

Empresas (F)

nuevovivir@granasa.com.ec



La internacionalización

de los negocios en el país sigue aún en baja, aunque tuvo un repunte el año pasado a 7,6 %.

El año pasado, un 7,1 %

de los emprendedores declararon haber cerrado un negocio en los últimos 12 meses.

MAÑANA / SALUD

La medicina china, más que agujas



EMPRENDER

CON LA TAREA DE GENERAR MÁS EMPLEO

LINA ZAMBRANO
zambanof@granasa.com.ec

El Ecuador ocupa el primer lugar entre los países de América Latina y el Caribe con más emprendimiento (33,6 %), según el estudio de la Espae - Espol, Global Entrepreneurship GEM.

Virginia Lasio, decana de Espae - Espol y participante del análisis, dice que se debe entender de apertura de nuevos negocios no significa necesariamente de que la economía del país se nutre en cifras importantes.



Con el GEM pretendemos aportar con herramientas para entender la relación entre el emprendimiento y el desarrollo económico de un país.

VIRGINIA LASIO
DECANA DE ESPAE

Al respecto, otro de los autores del estudio y catedrático de Espae en macroeconomía y negocios internacionales, Xavier Ordeñana, hace una diferencia entre la cantidad y la cualidad.

Ordeñana dice que cuando se habla de calidad se refiere a un emprendimiento que genere empleos, que ofrezcan productos innovadores y que apoyen a la economía de un país. Aclara que no se desmerece a los negocios que nacen por la necesidad de un autoempleo, porque tiene su rol y porque ayuda a que el comercio sea formal. Pero, si se quiere que el emprendimiento sea un verdadero motor de desarrollo económico de un país, entonces hay que hacer ajustes.

En el análisis se encontró una gran diferencia entre cuántas plazas de trabajo generan los negocios nacientes, nuevos y los establecidos. Del primer grupo, un 96,6 % no tienen trabajadores; en la medida que pasa el tiempo lo ideal es que un 100 % generen cifras importantes de trabajo, pero no ocurre. Entre los establecidos solo un 40,2 % tiene entre uno y cinco empleados.



No siempre está ligada la cantidad de emprendimiento al desarrollo de un país. En Alemania, por ejemplo, hay poco emprendimiento.

GUIDO CAICEDO
PROFESOR DE ESPAE

Guido Caicedo, también autor del GEM y maestro en espíritu empresarial y nuevos negocios de Espae, enfatiza que el emprendimiento para muchos es un "cachuelo"; es decir una forma de ganar unos dólares más por que lo que genera su empleo como dependiente no es suficiente.

EN CONTEXTO

El problema es latente. Ecuador va a adelantar en generar emprendimientos, pero no nuevas plazas de trabajo

Un 96 % de los negocios nacientes no tienen empleados, solo 3 % tiene de uno a cinco, según GEM de la Espae

Guayaquil será sede del Congreso Iberoamericano de Jóvenes Emprendedores, en este septiembre

Sin embargo, da una clave sencilla pero que es la base en el tema: "los países salen adelante por las personas, más que por los recursos".

Entonces, ¿cuáles son los requerimientos para que el emprendimiento no se quede en autoempleo?

Max Trejo, secretario general del Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica (OIJ), dice que se debe entender que hablar de emprendimiento es hablar de liderazgo, autonomía y creatividad, en definitiva, emprender es empoderarse sin esperar a que la solu-



Los emprendimientos tienen propósitos de transformación de procesos previos, donde la obtención de riqueza tiene sentidos más amplios.

MAX TREJO
SECRETARIO DE OIJ

ción venga generada por otros. Para Trejo es clave que las iniciativas emprendedoras se fundamenten en el conocimiento y en la maximización de los avances tecnológicos, generando patrones positivos de interconexión, expansión y sostenibilidad. Es en este sentido que las posibilidades de ampliar las líneas de actuación de los emprendimientos podrán favorecer el desarrollo de nuevos puestos de trabajo.

Para ello, es determinante que los emprendimientos actuales se enmarquen en nutridos y dinámicos que permitan

iniciar, mantener y expandir los beneficios de las iniciativas emprendedoras en las dinámicas del mercado. En este sentido, será necesario que la tecnología y el desarrollo trascienda al tejido productivo de los países para que genere una protección de los procesos iniciados.

Trejo destaca que los jóvenes empresarios buscan ello y precisamente Guayaquil, en este septiembre, será sede del Congreso Iberoamericano de Jóvenes Emprendedores cuyo tema será Innovación en Acción, lo cual tiene que ver con tener un emprendimiento de calidad.

1

NO SOLO PARA GANAR DINERO

Max Trejo, secretario general de OIJ, dice a Diario EXPRESO que hay más éxito cuando el principal objetivo no está en la generación de riqueza monetaria, sino en la transformación de una estructura que favorezca el bienestar social de las personas involucradas y avance en el cumplimiento del desarrollo sostenible.

► Javier Camil, cofundador de Execoach, dice en la página web Emprendedores, es que si solo se piensa en hacerse rico, se va por mal camino. Hay que tener vocación de empresario.

► Esta empresa ingresa el valor neto de cada factura por cobrar, que tendrá un descuento de pago entre el 9 y 11%.

► Hay que plantear primero qué tipo de empresa se quiere crear, y con qué proyección de futuro.

► Hay emprendedores que montan su negocio únicamente porque se quedaron sin trabajo y no tienen o no ven otra salida, si algo sale mal, se tira la toalla a la primera.

2

ES FUNDAMENTAL ENFOCARSE

Los emprendedores suelen olvidar el objetivo principal de una empresa: vender.

► Para vender hay que centrarse en la calidad y en el momento de venta del producto o prestación del servicio, es fundamental crear un departamento encargado de la posventa.

► Es bueno fijarse en lo que hacen los que tienen éxito. Un ejemplo es la hueca El Manabita. Marino Calderón empezó vendiendo jugos naturales en un quiosco y hoy ocupa casi media manzana en Luque y García Moreno. Parte de la clave de su éxito es mantener el sabor natural de los jugos. Abre temprano y desde las primeras ventas tiene monedas para dar vuelta. La atención es cordial. La hueca ganó la Estrella Culinaria de Bronce en el evento gastronómico Raíces 2014.

3

VENDER LO QUE SE QUIERE COMPRAR

Es fundamental salir a la calle y hablar con los clientes potenciales para saber lo que la gente quiere comprar, para no imponer lo que el empresario quiera vender. Para ello es necesario hacer un plan y un estudio de mercado.

► El pensar en el querer/desear más que en el necesitar es en si una fuente de ideas para especializarse en un grupo de personas con ese deseo en común. Muchos negocios han surgido como una opción para resolver deseos específicos y se posicionan como tal.

4

LAS HABILIDADES NECESARIAS

Los emprendedores deben preocuparse por desarrollar las siguientes cualidades para poder tener éxito en sus negocios

- Creatividad
- Capacidad para detectar oportunidades
- Habilidad comercial
- Liderazgo
- Empatía con el cliente
- Visión
- Capacidad para resolver problemas complejos
- Comunicación
- Sacrificio
- Resiliencia, que es la capacidad para adaptarse a los cambios y superar las adversidades. Esta cualidad ayuda a saber cómo sacar partido a las dificultades. Hay que saber que el emprendimiento no tiene asegurado el éxito, hay que lograrlo.

LAS OPORTUNIDADES

La mujer empresaria y el valor de la educación

Max Trejo, secretario general de OIJ, defiende que la oportunidad de desarrollar un emprendimiento lo deben tener todos.

Dice que es determinante que la perspectiva de emprendimiento de las personas jóvenes favorezca una lectura amplia en el referente a:

- Mujeres jóvenes emprendedoras: favorecer las condiciones estructurales para que la mujer pueda tener más participación en las dinámicas de emprendimiento va a beneficiar el desarrollo de nuestra región. La mujer tiene una destacada capacidad de creatividad y de interconexión destacada que favorece su participación en entornos

empresariales. Sin embargo, se deben fomentar las condiciones para incrementar su participación y desarrollo constante en el tiempo.

- Los valores del emprendimiento en los sistemas educativos desde la temprana edad para que incentiven la innovación, la creatividad y en sí mismo, el emprendimiento.

Todo ello ayudará, desde una perspectiva a futuro, la consolidación de ciudadanos activos que, a través de los valores del emprendimiento, tanto en sí mismos como empresariales, generen más riqueza en entornos democráticos.

En síntesis, los compromisos por fortalecer los ecosis-

temas emprendedores demandan de la construcción intersectorial de estrategias y políticas públicas, que potencien la cultura y la formación emprendedora desde los primeros estados educativos por sus atributos diferenciadores en el mercado laboral; que favorezcan el acceso a fuentes de financiación pública y privadas y la vinculación a mercados de capitales orientados a los emprendimientos juveniles de mayor dinamismo y productividad comunitaria; y por último, el acompañamiento constante en calidad de mentorías que guíen las diversas etapas. Al final de ello de-

pende el éxito del negocio y la creación de trabajo.

Trejo destaca que el empleo no es solo una actividad que permite a las personas acceder a ingresos para cubrir sus necesidades materiales; el empleo es un derecho que dignifica a la persona.

Por lo tanto, la generación de emprendimiento es una dinámica que aporta a la conformación de núcleos de inclusión social y potencia circuitos de construcción de autonomía, sin embargo, es altamente pertinente que los gobiernos, en coordinación con el sector privado, actúen como facilitadores de esta práctica.

AUTOEMPLEO DE MAYORES



TERCERA EDAD

La actividad emprendedora en etapas iniciales, para este grupo, el año pasado fue de 16,4 %. Una cifra ligeramente más alta que la del 2014 cuando fue de 14,6 %, según el estudio GEM, de la Espae-Espol.



MOTIVACIÓN

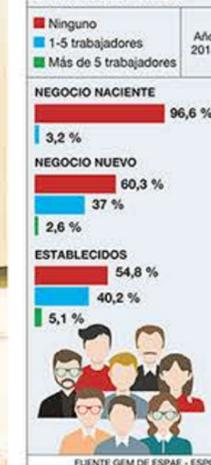
Los emprendedores de la tercera edad tienen claramente definido su motivo para emprender, el 48,4 % lo hace por necesidad; mientras que el 41,9 % lo hace para aprovechar una oportunidad.



INGRESOS

En relación a los ingresos, el 60 % percibe menos de 450 dólares mensuales. Los que reciben entre 451 y 800 dólares representan un 20,7 %; mientras que los que ganan más de \$ 850 son un 19,1 %.

DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES SEGÚN LA ETAPA DEL NEGOCIO



SABER +

ENCUÉNTRALO EN NUESTRAS VERSIONES IPAD Y ANDROID

LAS PAUTAS PARA EMPRENDER
Acceda a un video que explica cómo emprender.

LA LEY PARA EMPRENDER
Lea los requisitos que la ley exige para pequeños negocios.

EL PERSONAJE



GABRIEL EISEBERG
GERENTE GENERAL DE ALPINA

Hacia un semáforo alimenticio en positivo

El argentino llegó a Ecuador hace cinco meses, tras una escala de cuatro años en Colombia y con un aval en cifras. Alpina lo ha nombrado gerente general para que replique en Ecuador el éxito del grupo de productos lácteos que fraguó al otro lado de la frontera. Dirigiendo el departamento de Go to Market, con el objetivo de expandir las marcas en todos los países donde se venden los derivados de la leche de Alpina (Colombia, Ecuador, Venezuela y Estados Unidos), consiguió que la empresa pasara de crecer de un 1 % a un 5 % en su primer año, después a un 9 % y el año pasado, que ya alcanzase el doble dígito. Y eso, en su primera incursión en la industria láctea. Antes había trabajado en el mundo de las bebidas y en consultoría. Tuvo un "rol clave en el posicionamiento y en la competitividad de la compañía", comenta el mismo Eiseberg en entrevista.

En Ecuador, se encuentra un negocio que perdió entre un 15 y un 16 % en ventas en 2015 y mantiene esa tendencia para 2016. En parte, por la situación económica del país que ha estrechado los bolsillos de los consumidores y en parte por el semáforo. Según su propuesta, hace falta que el indicador no solo incluya los datos negativos, sino también las proteínas o las calorías buenas de cada alimento. "El consumidor se vio sorprendido en algunas categorías saludables con el semáforo rojo y eso generó una retracción en el consumo", explicó.

Con cinco meses en cargo de más responsabilidad de Alpina en Ecuador tiene claro el listado de desafíos: son cinco. Pero uno de ellos, es también una oportunidad.

El consumo de leche en Ecuador está muy lejos de lo recomendado por la FAO, la agencia de agricultura y alimentación de Naciones Unidas. Si en el mundo, lo aconsejable es consumir 182 litros al año per cápita, en Ecuador, esta cifra está en 110 litros. Y es más baja aún, si se revisan los hábitos de los estratos más humildes de la sociedad: 30 litros al año por persona.

Por un lado, hay espacio para que crezca una empresa como Alpina, con marcas como Kiosko o Alpina de queso, yogur, crema de leche, etc. Pero por otro, también hay que luchar con los hábitos alimenticios y la concienciación. Uno de sus cinco desafíos es aumentar el consumo per cápita y otro, acercarse al consumidor, con presentaciones y campañas de educación. Para ello, se ha creado un departamento de conocimiento de consumo, en el que descifran las preferencias sobre los productos y las necesidades no cubiertas del ciudadano.

En consecuencia, el tercer y cuarto desafío son incrementar la oferta de innovaciones para ampliar los productos en el mercado, pese a que ya hay una gran variedad en Ecuador, según Eiseberg; y fortalecer las dos marcas de la empresa. Por último, se propone mejorar la cadena de valor ayudando a los ganaderos, a los tenderos y todos los miembros del proceso para hacer un producto más asequible para el ciudadano.

EL DETALLE

Asumió la gerencia en Ecuador en marzo pasado. Antes era director de Go to market, en Colombia.

AGENDA EMPRESARIAL

15, 16, 17-08-2016
CAPACITACIÓN
La Cámara de Industrias de Guayaquil dictará el curso Shopper Marketing: Entendiendo al comprador en tiempo de crisis. El evento se desarrollará de 17:30 a 20:30, en el edificio de Las Cámaras, en el cuarto piso, el costo para afiliados es de \$ 75 y al público general \$ 100. Más información en infomese@industrias.ec

17-08-2016
CONVERSATORIO
La Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG) organiza el conversatorio ¿Qué pasaría si el Ecuador no firma el tratado de libre comercio con la Unión Europea? La charla será con Daniel Legarda, presidente de la Federación Ecuatoriana de Exportadores, en el edificio de Las Cámaras.

14, 15, 16-09-2016
CONGRESO
Guayaquil será sede del Congreso Iberoamericano de Jóvenes Emprendedores, con el tema Innovación en Acción. El evento es organizado por la Federación Iberoamericana de Jóvenes Emprendedores y la Asociación de Jóvenes Emprendedores del Ecuador. Para participar llamar a 37133902 extensión 133.

INDUSTRIA

MANABÍ AGRADECE A CEDAL

La Corporación Ecuatoriana de Aluminio Cedral recibió del Gobierno Provincial de Manabí un reconocimiento por la acción humanitaria desplegada en favor de las víctimas del terremoto del pasado 16 de abril, que afectó a Manabí y Esmeraldas. La acción de la industria es parte de sus políticas de responsabilidad social corporativa.



AUTOMOTRIZ

HYUNDAI EN EL AUTOSHOW

Hyundai Ecuador participó en una de las exposiciones más grandes del sector automotriz, el Auto Show 2016, evento que tuvo como objetivo presentar las innovaciones de las marcas automotrices para el 2017, promociones y servicios que buscan satisfacer las necesidades de los clientes. En la feria presentó el Sonata Híbrido, el nuevo Tucson Diesel y su modelo más reciente, el innovador Creta.

EMPRESA

HERBALIFE SUBE SUS VENTAS

Herbalife Ltd. informó ventas netas del segundo trimestre de \$ 1.200 millones, lo cual refleja un incremento del 3 % comparado con el mismo período del año pasado. Las ventas netas del segundo trimestre de 2016, sin incluir el impacto de la moneda, crecieron un 10 %. Michael O. Johnson, presidente y CEO Herbalife, dijo: "Este ha sido un trimestre histórico, con récord en puntos de volumen en cuatro de nuestras seis regiones".