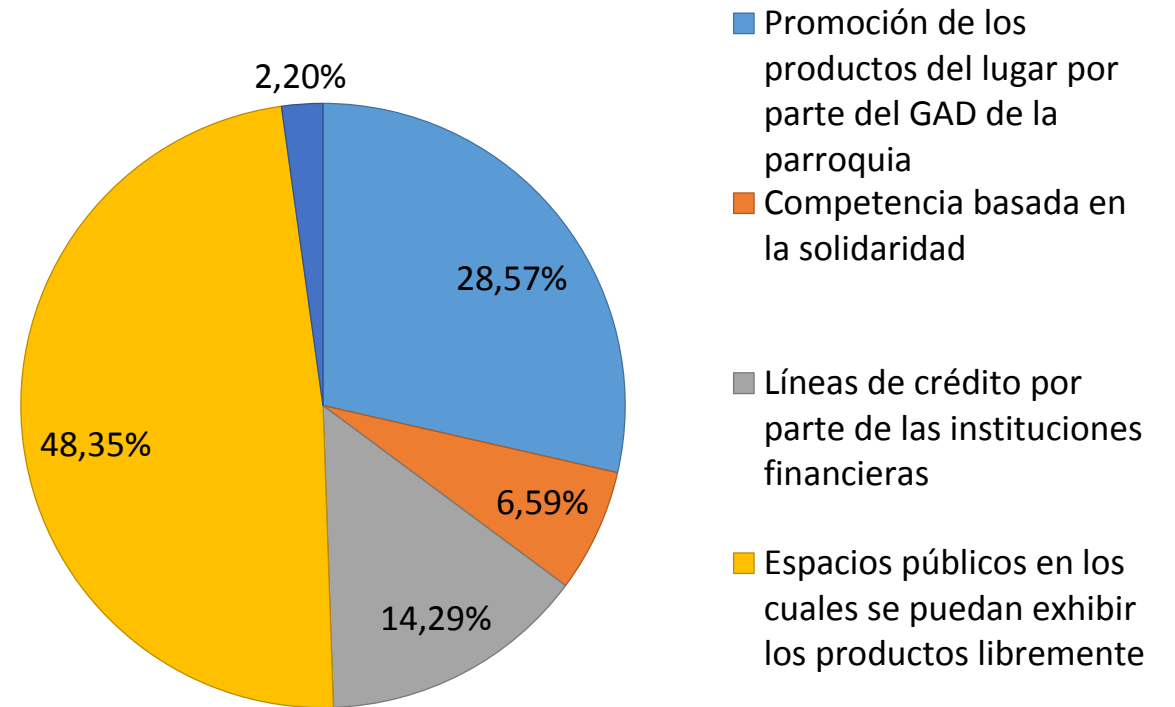
10) El Gobierno Autónomo Descentralizado de la parroquia Calderón da apoyo al sector artesanal del lugar a través de:



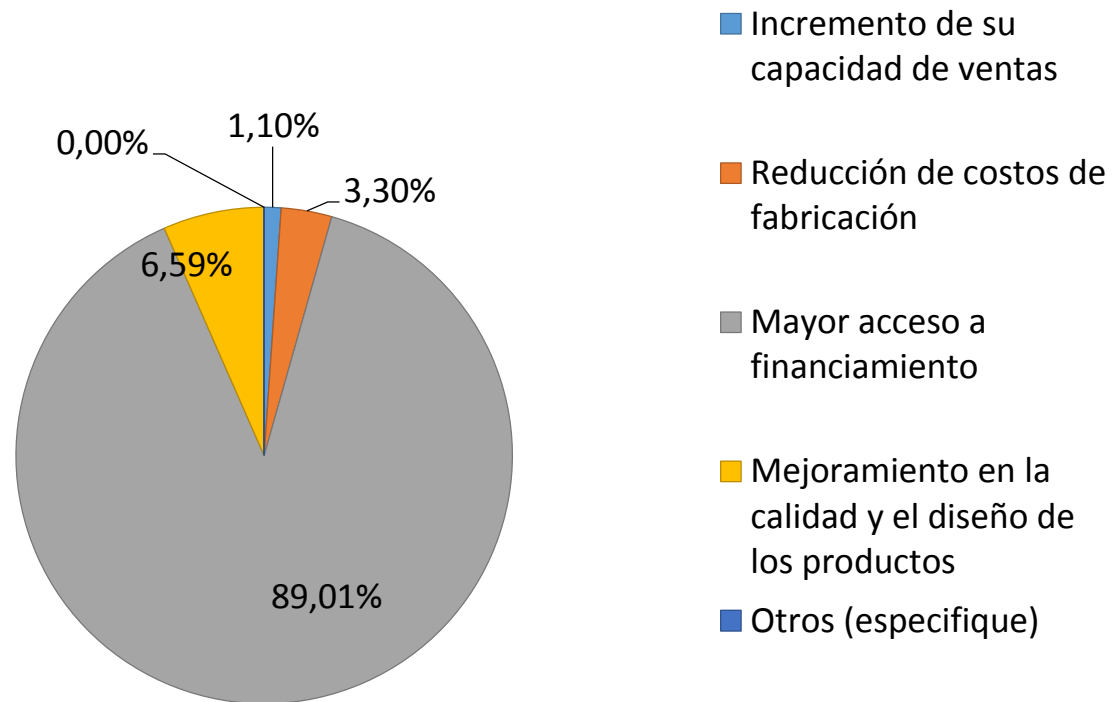
11) ¿Indique, en promedio cuanto es su ingreso por ventas mensuales?



12) ¿Para mejorar la situación de los artesanos de Calderón, es preciso que exista?



14) ¿Qué beneficios le ha dado pertenecer a la asociación?



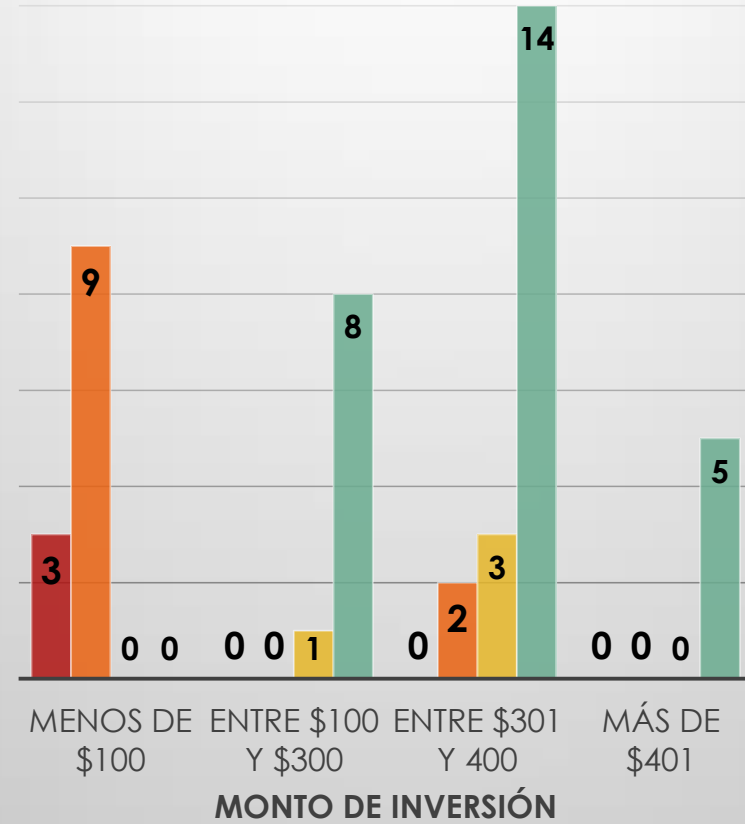
Análisis bivariado

LUGAR DONDE SE COMERCIALIZA



- En la localidad
- En la ciudad de Quito
- En lugares turísticos
- Realiza exportaciones

MONTO DE VENTAS



- Menos de \$300
- Entre \$301 y \$700
- Entre \$701 y \$1100
- Más de \$1100

Análisis multivariado



- ▶ Según la pregunta 7 establece que el 58,24% de artesanos han mejorado su calidad de vida.
- ▶ Para mejorar su comercialización y promoción es vital que se creen más espacios públicos en los que ellos puedan exhibir sus artesanías.
- ▶ El 97,80% dicen pertenecer a una Asociación que les trae varios beneficios.

Comprobación de hipótesis



- La investigación de la situación actual y de mercado de los artesanos permite una mejora del 80% en sus estrategias de fidelización y mix de mercado que inciden en el fomento de la Economía Popular y Solidaria.



PERSPECTIVA EXTERNA

PERSPECTIVA INTERNA

OPORTUNIDADES

FORTALEZAS

- Inflación estable, lo que propicia la demanda de productos.
- Tasas de interés preferencial.
- Promoción de las artesanías por parte del Estado.
- Materia prima renovable, sin peligro de reducción.
- Amparados por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

- Alto poder de negociación con los clientes.
- Productos en mazapán reconocidos como tradicionales del sector
- Precios accesibles de los muebles en relación a la competencia.
- Los productos de mazapán no tienen competencia.

AMENAZAS

DEBILIDADES

- Bajo porcentaje de artesanos calificados en el sector en estudio.
- Bajo crecimiento del sector.
- Cambio de valores culturales y preferencias por parte de los potenciales clientes.

- Dificultad para establecer negociaciones directas con los productores de materia prima, lo que encarece los precios.
- Amplio número de competidores para las artesanías hechas en madera.
- Alto porcentaje de inventario rezagado.

ESTRATEGIAS

- ▶ Establecer programas de capacitación de servicio al cliente mediante alianzas estratégicas con el GAD de la parroquia y el SECAP.
- ▶ Mantener los locales comerciales con una decoración apta y acorde a los productos que en él se expenden.



Metodología del CRM

- ❑ Consiste en poner a favor de la empresa la utilización de la tecnología.
- ❑ Bajo los siguientes objetivos:
 - Captar nuevos clientes
 - Fidelizar a los clientes actuales
 - Minimizar los costos de marketing
 - Llamar la atención de clientes antiguos



Base de Datos de Clientes
Campañas de Marketing
Generar Oportunidades

Marketing

Asignar Clientes Potenciales
Generar Oportunidades
Seguir Oportunidades

Ventas

CRM

Servicio Técnico
Base de Conocimientos

Soporte

Generar Facturas
Entrega de Productos

Pedidos



▶ Ventas

- ▶ Mejorar la apariencia de los puntos de venta de las artesanías.
- ▶ Desarrollar un manual de procesos.
- ▶ Ofertar las artesanías en otros sectores del país.



▶ Servicios



- ▶ Mantener una base de datos en Excel de los clientes que ya fueron atendidos y de futuros clientes.
- ▶ Crear un buzón de quejas y sugerencias.
- ▶ Capacitar a los ayudantes de los talleres.



▶ Marketing

- ▶ Implementar un community management.
- ▶ Desarrollar un plan promoción y publicidad de las artesanías del sector de Calderón.



Producto

Artesanías que se venden en el sector son:



OPCIONES	PORCENTAJE
Muebles para casa	41,76%
Tallado de figuras en madera	20,88%
Figuras de mazapán	35,16%
Textiles	2,20%
Otras (especifique)	0,00%
TOTAL	100,00%



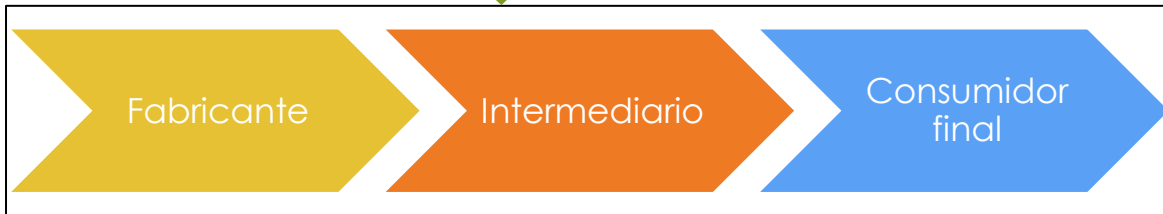
Precio: Es un trabajo de bastante dedicación y trabajo duro, sin embargo el precio se relaciona con el de la competencia



Plaza – Canal de Distribución

Muebles de madera

Canal de distribución indirecto



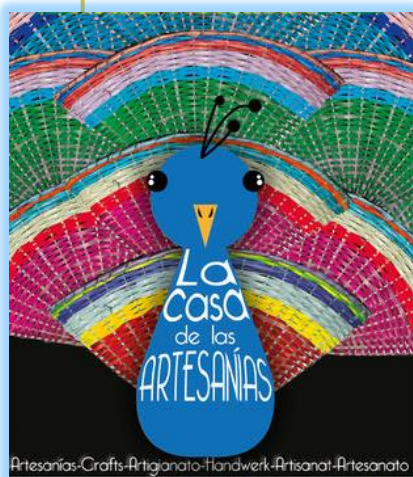
Las figuras de mazapán

Canal de distribución directo



Promoción: Actualmente los artesanos de la parroquia de Calderón no realizan ningún tipo de publicidad a más de relaciones públicas.

- ▶ Por tal motivo se propone el siguiente plan de promoción y publicidad:
 - Colocar carteles llamativos en los cuales se deberán exhibir los trabajos realizados.
 - Puesta de una valla publicitaria en la entrada de la parroquia.
 - Distribuir volantes entre la población del sector.
 - Realizar la búsqueda de nuevos mercados, con la ayuda de las Asociaciones existentes y el GAD de la parroquia.



Conclusión

- ▶ Antes de que exista la Ley de Economía Popular y Solidaria los artesanos carecían de impulso por parte de los GAD del territorio en el que se ubicaban, a partir de su creación se ha permitido que micro y pequeñas empresas tengan mayor participación en el mercado ecuatoriano y por ende mejoren su estructura organizacional al mantener principios relacionados con la solidaridad y cooperación, al sustentar su accionar en el ser humano.
- ▶ Los principales productos artesanales que se producen en Calderón corresponden a muebles de madera y mazapán. Con una inversión menor a \$100 obtienen ganancias aproximadas de \$300, por su parte aquellos que invierten entre \$301 y \$400 obtienen ganancias superiores a \$1.100.
- ▶ Los resultados de la investigación de campo muestran que el 58,24% de los artesanos sienten que su situación ha mejorado mucho desde que entró en vigencia la ley. El GAD de Calderón ha creado espacios para que las artesanías del lugar se puedan promocionar y comercializar, además, esta institución se preocupa de la promoción de estos productos.
- ▶ Sin embargo, de los beneficios que otorga la Ley de Economía Popular y Solidaria, los artesanos de Calderón tienen dificultad para establecer negociaciones directas con los productores de materia prima, se enfrentan a un amplio número de competidores sobre todo en las artesanías hechas de madera y mantienen un alto porcentaje de inventario rezagado

Recomendaciones

- ▶ Impulsar los beneficios que otorga la Ley de Economía Popular y Solidaria entre todos los artesanos del sector para que conozcan cuáles son sus derechos y trabajen mancomunadamente en la búsqueda del progreso colectivo.
- ▶ Acoger y direccionar estrategias aquellos sectores que tienen menor participación en el mercado artesanal de la parroquia, con la finalidad de establecer una vinculación económica y política entre los artesanos y las autoridades.
- ▶ Promocionar el trabajo del GAD de la Parroquia de Calderón entre todos los artesanos del lugar para que los incentivos que se mantienen hacia este sector abarque a todos los involucrados.
- ▶ Impulsar el ingreso a nuevos mercados, esto mediante el trabajo conjunto de las autoridades con el sector artesanal para incursionar y desarrollar mejoras en las estrategias dirigidas a esta actividad de promoción y comercialización, a través de la aplicación de las estrategias propuestas basadas en el modelo CRM.



CALDERÓN:
CULTURA



Gracias

