



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERIA COMERCIAL, MENCIÓN EN FINANZAS Y GESTIÓN
DEL TALENTO HUMANO**

TÍTULO DEL PROYECTO

**“SERVICIO DE ASESORIA PARA LA COMPETITIVIDAD
MICROEMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**

AUTORAS:

MEJIA VARGAS LADY LAURA

VINZA ROMERO LILIA SUSANA

MILAGRO, FEBRERO DEL 2012

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**SERVICIO DE ASESORIA DE COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **INGENIERIA COMERCIAL, MENCIÓN EN FINANZAS Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO.**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las Egresadas:

LADY LAURA MEJÍA VARGAS

C.I 0925981953

LILIA SUSANA VINZA ROMERO

C.I 0926473208

TUTOR

Eco. MARCO SEGOVIA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras: Egr. Lady Mejía y Lilia Vinza, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“SERVICIO DE ASESORIA PARA LA COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**, del cual nos responsabilizamos por ser las autoras del mismo y tener la asesoría personal del Eco. Marco Segovia.

Milagro, Febrero del 2012.

LADY MEJIA

C.I 0925981853

LILIA VINZA

C.I 0926473208

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **INGENIERIA COMERCIAL, MENCIÓN EN FINANZAS Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios, por haberme dado sabiduría y fortaleza necesaria para salir siempre en adelante, pese a las dificultades presentadas, iluminando cada paso de mi vida, dándome la salud y muchas bendiciones para poder concluir mi sueño.

A mis padres quienes son el pilar fundamental de mi vida por haberme apoyado incondicionalmente, que con amor y valor supieron motivarme moralmente para culminar mi carrera universitaria.

A mi hermano quien ha vivido de cerca los distintos procesos de mi vida, y a mi sobrina que con su inocencia me ha dado hermosos momentos desde que nació.

LADY LAURA MEJIA VARGAS

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, hermanos, esposo y familiares quienes me han apoyado a través de este largo camino lleno de esfuerzo y sacrificio, que concluye con la entrega satisfactoria de este proyecto.

A todos mis profesores, a quienes recordare con afecto por ayudarme a convertirme en una profesional, con visión emprendedora; finalmente a todos a quienes olvido mencionar, pero llevo en mi corazón.

LILIA SUSANA VINZA ROMERO

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios y a nuestras familias por su apoyo incondicional, el mismo que nos ha otorgado las fuerzas suficientes para culminar con nuestra carrera.

También a nuestros profesores y en especial a nuestro asesor Economista Marco Segovia, por los conocimientos y experiencias que hemos recibido y nos ha compartido a lo largo de estos años.

LADY LAURA MEJIA VARGAS
LILIA SUSANA VINZA ROMERO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala Murillo

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “**SERVICIO DE ASESORIA PARA LA COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MILAGRO**”, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Febrero del 2012

LADY MEJÍA

C.I 092598195

LILIA VINZA

C.I 0926473208

ÍNDICE GENERAL

A. PÁGINAS PRELIMINARES

	Pág.
Página de carátula o portada.....	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor.....	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la Defensa.....	iv
Página de dedicatoria.....	v
Página de agradecimiento.....	vi
Página de Cesión de Derechos de Autor.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de cuadros.....	ix
Índice de Figuras.....	x
Resumen.....	xi
Abstract.....	xii

B. TEXTO

Introducción.....	1
-------------------	---

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematicación del Problema.....	4
1.1.2 Delimitación del Problema.....	5
1.1.3 Formulación del Proyecto.....	5
1.1.4 Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Determinación del tema.....	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 General.....	6
1.2.2 Específicos.....	6
1.3 Justificación.....	6

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

	Pág.
2.1 Marco teórico.....	8
2.1.1 Antecedentes históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	20
2.1.3 Fundamentación.....	21
2.1.4 Marco Legal.....	23
2.2 Marco conceptual.....	29
2.3. Hipótesis y variables.....	36
2.3.1 Hipótesis General.....	36
2.3.2 Hipótesis Particulares.....	36
2.3.3 Declaración de las variables.....	37
2.3.4 Operacionalización de las variables.....	38

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	40
3.2 Población y muestra.....	41
3.2.1 Característica de la población.....	41
3.2.2 Delimitar la población.....	41
3.2.3 Tipo de la muestra.....	41
3.2.4 Tamaño de la muestra	41
3.2.5 Proceso de selección.....	42
3.3 Métodos y técnicas.....	42
3.4 Tratamiento estadístico de la información.....	43

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

	Pág.
4.1 Análisis de la situación actual.....	44
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva.....	56
4.3 Resultados.....	57
4.4 Verificación de las hipótesis.....	60

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 Tema.....	61
5.2 Fundamentación.....	61
5.3 Justificación.....	62
5.4 Objetivos.....	62
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	62
5.4.2 Objetivos específicos.....	63
5.5 Ubicación.....	63
5.6 Factibilidad.....	67
5.7 Descripción de la propuesta.....	67
5.7.1 Actividades.....	87
5.7.2 Recursos análisis financiero.....	97
5.7.3 Impacto.....	108
Conclusiones.....	109
Recomendaciones.....	110
Bibliografía.....	111

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1.	
Operacionalización de las variables independientes.....	38
Cuadro 2.	
Operacionalización de las variables dependientes.....	39
Cuadro 3.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	44
Cuadro 4.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	45
Cuadro 5.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	46
Cuadro 6.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	47
Cuadro 7.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	48
Cuadro 8.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	49
Cuadro 9.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	50
Cuadro 10.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	51
Cuadro 11.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	52
Cuadro 12.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	53
Cuadro 13.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	54
Cuadro 14.	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro.....	55
Cuadro 15.	
Verificación de las hipótesis.....	60

Cuadro 16.	
Distribución de muebles y enseres.....	69
Cuadro 17.	
Personal administrativo.....	69
Cuadro 18.	
Organigrama.....	70
Cuadro 19.	
Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	81
Cuadro 20.	
Matriz FODA.....	86
Cuadro 21.	
Temas a dictarse.....	88
Cuadro 22.	
Precios de las asesorías.....	89
Cuadro 23.	
Activos fijos.....	97
Cuadro 24.	
Depreciación Activos fijos.....	98
Cuadro 25.	
Nomina.....	99
Cuadro 26.	
Gastos administrativos y generales.....	100
Cuadro 27.	
Gasto Publicidad.....	101
Cuadro 28.	
Inversión del proyecto.....	101
Cuadro 29.	
Financiamiento del proyecto.....	101
Cuadro 30.	
Tabla de amortización.....	102
Cuadro 31.	
Presupuesto de ingreso.....	103

	Pág.
Cuadro 32.	
Estado de pérdidas y Ganancias.....	104
Cuadro 33.	
Flujo de Caja.....	105
Cuadro 34.	
Balance General.....	106
Cuadro 35.	
Índices Financiero.....	107

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	
Plano del lugar de la asesoría.....	64
Figura 2.	
Plano Centro de la asesoría.....	66
Figura 3.	
Logotipo.....	91
Figura 4.	
Volantes.....	91
Figura 5.	
Tarjetas de presentación.....	92
Figura 6.	
Valla Publicitaria	92
Figura 7.	
Tríptico.....	94
Figura 8.	
Certificado.....	94
Figura 9.	
Camisetas y gorras.....	94
Figura 10.	
Bolígrafos.....	95
Figura 11.	
Carpeta.....	95

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1:	
Encuestas.....	114
Anexo 2:	
Solicitud del registro de patente	118
Anexo 3:	
Pago a cuerpo de bomberos.....	119
Anexo 4:	
Pago de patente anual municipal y adicional	119
Anexo 5:	
Orden de pago	120
Anexo 6:	
Formulario.....	121
Anexo 7:	
Certificado de desuso de suelo.....	122

RESUMEN

La no existencia de un Centro de Asesoría Competitivo Micro Empresarial en el cantón Milagro, hacen que las personas que buscan este servicio se sientan completamente insatisfechas, motivo por el cual surgió necesidad de crear este tipo de servicio para satisfacer las necesidades y expectativas de los microempresarios, esta actividad atenido un desarrollo constante al crecimiento de la comunidad , este sector consta con una plaza de mercado altamente rentable, por ello se considera viable la creación de este centro de asesoramiento micro empresarial. Hemos realizado un estudio profundo de mercado en éste perímetro, demostrando a través de las cinco fuerzas de Porter, en el cuál se ha identificado a nuestras fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas y la aplicación de técnicas investigativas denominada encuesta, la aplicación de esto nos demostró que la demanda para la creación del centro de asesoría planteado podrá generar excelentes ingresos monetarios. Una vez obtenidos éstos datos importantes conformados por todo lo que necesitamos para iniciarnos en ésta actividad y a su vez también realizamos la proyección de ingresos tanto mensual como anual, posteriormente se hizo los estados financieros en los cuales se reflejaron los movimientos de efectivo y la utilidad durante el período contable al que están sujetas. Para poder cumplir con éstas proyecciones se necesitará la aplicación de estrategias comerciales, las mismas que se han dejado determinadas para ponerlas en prácticas y lograr la fidelidad de los clientes, esto nos garantiza el éxito empresarial y así nos afianzaremos en este mercado. Una vez explicado brevemente en este resumen todo lo que haremos para sobresalir con éste servicio, esperando dejar bien en claro que la creación de éste centro de asesoría micro empresarial en el cantón de Milagro, con todo esto lograremos resaltar ante nuestros competidores y mantener una buena participación en el mercado laboral.

ABSTRACT

The absence of a Micro Business Training Counseling Center in the town of Milagro, cause people seeking this service will feel completely dissatisfied, why did the pressing need to create this type of service to meet customer needs and expectations end, these businesses complied constant development due to Milagreña community growth, this sector has a highly profitable marketplace, this is considered viable by creating this micro- business center. We conducted a thorough study of market in this area, demonstrating through Porter's five forces, in which has been identified to our competitors, potential substitute services, besides we have identified our strengths, weaknesses, opportunities and threats and the implementation survey called investigative techniques, the application of this we showed that demand for the establishment of training center raised can generate excellent cash in come. Once they obtained important data we proceeded to perform the projection of costs and expenses, which are comprised of all that need to initiate in this activity and in turn we also projected monthly and annual income, subsequently became the financial statements which were reflected in the cash flow and profit during the accounting period to which they are subject. To meet these projections will require the implementation of business strategies, the same those determined to have left them in practice and achieve customer loyalty, this will ensure business success and so we will secure in this market. Having explained briefly in this summary or we'll do everything to excel this service, hoping to make it clear that the creation of this micro-business center in the town of Milagro, will be welcomed with all this achieved success before our competitors and maintain good participation laboral market.

INTRODUCCIÓN

Muchos de los empresarios milagreños no han sabido adaptarse a un mundo donde la tasa de obsolescencia en las ciencias aumenta vertiginosamente. De esta manera, se han ido rezagando y resistiendo a los cambios y a las transformaciones, ubicándose lamentablemente últimos en acoger estos cambios.

El empresario milagreño, por lo general, no asimila con rapidez las nuevas situaciones que lo llevarían a ser más competitivo.

La ciudad de Milagro ha pasado por muchos cambios, fenómenos que han hecho que la economía se desestabilice y que el sector empresarial se enfrente a todos estos sucesos, quedando así la mayoría, con desequilibrios a nivel de organización, reducción en sus utilidades, aumentos en costos o simplemente perciben cierto grado de utilidad creyendo que están bien cuando realmente pueden conseguir más.

Por lo tanto la Microempresa juega un importante papel en el crecimiento económico de la zona y más aún, cuando se han modificado las reglas de juego en los negocios, donde el mercado actual, exige microempresas ágiles, innovadoras, que mantengan un estrecho contacto con el cliente, a quien atiende con todas sus exigencias, reacciona con rapidez, y se ajusta a los cambios con facilidad y prontitud.

Nuestro trabajo está enfocado a las necesidades que tienen los microempresarios tales como capacitación en el área de mercadeo sobre todo en cuanto a precios, productos, plaza y promoción; actualmente tienen una demanda acrecentada día a día, producto del crecimiento poblacional de nuestro cantón, la alta demanda que tienen estos, al buscar centros de asesoramientos para poder ser competitivos en el mercado laboral hace que este tipo de negocio sea representativo para quienes se dedican al mismo, cabe recalcar que para buscar centros de asesoramientos hay que desplazarse a otras ciudades.

Milagro no cuenta con un centro de asesoría exclusivo, que satisfaga las necesidades de una gran parte de microempresarios que buscan su superación y mejorar su productividad. Por tal motivo nace la idea de brindar asesoría a las microempresas con la finalidad de hacerlas competitivas y sostenibles a largo plazo.

El servicio que se va a brindar tendrá como característica el buen trato y contar con asesores profesionales y con un alto grado de conocimiento y experiencia al momento de asesorar. Ese va a ser el valor agregado que le daremos a nuestro servicio, siendo este factor importante para acrecentar nuestra cartera de clientes y la contar con la fidelidad de los mismos.

Este servicio estará dirigido básicamente hacia microempresarios, los cuales tendrán como ayuda nuestro servicio, se pensó en este servicio ya que no todos los microempresarios cuentan con una formación académica, o tal vez una visión clara acerca del negocio en donde se están desarrollando.

Muchas de las microempresas en la actualidad no llegan a cumplir más de un año en el mercado ya que no cuentan con una estructura financiera sólida y no saben cómo estructurarla para poder mantenerla en perfecta situación a nivel empresarial, hay que tener en cuenta que otros de los factores básicos e importantes es la parte financiera, ésta nos ayuda a realmente distribuir el dinero de forma correcta y a manejar el dinero para que se multiplique y no se estanque la empresa con un mal uso, el cual puede llevar a la quiebra a muchas empresas.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El problema real son las condiciones y las oportunidades desiguales en las cuales las microempresas compiten en relación con las pequeñas, medianas y grandes empresas, desigualdades que van desde el más elevado costo de las materias primas, insumos y/o productos, hasta las políticas reglamentarias de las entidades financieras que definen el marco para las operaciones comerciales que representan grandes obstáculos al desarrollo de este sector, y las microempresas que logran acceder al sistema financiero deben asumir altísimas tasas de interés, por ser entidades, con operaciones de alto riesgo.

Al interior de las empresas, subyacen los viejos problemas relacionados con el atraso tecnológico, los anacrónicos métodos de gestión y otros muy relacionados con la forma de producir, vender y administrar del pequeño empresario.

Con lo anteriormente expuesto, nos podemos dar cuenta que existen una serie de obstáculos al momento de querer emprender un negocio y sobrellevarlo de la mejor manera.

Uno de los mayores problemas de los microempresarios es hacer las cosas empíricamente, por ejemplo instalar un negocio sin previa investigación o información básica, cabe resaltar que actualmente el país no cuenta con una elaboración por de datos o específica, exacta o actualizada de todos los sectores

comerciales, es donde comienzan los problemas, esto conlleva que el negocio no pueda alcanzar un éxito.

Dificultad de adquirir insumos para la producción, para acceder a mercados más rentables para la venta de sus productos en consecuencia la falta de realismo en los estudios de mercado.

Dificultades para obtener permisos de venta y desconfianza en la calidad de sus productos por parte del público.

Escasa o nula cobertura de seguridad social e inestabilidad del empleo, especialmente en períodos de crisis de la microempresa; tendencia a un bajo nivel de ingresos debido a que ocupa una alta proporción de trabajadores con escasa calificación.

Técnicas de producción simples y artesanales, bajo nivel de componentes tecnológicos no físicos (no se manejan conceptos modernos de organización ni de administración) y falta de capital para mejorar la tecnología productiva.

La mayoría de estos problemas de alguna u otra manera se hacen presentes en los microempresarios de sectores populares, que son aquellos que cuentan con menores recursos.

La formación de compañías de asesoría parece ir ligada a las grandes empresas, es por ese motivo que la innovación que presenta este proyecto de asesoramiento que se crea la necesidad de que haya un organismo que sea imparcial con criterio propio, capaz de referirse a cualquier tipo de entidad sea esta pública o privada.

Una entidad que pueda abarcar a toda la organización o a una parte de la misma, es decir, que pueda intervenir en el diseño de una nueva estructura, sistemas y procedimientos o en la revisión y análisis de los existentes, incluyendo en los estudios de aplicación del proceso automático de datos, distribución y arreglo de espacio físico, utilización de equipos, etc.

En la actualidad existen compañías consultoras que dan el servicio de auditorías, análisis de problemas específicos pero no hay un Centro asesoría que se dedique por completo al estudio de las organizaciones en toda su estructura, lo que llevaría a la mejor utilización de los recursos, lo que trae en consecuencia mayores niveles de

eficiencia, productividad, calidad, logrando así poder ser competitivos ante los demás países.

Dado lo anterior, consideramos necesario el estudio y análisis de esta problemática, con la finalidad de ofrecer a las microempresas seleccionadas una estrategia que les permita crear, mantener y desarrollar personas motivadas y satisfechas con la finalidad de alcanzar los objetivos.

1.1.2 Delimitación del problema.

El proyecto estará delimitado en la zona urbana de la ciudad de Milagro, en consecuencia está orientado a los microempresarios que sientan la necesidad de optimizar recursos, y que pueden requerir de pequeñas modificaciones de las actividades, o revisiones estratégicas más amplias.

Espacio

País: Ecuador

Región: Costa

Sector: Empresarial

Provincia: Guayas

Cantón: Sector urbano de Milagro (Desde la calle García Moreno y sus alrededores hasta la calle Calderón).

1.1.3 Formulación del problema

¿Cuáles son las variables que miden la competitividad en el sector microempresarial?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera afecta a la sostenibilidad de un negocio, la aplicación de estrategias de Investigación de Mercados antes de lanzar un producto y/o servicio?

¿De qué manera la expansión del campo de acción de una empresa, influye en el grado de competitividad de esta?

¿El mejoramiento de la calidad de productos de una empresa, que efectos genera en su participación de mercado?

¿Qué beneficios de índole social se generan, incrementando la capacidad competitiva de una empresa?

1.1.5 Determinación del tema.

Creación de una Empresa de Asesoría para la competitividad empresarial en la ciudad de milagro.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general de la investigación.

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios que contribuya al sector micro empresarial, mediante el análisis de las principales variables que influyen en el nivel de productividad para mejorar el nivel de competitividad de este sector.

1.2.2 Objetivos Específicos de la investigación

Conocer las necesidades específicas de los clientes del sector micro empresarial de la ciudad de Milagro.

Analizar la posibilidad de incrementar el alcance de las empresas del sector micro empresarial de Milagro.

Mejorar el nivel de calidad de los productos y/o servicios de las microempresas, para fidelizar clientes.

Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, tanto de los clientes internos como externos del sector micro empresarial.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación.

En el entorno actual, ser competitivo es una condición que determina el crecimiento y la permanencia de las empresas en los mercados globalizados y altamente rivalizados, por lo cual la búsqueda de la competitividad se convierte en un reto permanente al que se enfrentan las empresas. Para que una empresa llegue a ser competitiva, requiere de un largo y complejo proceso, donde se articulan las

acciones, estrategias y ventajas competitivas que se desarrollan en sus diferentes procesos organizacionales y administrativos.

Es importante establecer que una de las mayores falencias que se evidencia en el estudio de la competitividad empresarial, es en el aspecto metodológico. Los abordajes metodológicos que se han desarrollado son muy pocos y algunas de las herramientas utilizadas comúnmente en los estudios de competitividad empresarial, no han sido concebidas para tal fin. Adicional a esto los modelos que se han diseñado para medir la competitividad tienen un enfoque nacional, pero no se presta la misma atención al sector comercial regional.

Es por esto que mediante esta investigación se pretende obtener mayor conocimiento sobre las empresas comerciales regionales, sus características y ventajas competitivas, para así diseñar un modelo de competitividad unificado que permita medir o identificar la misma en diferentes empresas del sector y hacer comparativos bajo las mismas variables de medición.

Altos niveles de competitividad se asocian con altos niveles de desarrollo económico; el desarrollo económico es el logro de una mejora sostenida y de largo plazo en el estándar de vida de un país, por esta razón se dice que, para ser competitivos se necesita mejorar la productividad y esto se logrará mediante cambios en los procesos ineficientes y en la mala utilización de recursos.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCOTEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante.

El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.

También se utiliza la palabra comercio para referirse a un establecimiento comercial o tienda, los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura, al principio, la agricultura que se practicaba era de subsistencia, donde las cosechas obtenidas eran las justas para la población dedicada a los asuntos agrícolas.

Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos al día a día de los agricultores, como por ejemplo la fuerza animal, o el uso de diferentes herramientas, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento propicio para el nacimiento del comercio, favorecido por dos factores:

Las cosechas obtenidas eran mayores que la necesaria para la subsistencia de la comunidad.

Ya no era necesario que toda la comunidad se dedicara a la agricultura, por lo tanto parte de la población empezó a especializarse en otros asuntos, como la alfarería o la siderurgia.

Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse con otros objetos en los que otras comunidades estaban especializadas. Normalmente estos objetos eran elementos para la defensa de la comunidad (armas), depósitos para poder transportar o almacenar los excedentes alimentarios (ánforas, etc.), nuevos utensilios agrícolas (azadas de metal...), o incluso más adelante objetos de lujo (espejos, pendientes, etc.).

Este comercio primitivo, no solo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, entre otros, el trabajo en hierro, el trabajo en bronce, la rueda, el torno, la navegación, la escritura, nuevas formas de urbanismo, y un largo etcétera. En la Península Ibérica este periodo se conoce como el orientalizante, por las continuas influencias recibidas de Oriente. En este momento es cuando surge la cultura ibérica.

Además del intercambio de innovaciones, el comercio también propició un paulatino cambio de las sociedades. Ahora la riqueza podía almacenarse e intercambiarse. Empezaron a aparecer las primeras sociedades capitalistas tal como las conocemos hoy en día, y también las primeras estratificaciones sociales. En un inicio las clases sociales eran simplemente la gente del poblado y la familia del dirigente. Más adelante aparecieron otras clases sociales más sofisticadas como los guerreros, los artesanos, los comerciantes, etc.

El trueque

El trueque era la manera en que las antiguas civilizaciones empezaron a comerciar. Se trata de intercambiar mercancías por otras mercancías de igual valor, el principal inconveniente de este tipo de comercio es que las dos partes involucradas en la transacción comercial tenían que coincidir en la necesidad de las mercancías ofertadas por la otra parte. Para solucionar este problema surgieron una serie de

intermediarios que almacenaban las mercancías involucradas en las transacciones comerciales. Estos intermediarios muy a menudo añadían un riesgo demasiado elevado en estas transacciones, y por ello este tipo de comercio fue dejado de lado rápidamente cuando apareció la moneda.

Introducción de la moneda

La moneda, o dinero, en una definición más general, es un medio acordado en una comunidad para el intercambio de mercancías y bienes. El dinero, no sólo tiene que servir para el intercambio, sino que también es una unidad de cuenta y una herramienta para almacenar valor. Históricamente ha habido muchos tipos diferentes de dinero, desde cerdos, dientes de ballena, cacao, o determinados tipos de conchas marinas. Sin embargo, el más extendido sin duda a lo largo de la historia es el oro.

El uso del dinero en las transacciones comerciales supuso un gran avance en la economía. Ahora ya no hacía falta que las partes implicadas en la transacción necesitaran las mercancías de la parte opuesta. Civilizaciones más adelantadas, como los romanos, extendieron este concepto y empezaron a acuñar monedas. Las monedas eran objetos especialmente diseñados para este asunto. Aunque estas primitivas monedas, al contrario de las monedas modernas, tenían el valor de la moneda explícito en ella. Es decir, que las monedas estaban hechas de metales como oro o plata y la cantidad de metal que tenían era el valor nominal de la moneda.

El único inconveniente que tenía el dinero era que al ser un acuerdo dentro de una comunidad, podía tener no sentido un dinero fuera de contexto. Por ejemplo, si el elemento de intercambio de una comunidad eran dientes de ballena, aquellos dientes no tenían ningún valor fuera de la comunidad.

La divisa, ahora sí, es un elemento de intercambio aceptado en una zona mucho más amplia que la propia comunidad. La divisa más habitual era el oro puro, aunque a lo largo de la historia también han aparecido otros, como la sal o la pimienta. Las divisas facilitaron el comercio intercontinental en gran medida.

Las rutas comerciales

A lo largo de la Edad Media, empezaron a surgir unas rutas comerciales transcontinentales que intentaban suplir la alta demanda europea de bienes y mercancías, sobre todo de lujo. Entre las rutas más famosas destaca la Ruta de la Seda, pero también había otros importantes como las rutas de importación de pimienta, de sal o de tintes.

El comercio a través de estas rutas era un comercio directo. La mayor parte de las mercancías cambiaban de propietario cada pocas decenas de kilómetros, hasta llegar a las ricas cortes europeas. A pesar de eso, estas primeras rutas comerciales ya empezaron a hacer plantearse en los estados la regulación de la importación. Incluso hubo momentos que se prohibió el uso de la seda para la vestimenta en el sexo masculino, con el fin de rebajar el consumo de este caro producto.

Las Cruzadas fueron una importante ruta comercial creada de manera indirecta. La ruta que se creó a raíz del movimiento de tropas, suministros, armas, artesanos especializados, botines de guerra, etc. reactivó la economía de muchas regiones europeas. Este mérito se atribuye en parte al rey inglés Ricardo I Corazón de León, que al involucrarse en la Tercera Cruzada consiguió importantes victorias comerciales para Europa, como por ejemplo el restablecimiento de la Ruta de la Seda, la recuperación de las rutas de la pimienta.

Sector microempresarial

En este vasto sector social plagado de un sinnúmero de iniciativas económicas, ubicamos a un tipo de iniciativa que pareciera ser más "estable" o por lo menos no "transitoria", las cuales son emprendidas por personas generalmente de escasos ingresos (cerca del 80% de la población venezolana se encuentra en situación de pobreza).

Estas iniciativas denominadas Microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han encontrado motivados por la situación de desempleo, para complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar las habilidades y destrezas con las que se cuentan.

En cuanto al estrato social de origen cada vez es más difícil precisarlo, bien porque aquellos denominados "clase media" se han fusionado con estratos inferiores en una

movilización social vertical descendente, o porque en prevención de ello sus integrantes están optando por formas alternativas y complementarias para generar ingresos, en un esfuerzo por enfrentar la merma de la calidad de vida hasta ahora disfrutada.

Las diversas iniciativas económicas emprendidas van desde la señora ama de casa, madre soltera de 4 hijos, habitante de un barrio de la ciudad que decidió prestar el servicio de costura o de elaboración de empanadas; pasando por el joven adulto padre de familia, que instaló un rudimentario taller mecánico en el garaje de su vivienda, hasta aquellos jóvenes profesionales de Barquisimeto que emprendieron una empresa de lentes de contacto, UltraLens, siendo hoy en día la única que fabrica lentes de contacto bifocales blandos en toda Latinoamérica. Para el año de 1996 contaba con el 25% de participación en el mercado nacional, compitiendo un 40% de su producción con productos importados y exportando a las islas Antillas y a otras regiones de Latinoamérica.

A cerca de la razón y emoción de su surgimiento

La generación de una idea de negocio y el emprendimiento de ésta, se realiza desde diversas razones, emociones y motivaciones:

- ✓ La pérdida de un trabajo, la posibilidad de contar con un socio o amigo que acompañe un proyecto, la tenencia de ahorros o un arreglo contractual por trabajo anterior.
- ✓ La percepción o identificación de una oportunidad como la existencia de un socio capitalista, la posibilidad de un equipo o maquinaria que se posee.
- ✓ Un entorno donde se identifican posibilidades de éxito, bien porque existe una necesidad insatisfecha o un producto susceptible de ser mejorado.

Estas razones y emociones permiten identificar, en primera instancia, una Taxonomía Simple que contribuya a interpretar el proceso de surgimiento de una Microempresa, si es que su proceso difiere al de casi cualquier empresa.

En segunda instancia, se realizan algunas combinaciones entre las formas simples, pretendiendo lograr el mayor acercamiento posible a esta realidad.

La selección de variables utilizadas responde más a la asociación existente entre ellas, que a algún esquema conceptual conocido, existiendo por ello combinaciones de aspectos o variables referidas a "contenido" y otras más cercanas a "procesos".

Así tenemos que, las empresas surgen con base en la urgencia, la oportunidad de mercado, la oportunidad tecnológica o la oportunidad financiera, pudiéndose suceder diversas composiciones o combinaciones entre estas formas simples que sirven de punto de partida para su interpretación básica.

A cerca de las microempresas

Las Microempresas surgen como alternativas de empleo de aquellos trabajadores que no son absorbidos por el modelo de desarrollo vigente.

Para la mayor parte de los trabajadores, la pérdida de empleo asalariado o la imposibilidad de su obtención, implica altos riesgos en términos de las posibilidades de supervivencia.

En la década de los sesenta existieron esfuerzos para explicar y atender el reciente fenómeno de las iniciativas de supervivencia de los desempleados o no absorbidos por el modelo de industrialización vigente.

No obstante, esta atención fue orientada a explicarlo como crítica al capitalismo industrial naciente en nuestros países y atenderlo desde la perspectiva de mitigación de la pobreza, con programas de subsidio y no fue visto como un elemento posibilitador de emprendimientos que podrían hacer surgir un nuevo componente económico de la sociedad de la época.

De aquí, que se entienda tradicionalmente como las Microempresas, a las unidades productivas que se caracterizan por:

Bajos índices de la relación capital-trabajo; uso de tecnologías relativamente simples, intensivas en mano de obra y generalmente de baja productividad, con una débil división técnica del proceso productivo.

Una escala relativamente pequeña de operaciones, tanto en lo que respecta a los volúmenes de ventas de flujo de capital y de como a los volúmenes de trabajadores.

Las unidades productivas unipersonales (trabajadores por cuenta propia) son parte importante del volumen total.

El propietario de los medios de producción trabaja directamente en la unidad productiva y recurre frecuentemente al trabajo de otros miembros del grupo familiar, aunque eventualmente recurra al empleo de trabajadores asalariados.

El aprovechamiento de las relaciones familiares y de amistad suele sustituir el precario acceso a los mecanismos de apoyo del Estado, a la vez que frecuentemente también escapan a su control.

Sus formas de vinculación, tanto a los mercados de factores como de productos los obligan a comprar a precios relativamente altos y a vender a precios relativamente bajos.

Como consecuencia de todo lo anterior, estas unidades se ven en la imposibilidad de acumular excedentes reinvertirlos y por lo tanto, en la mayoría de las veces reproducen precariamente su existencia, remunerando de la misma manera a sus trabajadores.

Consecuentemente las medianas empresas emplearán de diez a veinte personas y empresas con más de veinte son consideradas grandes empresas.

La administración de personal no apareció de improviso, y aunque no es posible señalar cuándo se dio inicio al uso de sus técnicas, sí sabemos que es condición indispensable para la existencia de la civilización.

Desde la más remota antigüedad el hombre al hacerse gregario tuvo que practicar alguna forma de división del trabajo y asumir, aceptar, pelear o apoyar un liderazgo.

En el clan se dan las primeras formas empíricas de gestión, pues su organización y maduración dará origen a las tribus. La caza, agricultura, pesca, la construcción, el comercio y la guerra requieren de un grado avanzado de organización y de gestión de los recursos humanos.

Los grandes arquitectos o constructores de la antigüedad tuvieron que hacer un perfil del personal, seleccionarlo, asignarle labores, iniciarlo, capacitarlo y motivarlo. Su liderazgo para la gestión fue autocrático y religioso.

Con la creación de la familia como célula básica de la sociedad se establece la división de las tareas y se definen roles que permitirían luego la aparición de la nación. Los tipos de gestión de recursos humanos van ganando espacios en las doctrinas que enmarcan las políticas de los gobernantes; así en las civilizaciones se nota el extraordinario desarrollo que tuvieron los modelos de organización y de gestión de sus recursos humanos.

A mediados del siglo XVIII la creación de las grandes máquinas para la producción dan inicio a la revolución industrial. Primero en Inglaterra y poco después en Europa y América del Norte. La producción creció enormemente y con ella las condiciones de hacinamiento, peligro, inseguridad y profunda insatisfacción. Se crearon entonces en algunas organizaciones los “Departamentos de Bienestar de personal”, antecesor directo de los departamentos de personal actuales; velaban por educación, vivienda, atención médica, así como de impedir que se formen sindicatos. El hecho es que por primera vez se acepta la necesidad de que haya un departamento en la organización que se encargue exclusivamente de solucionar los problemas de personal, esto requería de una persona especializada y ya no improvisada, diferenciándose de las labores de los capataces, jefes de turno, gerentes de operación y otros puestos similares. La segregación racial, el feudalismo, el capitalismo, el socialismo, el comunismo, el neoliberalismo, marcan las diferencias en las organizaciones, los modelos de gestión de personal y los cambios para el desarrollo.

En el siglo XX se incorpora todos los conocimientos de la ciencia y tecnología a la administración, así se inicia el movimiento de la “Administración Científica” o taylorismo.

Mejorar la eficiencia, favoreciendo la capacitación y especialización, hizo más necesaria la creación de departamentos especializados de gestión de personal.

Robert Owen fue uno de los precursores de la teoría científica de administración, administró varias fábricas de hilados en New Lanark, Escocia, a principios del siglo XIX. Las condiciones de trabajo y de vida eran deficientes, hombres mujeres y niños hasta de cinco o seis años trabajaban hasta catorce horas diarias, seis días a la semana; los salarios eran bajos, había hacinamiento y pobreza. Owen desempeñó el rol de “Reformador”, construyó viviendas, puso bazar en la compañía, redujo la

jornada laboral a diez horas y media y se negó a contratar niños menores de diez años. Invertió en las “máquinas vitales”, calificó su rendimiento, fomentaba el orgullo y promovía la competencia.

Charles Babbage, matemático inglés, aplicó principios científicos a los procesos de trabajo para incrementar la productividad y disminuir costos. Fue uno de los primeros en promover la división del trabajo.

Frederick W. Taylor (1856–1915) basó su teoría en el análisis de tiempos y movimientos en la línea de ensamble. Dividió cada tarea en sus componentes y diseñó los más rápidos y mejores métodos para llevarlos a cabo. Aumentó el pago de acuerdo a la productividad. Disminuyó la jornada laboral a ocho horas y media e introdujo periodos de descanso. En sus obras: “Shop Management” y “The Principales of Científica Management” describió su filosofía:

- 1.- El desarrollo de una verdadera ciencia de la administración, de modo que, por ejemplo, pudiera determinarse el método óptimo para ejecutar cada tarea.
- 2.- La selección científica de los trabajadores.
- 3.- La educación y desarrollo científico del trabajador.
- 4.- Cooperación íntima y amistosa entre todos los trabajadores y empleados.

Henry Gantt (1861–1919) Ingeniero civil, trabajó con Taylor. Al separarse reconsideró el sistema de incentivos Tayloriano. El sistema de tarifas diferenciadas no era motivación importante y estableció bonos para los trabajadores que terminaban su trabajo de un día y bonos para su supervisor. Evaluó al personal y creó la gráfica del cronograma de actividades, Gráfica de Gantt.

Los esposos Gilbreth, escribieron la “psicología de la Administración”, estudiaron la fatiga y el movimiento y el bienestar del personal. Fin supremo era ayudar a los trabajadores a alcanzar su pleno potencial como seres humanos. Crearon el plan de tres posiciones para la promoción del personal.

Henry Fayol (1814–1925) se le considera el fundador de la escuela clásica, por haber sido el primero en sistematizarlo. “Con los pronósticos científicos y los métodos administrativos adecuados, eran inevitables los resultados satisfactorios”.

Mientras el interés de Taylor estaba en las funciones organizacionales, el de Fayol consistía en la Organización Total. Lo enseñó en las universidades.

Max Weber (1864–1920) creó la administración burocrática, jerarquía estrictamente definida, gobernada por normas claras y precisas, y lineamientos de autoridad. La evaluación de desempeño deberían hacerse en su totalidad en base al mérito.

Mary Parker Follet (1868–1933) Teoría de transición, “Nadie puede llegar a ser una persona integral si no pertenece a un grupo”. Promovió el autocontrol del grupo y apoyó la teoría de Taylor en cuanto a los intereses comunes entre trabajadores y directivos en la organización. Creó el modelo holístico de control: autocontrol, control de poder compartido, y control del grupo.

Chester Barnard (1866–1961) formuló las teorías de la vida organizacional, según la cual, la gente se asocia en organizaciones formales con el propósito de conseguir cosas que no podría lograr si trabajara en forma aislada, pero satisfaciendo en la organización además sus necesidades individuales. “Una empresa puede operar de manera eficiente y sobrevivir sólo si se mantienen equilibrio las metas de ella, así como los objetivos y necesidades del empleado.

Elton Mayo (1880–1949) creador de la escuela de la ciencia del comportamiento, dirigió los experimentos de Hawthorne de la Western Electric, Chicago. Midió el nivel de iluminación en el lugar del trabajo y la productividad de los empleados. Los incentivos financieros no eran la causa de mejora de la productividad, sino más bien el ambiente agradable, el buen trato y sentirse parte importante de la organización.

Argyris, Maslow y Mc Gregor, estudiosos de la conducta, sostuvieron que el concepto de “Hombre que se Realiza” explicaba de manera más exacta la motivación del hombre. La escuela cuantitativa aparece después de la segunda guerra mundial, estableciendo la investigación de operaciones y sus relaciones con la ciencia administrativa. Desarrollaron técnicas matemáticas para modelar, analizar, y solucionar problemas de administración. Utiliza las calculadoras, computadoras y grupo de expertos para la solución de problemas.

El enfoque de sistemas, ve la organización como un todo y como una parte de un ambiente externo más amplio, como un sistema unificado e interrelacionado entre sí.

Las partes del sistema son subsistemas, cuyo todo es mayor que la suma de las partes (sinergia), interactúan con su ambiente por lo que se le denomina abierto, pero tiene un límite que lo separa del ambiente externo.

Tiene flujos de materiales y energía o insumos que son transformados en el interior del sistema mediante procesos y salen de él en forma de productos. La clave del control del sistema es la retroalimentación.

El enfoque de contingencias llamado situacional, según varían las situaciones o circunstancias, utilizando la tecnología y conocimientos más adecuados para cada fin.

El nuevo movimiento de relaciones humanas enfoca integralmente la teoría de la administración, combinándola con conceptos positivos de la naturaleza humana y el estudio científico de las organizaciones, para recomendar la forma en que deben actuar los gerentes efectivos en la gran mayoría de situaciones o circunstancias.

Tom Burns y Stalker dicen que “el principio de la sabiduría en la administración consiste en advertir que no existe un sistema óptimo de administración”. Va más allá de la contingencia.

Edwards Deming estableció los principios de “Calidad” en el trabajo y las relaciones individuales de los trabajadores con otros, muy similar a los que ideó Fayol.

Tom Peters y Waterman publicaron su estudio sobre 43 compañías norteamericanas excelentemente administradas. Estas tuvieron rentabilidad constante durante más de veinte años, respondieron con éxito a las necesidades de los clientes, promovieron un ambiente de trabajo gratificante y pleno de desafíos para sus empleados y cumplieron con sus obligaciones sociales y ambientales. En su obra “La búsqueda de la Excelencia” descubren al hombre como ente sensitivo, intuitivo y creativo, en vez del hombre racional o el hombre motivado por el temor.

Peter Drucker y Ouchi, consideran que el, renovado énfasis en las relaciones humanas es un avance importante en el pensamiento administrativo. La toma de decisiones debe convertirse en una actividad participativa y la responsabilidad debe ser considerada como una función colectiva.

El pensamiento administrativo contemporáneo representa el proceso histórico iniciado en los mismos laborea de la humanidad. La administración como fenómeno social es concomitante con el advenimiento del hombre en la sociedad. Su estudio y desarrollo ha tenido diversos enfoques.

El surgimiento de PYMES en la mayoría de los casos provienen de las necesidades económicas de las personas, una variable también es la falta de empleo, es de esta manera que surgen las oportunidades de crear su propia micro empresa.

Cada vez con más frecuencia en el Ecuador, se conocen de iniciativas de empresarios (artesanos, músicos, deportistas, guías recreacionales o de turismo, mecánicos, peluqueras, etc.), que se inician en el campo de los negocios, ya sea esto el resultado de una necesidad de independencia económica, y la falta de oportunidades que tenemos en el país.

Un aspecto muy importante que el microempresario hace es valorar a la hora de crear o gestionar una microempresa es que existen sistemas de financiación que son creados especialmente para este tipo de empresas, tanto por parte de Bancos (créditos con condiciones especiales) como por parte del Gobierno (Subvenciones), en las cuales las microempresas se puede beneficiar en mayor medida, también si los propietarios entran dentro del perfil de joven emprendedor (en general menor de 35 años).

En muchos países existe una posibilidad económica llamada capital de riesgo que sirve para financiar, a menudo con grandes recursos, empresas que empiezan a funcionar o que disponen, incluso a nivel teórico, de ideas o tecnologías con un futuro prometedor y donde se esperan que grandes beneficios reviertan a medio plazo en los inversores de la sociedad, además de las personas que forman la empresa. Normalmente se debe ceder un número significativo de acciones de la empresa en caso de que existan varios socios, pero siempre se debe tener en cuenta de no llegar a perder el control de la misma, a cambio de este sistema de financiación. Muchas empresas han crecido y prosperado con este procedimiento.

Estas iniciativas se enmarcan algunas de ellas, dentro del ámbito de la microempresa. Muchas de estas personas para incorporarse al mercado de trabajo no cuentan con los conocimientos académicos necesarios, ya que cuentan con

conocimientos empíricos adquiridos a través del tiempo. Alrededor de 1,5 millones de microempresas conforman este sector crucial para la generación de empleo y de ingresos familiares; un millón de trabajadores intervienen en esta actividad.

2.1.2 Antecedentes Referenciales.



Somos una firma de Consultoría en Dirección y Gestión de Empresas orientada a trabajar con los Propietarios, Gerentes, Directivos y Administradores de empresas Ecuatorianas en el desarrollo de Estrategias y Buenas Prácticas Empresariales para mejorar las ventas, la productividad, la competitividad y la rentabilidad de sus negocios.

Garantizamos con resultados inmediatos: las ventas, la productividad, la rentabilidad y la expansión de su negocio, compañía u organización.

<http://www.consultoria-gerencial-empresarial.com/>

Descripción

Somos una firma de Consultoría en Dirección y Gestión de Empresas orientada a trabajar con los Propietarios, Gerentes, Directivos y Administradores de empresas Ecuatorianas en el desarrollo de Estrategias y Buenas Prácticas Empresariales para mejorar las ventas, la productividad, la competitividad y la rentabilidad de sus negocios.

Garantizamos con resultados inmediatos: las ventas, la productividad, la rentabilidad y la expansión de su negocio, compañía u organización.

Información General

Elaboramos su planificación estratégica competitiva.

Volvemos estable financieramente su empresa.

Organizamos eficientemente el personal de su empresa.

Mejoramos la productividad y el rendimiento de su personal.

Restauramos la confianza y la honestidad en el trabajo.

CEVIPOR S.A.

Rescatamos empresas en crisis.

Es una empresa que desarrolla servicios de asesoría y consultoría dirigidos a fortalecer las capacidades de gestión de organizaciones de desarrollo social, tanto públicas como privadas en su búsqueda permanente por la sostenibilidad integral. CEVIPOR S.A. cuenta con 6 grandes áreas a Capacitar: .-

- ✓ Administración
- ✓ Marketing y ventas
- ✓ Computación e informática
- ✓ Educación y formación
- ✓ Las Instalaciones y Equipos de cocina Computación e Informática:
- ✓ Computación A B C
- ✓ Excel Financiero
- ✓ Adobe Photoshop.

CEVIPOR S.A está comprometida con el desarrollo de procesos de planeación estratégica y desarrollo institucional y su implantación se caracteriza por manejar contenidos conceptuales y su aplicación en las actividades de trabajo diario. Con un enfoque de trabajo, proceso participativo, de reflexión, auto análisis y aprendizaje, para definir y planear los cambios congruentes con la finalidad de la organización y con el plan estratégico resultado de éste proceso. Incrementa tanto la efectividad de las instituciones como el bienestar de sus miembros, mediante la intervención en los procesos humanos, empleando el conocimiento de la ciencia del comportamiento y sus métodos de intervención.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Fundamentación científica.

Las Microempresas, se sigue considerando de acuerdo a la cantidad de trabajadores que en ella operan, puesto ello constituye una diferencia fundamental de las Pymes, además de la cuantía de sus activos y ventas, la gestión del talento humano depende, entre otros, de varios aspectos como son:

La cultura de la organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada y los procesos internos.

En cualquiera de los escenarios la gestión del talento humano está conformada por las personas y las organizaciones, siendo lo básico la forma como se trata a las personas, sea como socios o como recursos. La administración del talento humano debe perseguir la optimización de habilidades de las personas, participación, creatividad y mejoramiento continuo.

Es imposible establecer una separación entre las personas y las organizaciones. Estas operan a través de las personas que hacen parte de ellas, son quienes deciden y actúan en su nombre, dependiendo de estas para alcanzar sus objetivos y cumplir sus misiones; de igual manera las organizaciones constituyen para las personas el medio de alcanzar varios objetivos en el menor tiempo y esfuerzo posible. La gestión del talento humano conlleva al reconocimiento de las personas como capaces de dotar la organización de inteligencia y como socios capaces de conducirla a la excelencia.

Las personas deben ser concebidas como el activo más importante en las organizaciones.

Relación con la psicología:

La psicología es una de las disciplinas que mayores contribuciones ofrece a la administración de personal.

Esta conjugación interdisciplinaria se evidencia no solo en el proceso de selección, el más importante de todos los que integran un sistema de administración de personal, sino también en las diferentes fases relativas a la supervisión de personal.

Relación con la sociología:

Ante la aceptación del postulado de que la administración es una ciencia social, existe la corriente de que dicha disciplina debe profundizar en el campo de las investigaciones sociales para revisar y actualizar sus principios.

Al decir de un estudioso de la materia, hay precedente de que tales investigaciones se han realizado en importantes empresas privadas y en instituciones universitarias habiendo cubierto el campo de la sociología, la psicología y la antropología aplicadas a la administración.

2.1.4 Marco Legal

Consideramos que todo negocio por más pequeño que sea, necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento.

Es por ello que resulta indispensable el establecer su respectivo estatuto de constitución donde podamos formular nuestros objetivos, recursos materiales, financieros y humanos que se utilizan en la creación y organización de una empresa.

En el siguiente apartado se tratan los distintos requisitos legales necesarios e indispensables para la correcta formalización y posterior funcionamiento de la empresa, que en este caso corresponde Al Servicio de asesoría para la Competitividad en la Ciudad de Milagro.

Amparados en las diferentes leyes de establecimientos tributarios, también es necesario cumplir con los de régimen municipal que están PRE-establecidos como el caso de: permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, prevención de incendios en el cuerpo de bomberos, registro único del contribuyente, y facturación acorde con establecido por el SRI.

Tal como lo establecen los artículos 1, 4, 5, 16, 19, 26,31. De la sección 1 en sus disposiciones generales. Las mismas que permiten formar la empresa que se encuentra en el territorio nacional, establecerse según los requerimientos que la misma se proyecte y las especificaciones que deben cumplir los dueños como socios y acreedores de las mismas.

Siendo necesario ampliar los aspectos legales que de acuerdo a las leyes y reglamentos son aplicados a la constitución de una empresa, las mismas que deben concretar la parte económica del personal laboral que en ella se desenvuelven.

Tal como lo establece el código de trabajo en sus artículos del 1 al 7, donde el derecho constitucional de la República del Ecuador ampara la irrenunciabilidad de los derechos del trabajador.

En función de esos derechos del trabajador el título 1, sobre el contrato individual del trabajo se debe tener en cuenta el artículo 8,12,13,14 y los demás que amparen el bienestar del empleado en función de proteger los intereses de ambas partes como son: el empleador y el empleado.

El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Cuenta de integración

Una vez aprobada la denominación de la compañía, se abre una cuenta de integración en un banco, como depósito en cuenta especial de la parte del capital suscrito que se haya pagado en numerario; el valor mínimo para depositar es el 25 por ciento del capital total; el certificado bancario protocolizado se adjunta a la escritura pública de constitución, en caso de que se aporten bienes inmuebles, el avalúo y la transferencia de dominio de los mismos se anexa a la escritura de constitución, y una vez aprobada por la Superintendencia de Compañías, previo a la inscripción en el Registro Mercantil, deberá inscribirse en el Registro de la Propiedad.

Escritura pública de la constitución

Esta escritura debe contener:

- a. Lugar y fecha donde se celebre el contrato,
- b. Nombre, nacionalidad, domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla,
- c. Objeto social,
- d. Denominación y duración.

- e. Importe del capital con el número de acciones en que se divida, clase, valor nominal, nombre y nacionalidad de los suscriptores, indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o bienes, el valor atribuido a éstos y la parte del capital no pagado,
- f. Domicilio de la compañía.
- g. Forma de administración y facultades de los administradores,
- h. Forma y épocas de convocar a las Juntas Generales.
- i. Forma de designación de los administradores, y qué funcionario tendrá la representación legal de la compañía,
- j. Normas de reparto de utilidades.
- k. Determinación de los casos para disolverse anticipadamente.
- l. Forma de proceder a la designación de liquidadores. Esta clase de compañía permite establecer un capital autorizado, cuyo valor es el doble del capital suscrito (Art.160 Ley de Compañías)

Afiliación a una de la cámara de la producción

La afiliación depende del objeto social de la compañía y de las autorizaciones especiales que determine la Ley (Cámaras de Comercio, Industrias, Pequeña Industria, Construcción, Minería, Agricultura).

Solicitud de aprobación en la superintendencia de compañías

Se anexa con la solicitud que debe tener firma de abogado, cuatro copias certificadas de la escritura de constitución, con una copia del certificado de votación del abogado patrocinador, en la que se solicita se apruebe la Constitución de la Compañía (art.- 136 de la Ley de Compañías).

- a. Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- b. Protocolización de la resolución aprobatoria.
- c. Publicación en un diario de la localidad del extracto de la escritura.
- d. Inscripción en el Registro Mercantil.
- e. Designación de los administradores de la compañía por la Junta General que se reunirá inmediatamente.

- f. Inscripción en el Registro Mercantil de los nombramientos de los administradores. Esta inscripción deberá ser dentro de 30 días posteriores a su designación, y la fecha de inscripción será la del inicio de sus funciones.
- g. Obtención del Registro de Sociedades de la compañía en la Superintendencia de Compañías, anexando copia de la escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil, original del nombramiento.
- h. Autorización de la Superintendencia de Compañías para retirar fondos de la cuenta de integración de capital.
- i. Obtención del RUC en el Servicio de Rentas, anexando original del registro de sociedades, copia de cualquier planilla en la que aparezca la dirección donde funcionará la compañía, copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal; copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal y carta de autorización de la persona que va a realizar el trámite.

Certificación de nombre.- Verificar en la Superintendencia de Compañía si nuestra razón social ya está siendo utilizada; en caso de no ser así entonces establecerla.

Requisitos para personas jurídicas.-

- ✓ Copia de Acta de Constitución inscrita en el registro mercantil y debidamente notariada.
- ✓ Copia de Constitución con resolución de aprobación de la organismos pertinentes
- ✓ Copia de Acta de designación de representante legal inscrito en el registro mercantil y copia de cédula.

Emisión del registro único de contribuyentes (RUC)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. La emisión del RUC requiere los siguientes requisitos:

- ✓ Copia de la Cédula de Identidad
- ✓ Acercarse a las oficinas del SRI
- ✓ Proporcionar datos informativos como la dirección, teléfono.
- ✓ Tipo de negocio o actividad a la que se dedica

- ✓ Firma y retira el RUC

Este trámite no tiene ningún costo monetario.

Solicitud de matrícula de comercio (de acuerdo al juzgado)

Demanda dirigida al Juez de lo Civil, solicitando se faculte el interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio con determinadas especificaciones. Se debe presentar por cuadruplicado la siguiente documentación:

- a) Demanda firmada por comerciantes y abogado patrocinador.
- b) Comprobante de pago de tasa respectiva en entidad bancaria (corresponde al 1% de la cuantía del capital)

Pago de tasa de matrícula de comercio.

- 1.- Certificación de documentos.
- 2.- Inscripción en el Registro Mercantil.
- 3.- Certificado de seguridad emitido por el Cuerpo de Bombero.
- 4.- Obtención de la Patente del comerciante.
- 5.- Permiso de funcionamiento o tasa de habilitación (una vez realizada la inspección).

Permisos

Todo negocio sin importar su finalidad debe cumplir con lo que dispone la ley en los ámbitos legales, tributarios, sanitarios, etc., para que sus operaciones sean reconocidas por las autoridades y especialmente por los clientes. Entre estos puntos procedemos a desglosar los parámetros a cumplirse para su funcionamiento.

- ✓ Permisos al Municipio
- ✓ Permisos de Bomberos
- ✓ Certificados Sanitarios
- ✓ Elaboración de Facturas
- ✓ Patentes
- ✓ Afiliación a Cámaras

Permisos de funcionamiento municipales

Este permiso o documento se lo obtienen en el Municipio en este caso en la ciudad de Milagro, cumpliendo los siguientes requisitos:

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente.

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Es un documento que da la mencionada entidad del Estado una vez que el personal del cuerpo de bomberos haya inspeccionado el local, en la cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ Pago de tasa o permiso. de acuerdo a la Actividad económica.

PERMISO DE LA DIRECCIÓN DE HIGIENE MUNICIPAL.

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deben someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, sobre todo al tratarse de una empresa que provee a sus clientes servicios.

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal
- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.

AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO

Para la afiliación a la Cámara de Comercio se requiere el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia Nombramiento Representante Legal

- ✓ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ✓ Planilla de Luz.
- ✓ Pago de suscripción en relación al Capital social

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Definición de Microempresa

Las microempresas son consideradas pequeñas unidades económicas-sociales, producto de los procesos de organización y experimentación social relacionadas con las actividades económicas a pequeña escala.

Estas unidades presentan un modo coherente y racional de organizar la actividad económica y se pueden comparar a empresas o negocios de pequeño tamaño que se presentan en algunos casos como: empresas familiares, cooperativas, empresas de servicios, talleres artesanales y comercio.

Todas las microempresas están constituidas por personas, donde el número puede ser muy variable, pero cada una aporta diferentes recursos y forman una sola unidad económica de trabajo y de gestión. Ahora, el microempresario posee una identidad específica, con una determinada racionalidad económica basada en el trabajo, pasando a ser el mayor recurso que posee, tratando en todo momento de optimizarlo y protegerlo.

Esta visión es entendible, ya que si se analiza la estructura de recursos que posee el microempresario, la mayoría presenta una carencia de capital y tecnología, siendo el trabajo el factor que asegura su funcionamiento en la medida que constituye su fuente de ingresos.

Ventajas

Las microempresas presentan una serie de ventajas económicas respecto de otras instancias productivas. Marshall y Fuente alba mencionan las siguientes:

Flexibilidad tecnológica: “Posibilidad de adecuar tecnologías a sus requerimientos lo que les permite transformaciones rápidas y a bajo costo, cuando se cambia de un producto a otro similar, lo que propicia un mejor uso de las maquinarias y herramientas disponibles”. Uso de tecnologías altamente intensivas en mano de obra.

Proximidad al mercado: Inserción en los mercados locales, esta proximidad los lleva a generar una amplia gama de bienes y servicios y a alterar su producción como respuesta a los cambios en los gustos o para captar aumentos en las demandas. Esta ventaja se traduce en una mayor capacidad para diversificar productos. Además las actividades de las microempresas permiten la exploración de nuevos mercados, susceptibles de ser cubiertas después por empresas de mayor tamaño.

Ventajas sociales: La microempresa presenta un alto grado de elasticidad de empleo, pues en situaciones de gran demanda incorpora con facilidad nuevas personas a la producción, y a su vez, en situaciones de crisis puede reducir personal sin generar grandes conflictos económicos por ello.

Por otro lado, las microempresas presentan rasgos característicos que las diferencian de otras unidades económicas, que según Marshall y Fuentealba son:

Organización del trabajo: Al interior de la Microempresa no existe una clara separación entre capital y trabajo. El microempresario es a la vez dueño y trabajador, por lo general, en la microempresa no existe gran división del trabajo, las funciones administrativas, de ventas, de producción y comercialización están concentradas en una misma persona.

Por lo tanto los trabajadores desempeñan habitualmente más de una función en el proceso productivo, en este sentido los integrantes aportan diferentes recursos, tanto materiales como personales, dentro de la organización del trabajo no existen muchos niveles jerárquicos, existen sólo los necesarios, a lo más dos, para el funcionamiento de la microempresa.

Trabajo familiar: La participación de los miembros del hogar, hombres y mujeres, adultos, jóvenes y niños es de vital importancia para la sobrevivencia de la microempresa, especialmente en sus comienzos y en los períodos de crisis económicas. Un gran número de microempresas se forma por decisión familiar.

Limitación del capital: Por lo general las microempresas operan con un capital reducido, lo que las obliga a abastecerse de maquinarias de segunda mano o a adaptar aquellas destinadas a otros usos.

Limitación de tecnologías: Se caracterizan por la utilización de tecnologías simples y artesanales que necesitan un volumen mayor de mano de obra. La disponibilidad de maquinarias y herramientas es inferior a la observada en el estrato moderno.

Estrategia comercial: Las microempresas se orientan a mercados de fácil acceso o con pocas restricciones de entrada, comúnmente se trata de mercados locales, conseguir estos mercados depende la mayoría de las veces de las habilidades personales y de los contactos del microempresario.

Clasificación de las Microempresas

Una primera clasificación de microempresa radica en la diferencia que existe entre las microempresas Formales e Informales. Las primeras son las que poseen Patente Municipal y tienen todos sus papeles al día, mientras que las segundas realizan sus actividades de forma ilegítima legalmente hablando o que no han cumplido todos requisitos exigidos por las distintas instancias municipales.

Una microempresa será considerada formal cuando posee una patente municipal, que será entregada cumpliendo los siguientes requisitos:

- ✓ Un local adecuado donde este instalada, aprobado por el Servicio de Salud del Ambiente.
- ✓ Declaración de Iniciación de Actividades, ante el Servicio de Impuestos Internos.
- ✓ Autorización de la Dirección de Obras de la Municipalidad.
- ✓ Autorización del Departamento de Patentes y Subsistencia de la municipalidad.
- ✓ Dentro de la gran cantidad de microempresas que existen y operan, están se dividen en distintos rubros, concentrándose en las siguientes áreas:

Producción: Estas son aquellas que producen artículos a menor escala y los venden a intermediarios, o al consumidor final. Destacan rubros tales como los de confección, mueblería, artesanía, juguetería, tejidos y calzado.

Comercio: Estas son aquellas que se dedican a la compraventa, compran productos los cuales venden, no los producen actuando como intermediarios, por lo cual reciben una cantidad de dinero como retribución. Destaca el rubro de alimentación, con la instalación de almacenes y puestos de ferias.

Servicio: Estas son aquellas que realizan un trabajo o prestan servicios a otras empresas. Destacan los rubros de reparaciones (gasfitería, electricidad, mecánica, entre otros), de aseo y ornato y de transporte

Por otro lado, las microempresas se pueden clasificar según la potencialidad, capacidad de crecimiento o de desarrollo; en este sentido se puede considerar la capacidad de generar ingresos que posean estas unidades, se pueden distinguir tres grandes grupos:

Microempresa de subsistencia: Estas son unidades económicas situadas bajo los niveles de acumulación, que no han logrado reproducir y/o retener excedente económico necesario para generar un capital o para reproducir el proceso de producción, sino más bien se limitan a remunerar el trabajo.

Microempresa de acumulación simple: Son aquellas que logran retener los excedentes generados en el proceso productivo, donde escasamente se garantiza reproducir el proceso de reproducción.

Posee escasa capacidad de ahorro, esta limitante impide innovar o ampliarse, pero si disponen de mano de obra semicalificada o calificada.

Microempresa de acumulación ampliada: Son aquellas que logran tener los excedentes generados en el proceso productivo, con un grado tal que este nivel abarca a las pequeñas empresas propiamente tales, que en su mayoría disponen de personal calificado y cuyos dueños generalmente poseen educación superior.

Además de esta clasificación, se pueden presentar distintos niveles de desarrollo, que dependerán de la realidad que vivan en un momento determinado, estos niveles son tres:

Nivel de sobrevivencia: La actividad es considerada de emergencia, transitoria y permite apenas la satisfacción de las necesidades básicas en términos de simple sobrevivencia fisiológica (por lo tanto en condiciones de subnutrición, insalubridad, viviendas precarias y de emergencia, etc.).

Nivel de subsistencia: La actividad permite satisfacer las necesidades básicas, pero no hace posible ninguna forma de acumulación y crecimiento; la opción puede

manifestar alguna continuidad y duración en el tiempo, aunque difícilmente sea asumida voluntariamente como opción permanente.

Nivel de crecimiento: Cuando las personas logran a través de la actividad, un progresivo mejoramiento de la calidad de vida, valoran ciertos aspectos especiales de lo que hacen (libertad, autogestión, etc.), o adicionan actividades culturales y de capacitación que las potencian y les abren mejores posibilidades de éxito y, en consecuencia, se juegan por la iniciativa emprendida como opción permanente a través de la cual buscan crecer e ir más allá de la simple subsistencia.

Debilidades de las Microempresas.

La mayoría de estos problemas de alguna u otra manera se hacen presentes en los microempresarios de sectores populares, que son aquellos que cuentan con menores recursos.

Desde el punto de vista del financiamiento a las microempresas se les puede conceptuar como unidades económicas de carácter familiar, cuyas necesidades de financiamiento son para capital de trabajo.

Actualmente este mercado constituido por las microempresas se caracteriza por la carencia de capital de giro que los autolimita en su desarrollo y además cuentan con fuertes barreras para acceder a un crédito ágil y oportuno del sistema financiero formal.

En consecuencia, este tipo de mercado casi no ha obtenido financiamiento de los intermediarios financieros formales, lo que se traduce en la frecuente recurrencia al sistema informal de créditos (no regulado).

Posibilidades de Crecimiento de la Microempresa

Se puede señalar dos elementos que definen las posibilidades de crecimiento:

- ✓ Las condiciones y el tipo de mercado de bienes y servicios en el que se inserta.
- ✓ La capacidad de gestión empresarial (habilidades, destrezas y conocimientos) de su conductor.

Condiciones: La exigencia de un cierto nivel de eficiencia interna (de estructura y de funcionamiento), que permita la generación suficiente de excedentes para reinvertir, exigencia que parece que cumplen muchas microempresas.

Que los excedentes generados no se pierdan totalmente en las transacciones de compra de insumos y servicios, y venta de productos, esto reduce significativamente el universo.

Expandir el mercado para el crecimiento pues sólo pueden crecer las microempresas que producen para un mercado en crecimiento o con demanda insatisfecha y que, adicionalmente, puedan competir ventajosamente con empresas más grandes, o que en estos mercados no exista competencia.

Adicionalmente a las condiciones objetivas, el crecimiento de la microempresa demanda un conjunto de condiciones subjetivas de su conductor, para que pueda visualizar, formular y conducir el crecimiento posible.

Son raros los casos en los que una microempresa que muestra condiciones objetivas para el crecimiento, está conducida por una persona con muy pocas condiciones subjetivas para la gestión empresarial (productiva y administrativa).

Asimismo, no es frecuente que un conductor de microempresa hábil y diestro para la gestión cuya unidad no evidencie condiciones mínimas para el crecimiento.

Las microempresas que reúnen simultáneamente las condiciones objetivas y subjetivas de crecimiento, y el deseo de involucrarse en este proceso por parte de su conductor, conforman el grupo de microempresas que tienen como desarrollo posible en tanto unidades individuales el tránsito hacia pequeñas y medianas empresas.

Microempresa.- Es una empresa de tamaño pequeño, que ejerce una actividad económica de forma regular ya que cuenta con un máximo de 6 empleados.

La microempresa se define ya no en términos de marginalidad sino como una alternativa productiva que permite la generación de procesos de desarrollo local que garantice efectivamente la equidad en el desarrollo económico.

Supervivencia.- Estrategia sobre precios que establecen las compañías teniendo en cuenta el mercado.

Productividad.- Es la razón entre el monto obtenido de un producto y los factores empleados para ello.

Propietario.- Que tiene derecho de propiedad sobre algo, especialmente sobre bienes inmuebles.

Remuneración.- Percepción de un trabajador o retribución monetaria que se da en pago por un servicio prestado o actividad desarrollada.

Conocimiento.- Datos de información adquiridos por una persona a través de la experiencia o la educación, la comprensión teórica o práctica de un tema u objeto de la realidad.

Fortaleza.- Virtud mediante la cual somos capaces de soportar o vencer los obstáculos que se oponen al bien y a nuestro progreso espiritual.

Líder.- Es aquella persona capaz de inspirar y guiar a individuos o grupos. El líder es el modelo para todo el grupo. No debe ser de ningún modo un caudillo, un cabecilla, el líder no adopta algunos valores negativos de estos, es mucho más.

Paradigmas.- Un paradigma es un conjunto de reglas que “rigen” una determinada disciplina. Están “reglas” se asumen normalmente como “verdades incuestionables”, porque son “tan evidentes” que se tornan transparentes para los que están inmersos en ellas. Como el aire para las personas o el agua para el pez.

Subsidio.-En el lenguaje económico corriente, los subsidios son aplicados para estimular artificialmente el consumo o la producción de un bien o servicio. Son los mecanismos contrarios a los impuestos.

Mano de obra.-Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto.

Proceso.-Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente)bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.

Unipersonales.-Que consta de una sola persona

Mecanismos.-Los mecanismos se construyen encadenando varios operadores mecánicos entre sí, de tal forma que la salida de uno se convierte en la entrada del siguiente.

Mercados.- Conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores.

Administración.- Realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro

Eficiencia.-Uso racional de los recursos con que se cuenta para alcanzar un objetivo predeterminado.

Ventaja competitiva.-Rentabilidad relativa superior a los rivales en el sector comercial en el cual se compete.

2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.3.1 Hipótesis general

Las estrategias de, aprendizaje, optimización de recursos, motivación, trabajo en equipo, liderazgo, coaching, manejo efectivo del stress laboral, atención al cliente influyen significativamente en el incremento del nivel de productividad de una empresa.

2.3.2 Hipótesis Particulares

- ✓ Las investigaciones de mercado ayudan a determinar los bienes y/o servicios que el público objetivo realmente necesita, logrando fidelizarlos y lograr el crecimiento a largo plazo.
- ✓ Ingresar a nuevos mercados con los productos y/o servicios existentes, garantiza el incremento del nivel de competitividad de una empresa.
- ✓ El mejoramiento continuo en los procesos de una empresa influye directamente en el incremento de la cuota de mercado de esta, logrando incrementar su rentabilidad.

- ✓ El incremento en los niveles de competitividad micro empresarial, influye de manera directa en el mejoramiento de las condiciones de vida tanto de los clientes internos como externos de la organización.

2.3.3 Declaración de Variables

2.3.4 Operacionalización de las Variables.

Variables independientes

- ✓ Capacitación
- ✓ Estrategia de motivación
- ✓ Servicio al cliente
- ✓ Productos y/o servicio.

Variables dependientes

- ✓ Rentabilidad
- ✓ Eficiencia (optimización de recursos)
- ✓ Competitividad
- ✓ Calidad de los producto

Cuadro 1. Operacionalización de las variables independiente

VARIABLES	DEFINICION	INDICADORES
Capacitación.	Es un proceso, no son cursos aislados e independientes.	Mejoramiento del nivel de vida educación de los empleados.
Estrategia de motivación	Intrínseca es aquella cuando nos preguntamos si haríamos tal cosa sin que después consigamos algo por ello.	Se origina ante estímulos novedosos, inesperados, sorprendentes, que provocan la ruptura del equilibrio intelectual. Bonos, viajes, aumento de sueldo, cursos, etc.
Servicio al cliente	Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización.	Clientes satisfechos.
Productos y/o servicio.	Es objeto que puede ser comprado o vendido, y que responde a una necesidad propia de un grupo de consumidores. Servicios, son bienes que a diferencia de los productos no son tangibles.	Crecimiento de nuevas sucursales.

Fuente: Metodología del Proyecto

Elaboración: Las Autora

Cuadro 2. Operacionalización de las variables dependiente

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES
Rentabilidad	Mide la ganancia que puede obtenerse en una situación particular.	Generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.
Eficiencia		
Competitividad	Capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas	Habilidad, recursos, conocimientos y atributos, de los que dispone dicha empresa, los mismos de los que carecen sus competidores
Calidad de los productos	Es un conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.	Crecimiento nuevas sucursales.

Fuente: Metodología del Proyecto

Elaboración: Las Autoras

CAPITAL III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

Nuestra investigación es de tipo descriptivo, correlacional, explicativo porque hemos identificado las siguientes variables; obstáculo al desarrollo de las microempresas por no tener un personal capacitado.

Tipo de Investigación.

Nuestro diseño es una investigación que se llevará a cabo por medio de encuestas y entrevistas en las que vamos a utilizar como instrumento de trabajo el cuestionario.

La investigación es no experimental.- Investigación sistemática en la que el investigador no tiene control sobre las variables independientes porque ya ocurrieron los hechos o porque son intrínsecamente manipulables

Porque no afecta a ninguna de nuestras variables,

Transaccional.- Recolecta datos en un solo momento en un tiempo único.

Porque la vamos a llevar a cabo en un mismo instante de tiempo,

Descriptiva.- Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes.

Descripción de los hechos y fenómenos, variables, ubicación del problema, análisis del comportamiento del personal de la microempresa y el nivel de aceptación que tendrá el proyecto;

Correlacional.- Es aquel tipo de estudio que persigue medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos o variables.

Explicativa.- es aquella que tiene relación causal, intenta encontrar las causas del mismo.

También será correlacional y explicativa porque nos orienta a llegar a la comprobación de las hipótesis ya planteadas.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población.

El proyecto se va a enfocar a las microempresas de la zona urbana de Milagro, de nivel económico medio alto, que cuentan entre 2 a 10 empleados, siendo una población comercial en consecuencia de un alto desarrollo económico.

3.2.2 Delimitación de la población.

La encuesta se va a dirigir a los microempresarios, en la zona urbana de Milagro, que tienen de funcionamiento de 1 año en adelante, de actividad comercial, que tengan un capital aproximadamente de 10.000 dólares.

3.2.3 Tipo de muestra

Mediante los datos obtenidos vamos a aplicar la muestra:

No probabilístico.- La población es seleccionada bajo ciertos criterios de conveniencia, solo un número preestablecido de personas.

La cual está sustentada en una selección de 70 microempresas ya que vamos a evaluar, siendo esta seleccionada a criterio de los investigadores.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Nuestra población estimada es de 70 microempresas, en consecuencia podemos decir que no es necesario realizar una fórmula estadística ya que nuestra población

es mínima corresponden a las áreas urbanas de la ciudad de Milagro, que están afiliados a la Cámara de Comercio.

Muestra

N=Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio

La aplicación de la fórmula nos presenta el siguiente resultado:

N=70

n=70

3.2.5 Proceso de selección

El número de personas que nos servirán como muestra para este estudio de mercado es 70 microempresarios, las cuales mediante la utilización del denominado muestra no probabilística se cojera la muestra de sujetos voluntarios, se buscará de cada una de las microempresas investigadas el número de personas a las que realizaremos las encuestas para conocer su opinión que ayudará en el avance de nuestro proyecto.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

Método de Investigación

En éste proyecto se van a plantear los siguientes métodos:

Inductivo, Deductivo, Síntesis y Estadístico;

Deductivo._ Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos.

Inductivo.- Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales.

Síntesis.- Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad.

Estadístico.- Recopilar, elaborar, interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos.

Mediante estos métodos podemos plantear y ejecutar una mejor investigación tanto de nuestro mercado como de la competencia existente, recolectando información específica, mejorando y aclarando así la investigación de manera global.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Para nuestro proyecto estamos utilizando como instrumento la técnica de la encuesta, la cual está conformada por 11 preguntas las cuales son 9 de tipo abierta y 2 de tipo cerrada, para llegar a determinar la necesidad de la asesoría de las microempresas en el manejo de personal en la zona urbana de la ciudad de Milagro.

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN.



Encuesta	- Sistema informativo	- Por medio de gráficos
- Abiertas y	- Ingresos de datos en	circular, columnas y
- Cerradas	Microsoft Excel	respectivo análisis.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para realizar el análisis actual a continuación se presentará los respectivos cuadros y gráficos del proceso de la encuesta.

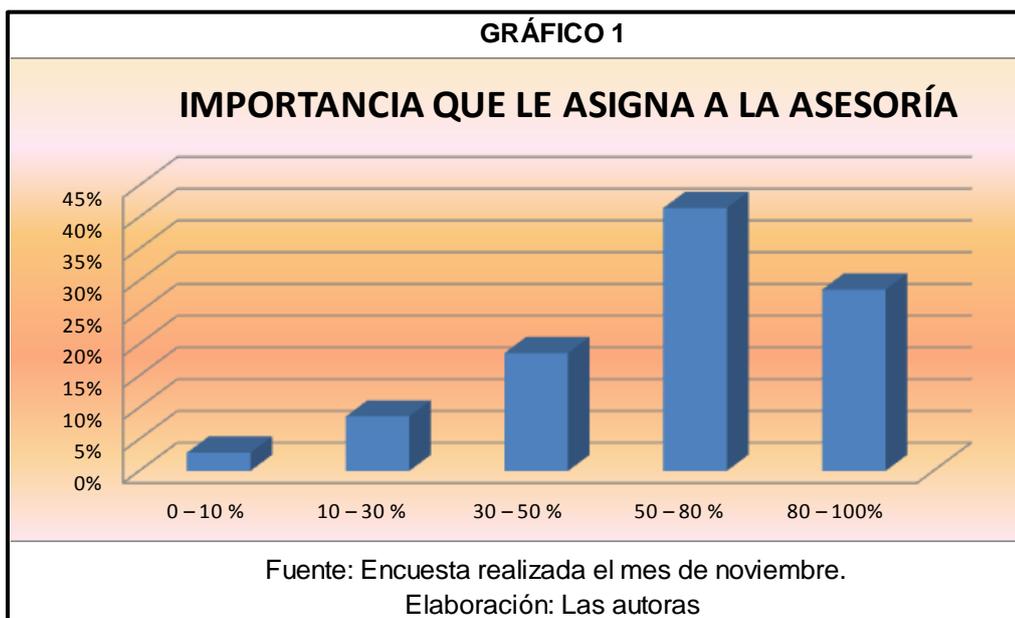
Elija el rango de importancia que su microempresa le asigna a la asesoría o consultoría:

Cuadro 3. Importancia que le asigna a la asesoría

DETALLE	Conteo	Porcentaje
0 – 10 %	2	3%
10 – 30 %	6	9%
30 – 50 %	13	19%
50 – 80 %	29	41%
80 – 100%	20	29%
Total	70	100%

Fuente: Encuestas

Elaboración: Las Autoras

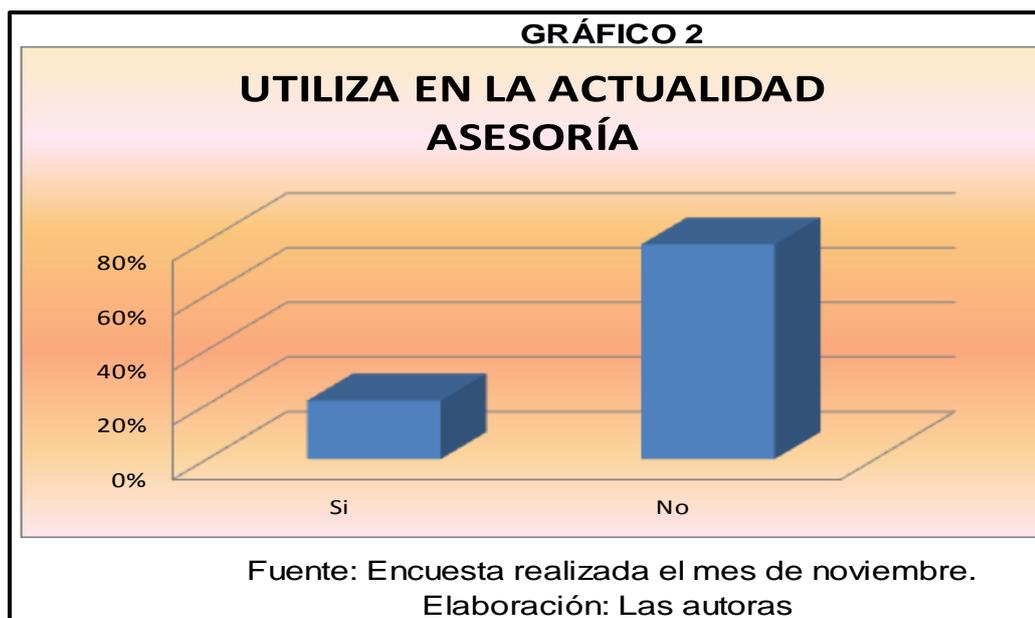


2) Utiliza en la actualidad o ha utilizado su empresa algún tipo servicio de asesoría:

Cuadro 4. Utiliza en la actualidad asesoría

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Si	15	21%
No	55	79%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

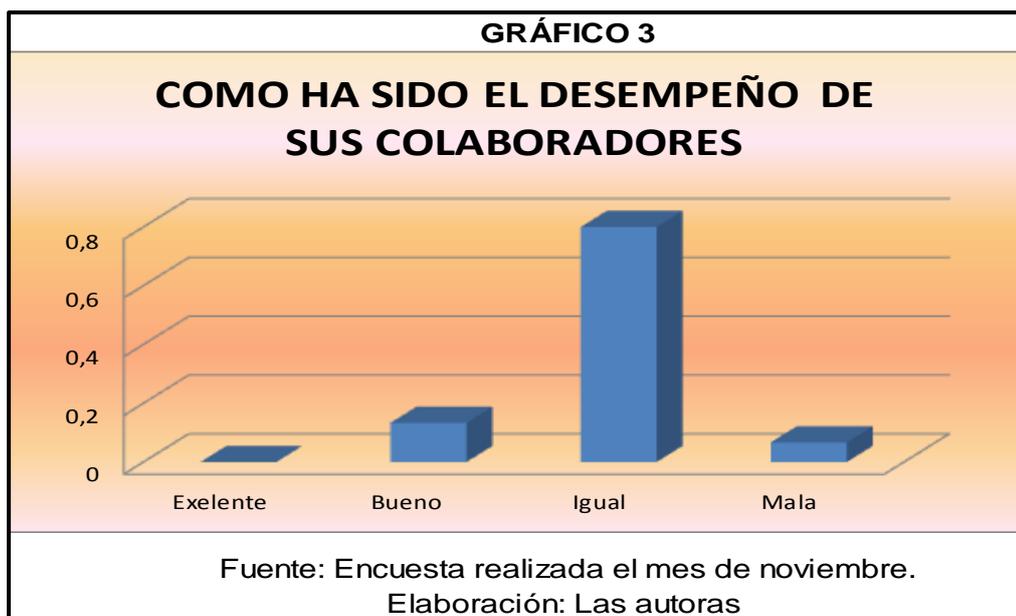


2.1) Como ha sido el desempeño de sus colaboradores dentro de la empresa una vez que ha recibido la capacitación

Cuadro. 5 Como ha sido el desempeño de sus colaboradores

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Excelente	0	0
Bueno	2	13%
Igual	12	80%
Mala	1	7%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

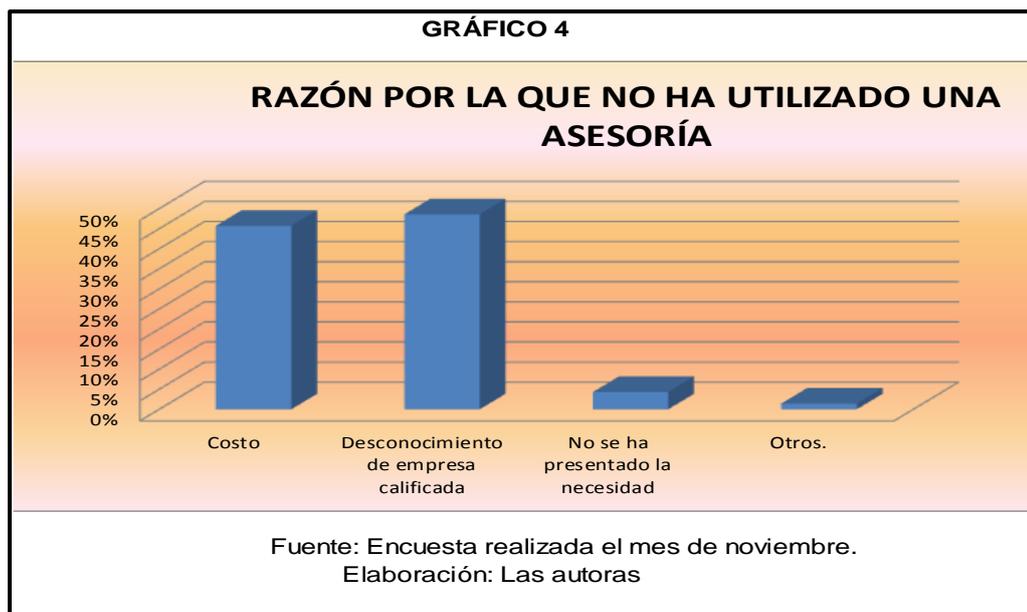


3) Cual es la razón primordial por la que no ha utilizado algún tipo de asesoramiento:

Cuadro 6. Razón por la cual no ha utilizado una asesoría

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Costo	32	46%
Desconocimiento de empresa calificada	34	49%
No se ha presentado la necesidad	3	4%
Otros.	1	1%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

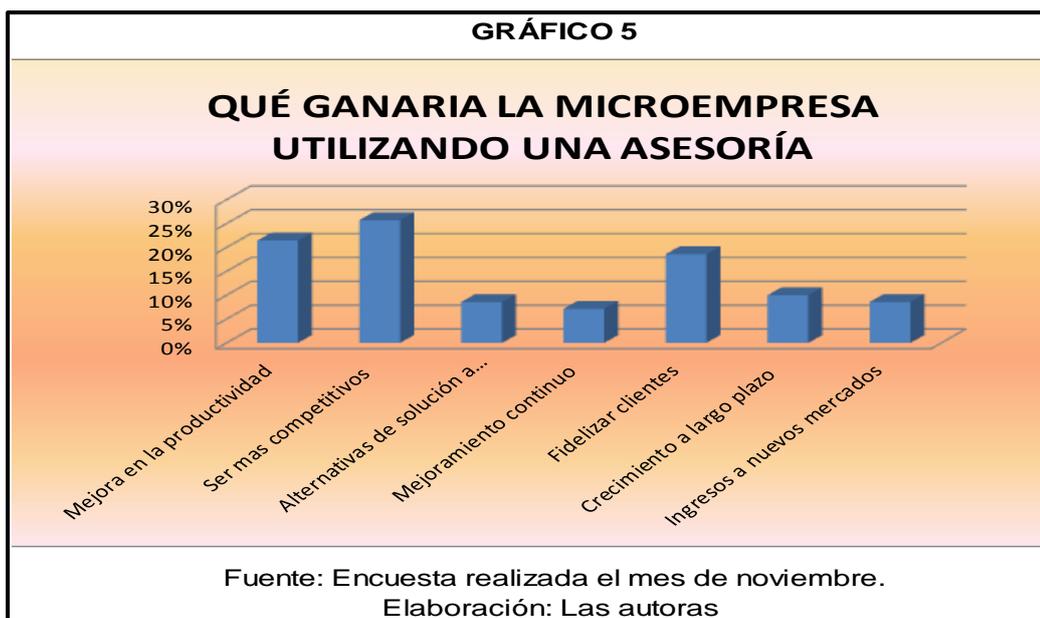


4) Qué ganaría la empresa empleando asesoría (Colocar los números del 1 al 4 por orden de importancia):

Cuadro 7. Qué ganaría la microempresa utilizando una asesoría

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Mejora en la productividad	15	21%
Ser más competitivos	18	26%
Alternativas de solución a sus problemas	6	9%
Mejoramiento continuo	5	7%
Fidelizar clientes	13	19%
Crecimiento a largo plazo	7	10%
Ingresos a nuevos mercados	6	9%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

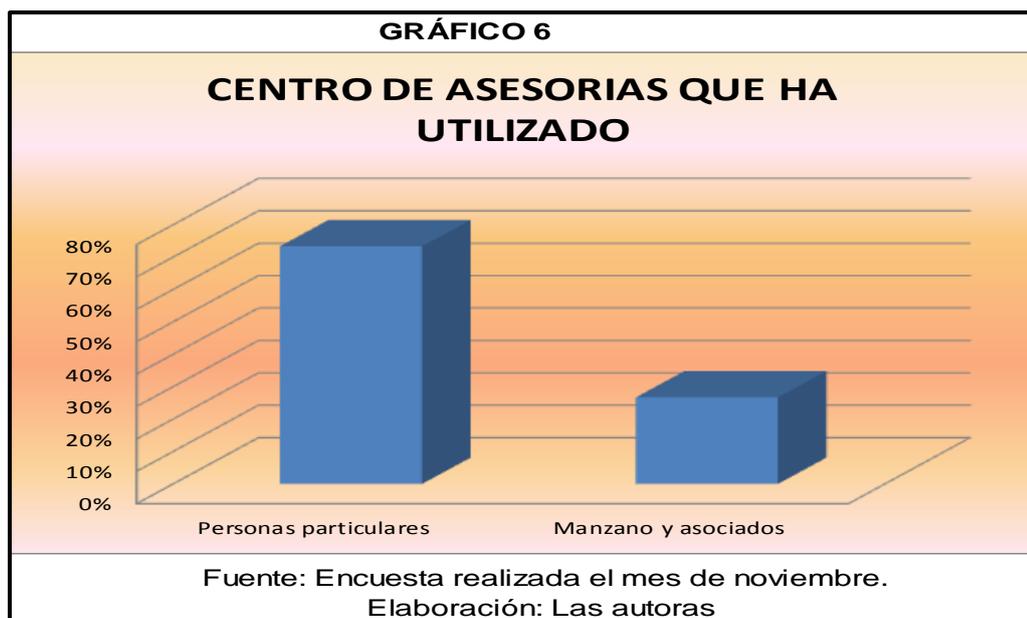


5) Qué compañía le ha brindado servicios de asesoría en los últimos 2 años y en qué área:

Cuadro 8. Centro de asesoría que ha utilizado

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Personas particulares	11	73%
Manzano y asociados	4	27%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

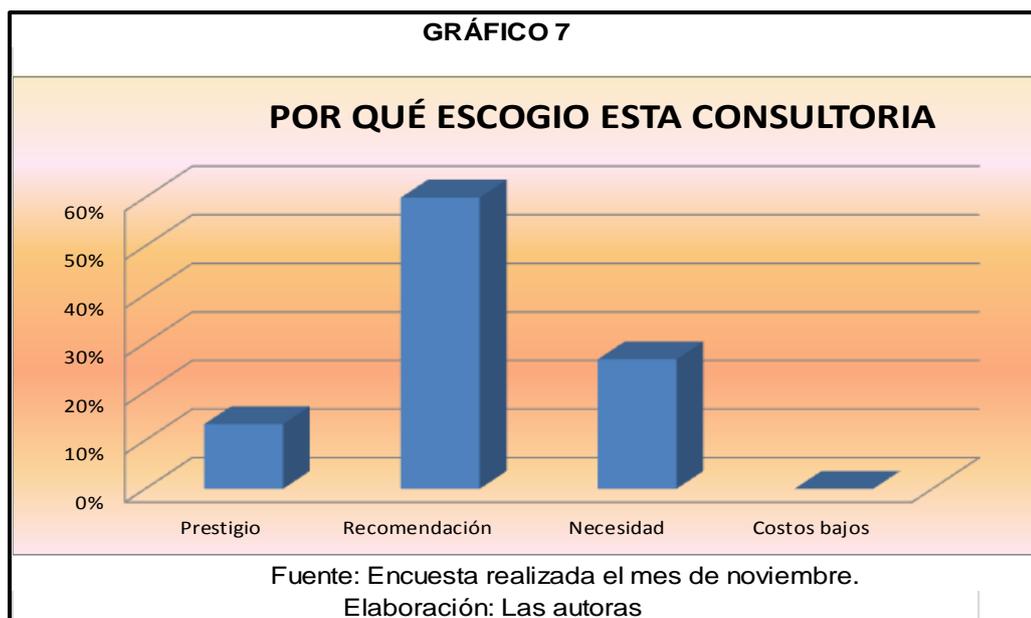


6) Porque escogió ésta consultoría (escoja el literal que mejor describa el motivo de su elección:

Cuadro 9. Por qué escogió esta consultoría

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Prestigio	2	13%
Recomendación	9	60%
Necesidad	4	27%
Costos bajos	0	0%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

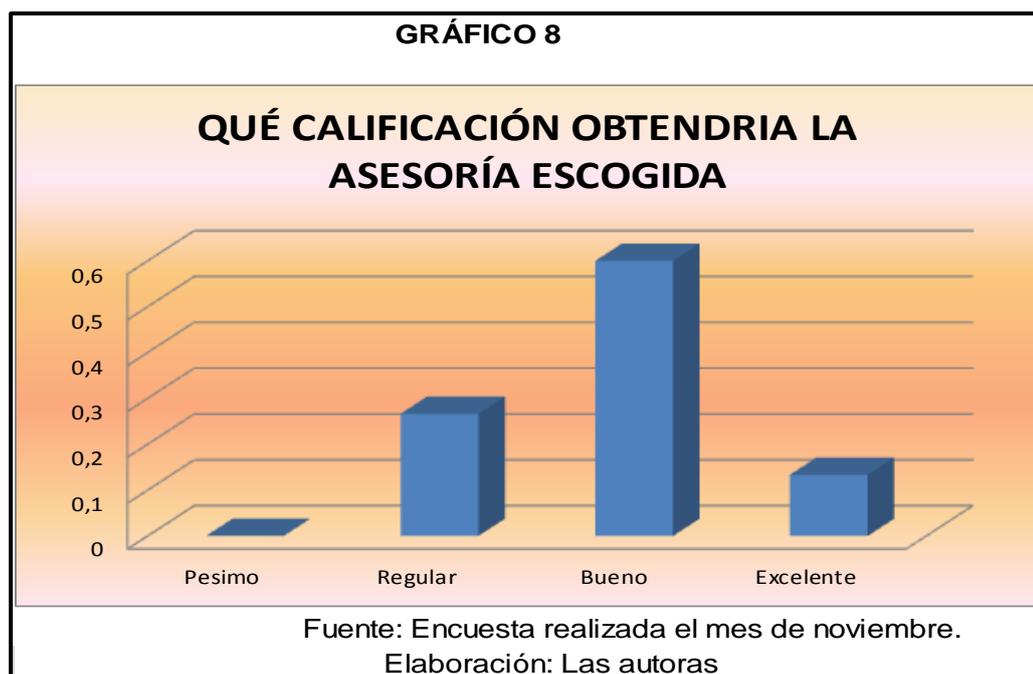


7) Que calificación obtendría el asesoramiento brindado: (por las empresas anteriormente nombradas)

Cuadro 10. Qué calificación obtendría la asesoría escogida

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Pésimo	0	0
Regular	4	27%
Bueno	9	60%
Excelente	2	13%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

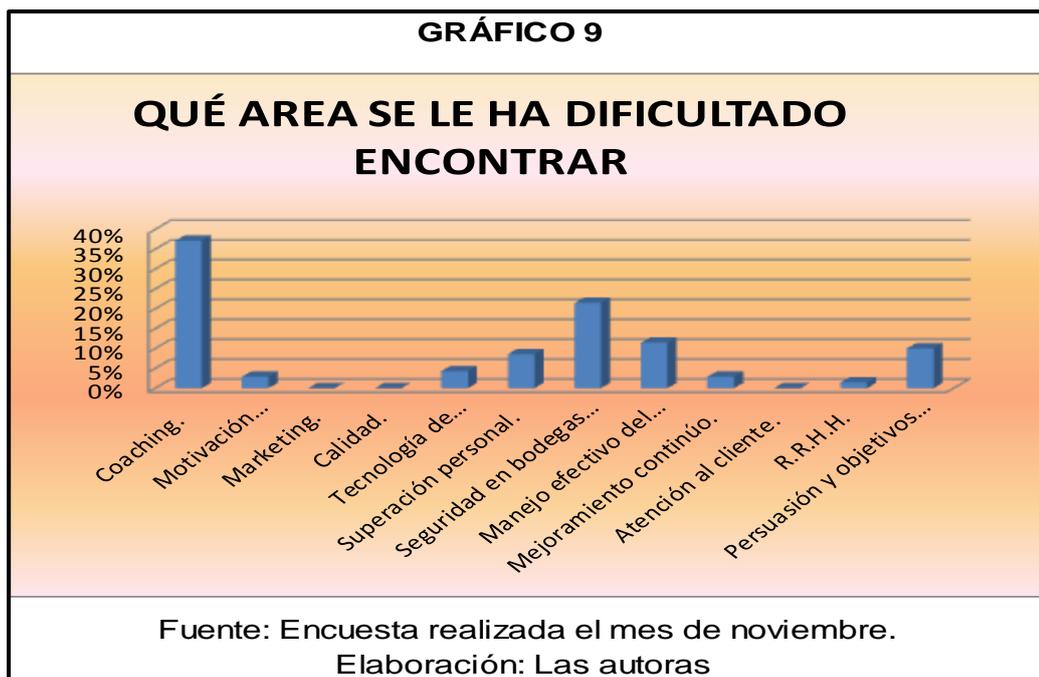


8) En qué área se le ha dificultado encontrar una empresa que le brinde un buen asesoramiento (puede encerrar más de una opción):

Cuadro 11. Qué área se le ha dificultado encontrar

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Coaching.	26	37%
Motivación Organizacional.	2	3%
Marketing.	0	0%
Calidad.	0	0%
Tecnología de Información.	3	4%
Superación personal.	6	9%
Seguridad en bodegas y almacenes.	15	21%
Manejo efectivo del stress laboral.	8	11%
Mejoramiento continuo.	2	3%
Atención al cliente.	0	0%
R.R.H.H.	1	1%
Persuasión y objetivos de ventas	7	10%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras



9) Considera importante el hecho de que en nuestra ciudad haya un centro de capacitación profesional que ayude a fortalecer las habilidades y capacidades de sus colaboradores?

Cuadro. 12 Es importante que en nuestra ciudad exista un centro de asesoría

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Si	65	93%
No	5	7%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

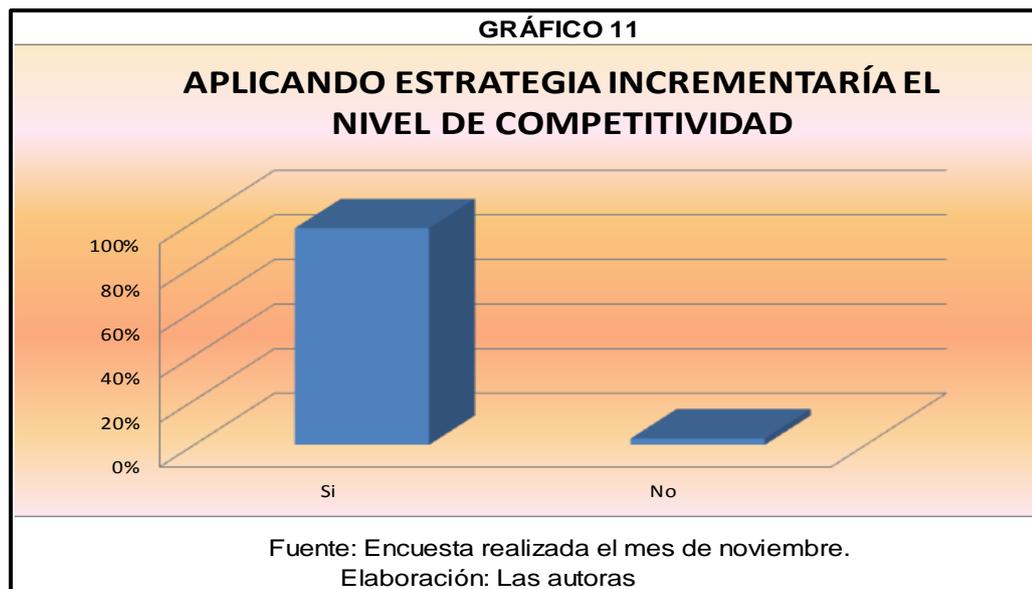


10) Usted cree que aplicando estrategias motivacionales, asesorías, coaching, PNL, aprendizaje, optimización de recursos, motivación, trabajo en equipo, liderazgo, coaching, manejo efectivo del stress laboral, atención al cliente etc. incrementaría el nivel de competitividad de las empresas, beneficiándose tanto empleados como clientes.

Cuadro. 13 Aplicando estrategia incrementaría el nivel de competitividad

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
Si	68	97%
No	2	3%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras

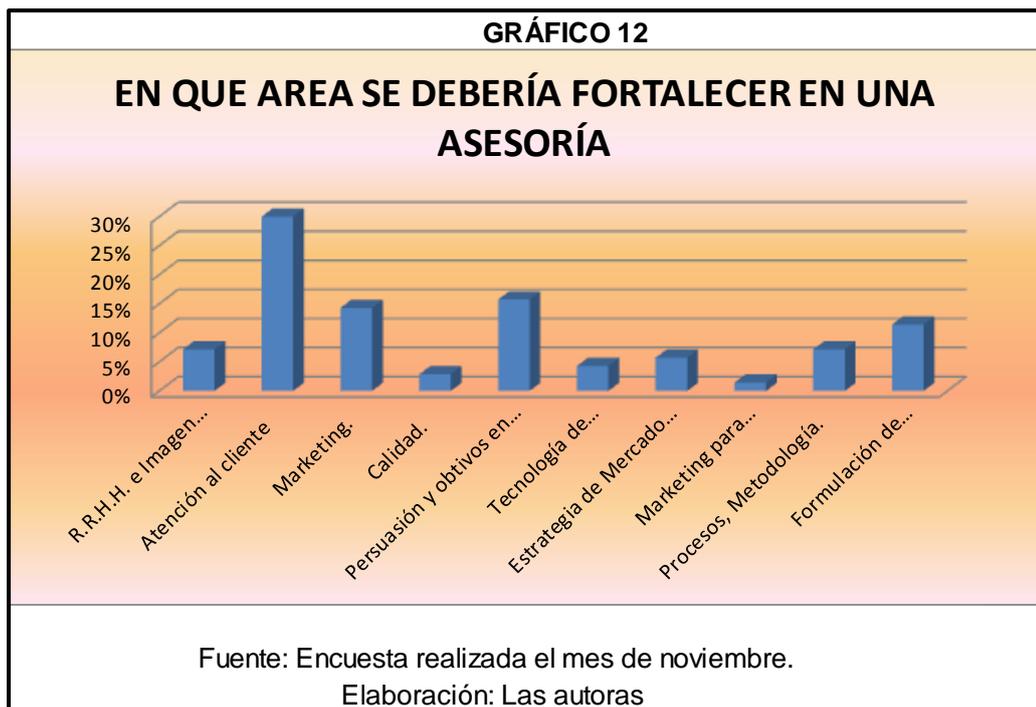


11) En cuál de las siguientes áreas considera que una microempresa debería fortalecerse a través de una capacitación.

Cuadro 14. En qué área se debería fortalecer en una asesoría

DETALLE	CONTEO	PORCENTAJE
R.R.H.H. e Imagen Personal.	5	7%
Atención al cliente	21	30%
Marketing.	10	14%
Calidad.	2	3%
Persuasión y objetivos en la venta	11	16%
Tecnología de Información.	3	4%
Estrategia de Mercado de servicios	4	6%
Marketing para emprendedores	1	1%
Procesos, Metodología.	5	7%
Formulación de Estrategias.	8	11%
TOTAL	70	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Las Autoras



4.2 ANALISIS COMPARATIVO EVOLUCIÓN, TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS

De acuerdo a los resultados obtenidos de otros investigadores, con relación al análisis de datos de otros proyectos similares de años anteriores y con el presente proyecto para lo cual hemos tomando una muestra de las microempresas, se determinó que es factible la implementación del Servicio de asesoría para la competitividad microempresarial en la ciudad de Milagro llegando a las siguientes conclusiones:

Existe un elevado número de microempresarios, que tienen la necesidad de implementar una microempresa, lo que retrasa el mejoramiento de la calidad y eficiencia laboral. Se ha detectado que con la capacitación impartida en años anteriores, los colaboradores mejoran su rendimiento siendo más eficientes en las tareas asignadas. No existe en el ámbito local competidores fuertes que afecten la creación de un servicio de asesoría para la competitividad microempresarial, siendo importante la capacitación en diferentes áreas a los colaboradores dentro de su ámbito laboral, para lo cual dicho centro a crear estará seleccionado con un equipo de profesionales capacitados, otorgando calidad al servicio, lo cual permitirá ubicarse en un lugar importante en el mercado competitivo.

4.3 RESULTADOS.

1) Elija el rango de importancia que su microempresa le asigna a la asesoría consultoría:

Análisis.- En la gráfica se observa que de las 70 microempresarios encuestados (100%) considera que si tiene un nivel de importancia el asesoramiento para sus microempresas por lo que le asignan un 34% para el medio nivel de importancia, el 29% que es sumamente importante dependiendo del rango de posición y por los restante los microempresarios que no era importante.

2) Utiliza en la actualidad o ha utilizado su empresa algún tipo servicio de asesoría:

Análisis.- El 15% de los encuestados consideran que su microempresa si ha utilizado un tipo de asesoría así obteniendo un buen resultado en cuanto a la competitividad, mientras que el 79% no han utilizado (por razones externas más no porque no lo necesitan) por lo tanto se limitan en buscar asesoría.

2.1) Como ha sido el desempeño de sus colaboradores dentro de la empresa una vez que ha recibido la capacitación

Análisis.- De acuerdo a los resultados de esta encuesta el 80% el desempeño de sus colaboradores ha sido igual pero que en algo ha ayudado a sus colaboradores como es el trato a sus clientes, bueno el 13% por lo que ha mejorado su rendimiento y productividad mientras que el 7% es malo.

3) Cual es la razón primordial por la que no ha utilizado algún tipo de asesoramiento:

Análisis.- Los microempresarios encuestados dijeron que no tienen este tipo de asesoría es por falta de desconocimiento de asesorías calificadas en un 49% mientras que el 46% es por los costos que no se podría costear, y un 3%, 1% no se ha presentado la necesidad en el momento de asignar dicho servicio.

4) Qué ganaría la empresa empleando asesoría (Colocar los números del 1 al 4 por orden de importancia):

Análisis.- El 26% de los microempresarios encuestados utilizarían este servicio para ser más competitivos, el 26% aumentaría su productividad y ganancias, el 19% la fidelidad de los clientes es el resultado de una buena atención de este, un 10% crecimiento a largo plazo, el 9% alternativas de solución a sus problemas e ingresos a nuevos mercados, y un 7% el mejoramiento continuo de su microempresa.

5) Qué compañía le ha brindado servicios de asesoría en los últimos 2 años y en qué área

Análisis.- De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas a los microempresarios el 73% reciben asesoría de personas particulares, mientras que el 27% por una consultora.

6) Porque escogió ésta consultoría (escoja el literal que mejor describa el motivo de su elección:

Análisis.- El 60% realizada a los microempresarios dijeron que es solo por recomendación, un 27% por necesidad, el 13% por prestigio, y el que debería prevalecer son los costos bajos por los que se quejan los encuestados.

7) Que calificación obtendría el asesoramiento brindado: (por las empresas anteriormente nombradas)

Análisis.- Los microempresarios encuestados dijeron que un 60% es bueno pero que no cumplen todas sus expectativas, el 27% es regular, y un 13% es excelente pero que tienen que reforzarlos con otras alternativas.

8) En qué área se le ha dificultado encontrar una empresa que le brinde un buen asesoramiento (puede encerrar más de una opción

Análisis.- El que más se le ha dificultado a los microempresarios es encontrar el coaching en un 37%, 21% seguridad en bodegas y almacenes en cuanto a los inventarios, 11% manejo del stress laboral, 10% persuasión y objetivos de ventas, 9% seguridad personal, un tecnología de la información, 4% tecnología de la

información, 3% motivación organizacional y mejoramiento continuo, y el 1% R.R.H.H

9) Considere importante el hecho de que en nuestra ciudad haya un centro de capacitación profesional que ayude a fortalecer las habilidades y capacidades de sus colaboradores?

Análisis.- Un 93% de los microempresarios encuestados respaldan la creación de una asesoría competitiva micro empresarial por la que sí están de acuerdo satisfaciendo las necesidades requeridas para cada una de sus microempresas, y el 7% dijeron que no.

10) Usted cree que aplicando estrategias motivacionales, asesorías, coaching, PNL, aprendizaje, optimización de recursos, motivación, trabajo en equipo, liderazgo, coaching, manejo efectivo del stress laboral, atención al cliente etc. incrementaría el nivel de competitividad de las empresas, beneficiándose tanto empleados como clientes.

Análisis.- La mayoría de los microempresarios encuestados que es el 68% de los microempresarios encuestados dieron como respuesta de que si se necesita estrategias innovadoras para poder competir con posibles rivales y un 3 % dijeron que no porque están confiados en sus cliente.

11) En cuál de las siguientes áreas considera que una microempresa debería fortalecerse a través de una capacitación.

Análisis.- De acuerdo al gráfico observamos 30% de atención al cliente, 16% persuasión y objetivos de las ventas, 14% marketing, 11% formulación de las ventas, 7% R.R.H.H. e imagen personal y procesos de metodología, 3% calidad, y el 1% marketing para emprendedores.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS.

Cuadro. 15 Verificación de las hipótesis.

Verificación de la hipótesis general.	Verificación
<p>Las estrategias de, aprendizaje, optimización de recursos, motivación, trabajo en equipo, liderazgo, coaching, manejo efectivo del stress laboral, atención al cliente influyen significativamente en el incremento del nivel de productividad de una empresa</p>	<p>Se ha podido verificar; según nuestro estudio de mercado que el 21% de los encuestados consideran que empleando asesoría mejoraría la productividad en la microempresas.</p>
Hipótesis Particulares	Verificación
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las investigaciones de mercado ayudan a determinar los bienes y/o servicios que el público objetivo realmente necesita, logrando fidelizarlos y lograr el crecimiento a largo plazo. ✓ Ingresar a nuevos mercados con los productos y/o servicios existentes, garantiza el incremento del nivel de competitividad de una empresa. ✓ El mejoramiento continuo en los procesos de una empresa influye directamente en el incremento de la cuota de mercado de esta, logrando incrementar su rentabilidad. ✓ El incremento en los niveles de competitividad micro empresarial, influye de manera directa en el mejoramiento de las condiciones de vida tanto de los clientes internos como externos de la organización 	<p>Relacionando las tres primeras hipótesis particulares con la pregunta 4, podemos darnos cuentas que tanto la competitividad, como la fidelización de los clientes viene de la mano con el mejoramiento continuo, lo que implica tratar de ofrecer servicios de calidad a nuestros clientes.</p> <p>Se ha determinado que para los microempresarios tanto, servicio al cliente, el PNL, el Coaching, deben ser eficientes en todos los departamentos que conforman da como resultado una microempresa más competitiva.</p>

Fuente: Encuestas realizadas

Elaborado: Las Autoras.

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Asesoría para la competitividad micro empresarial en la ciudad de Milagro.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

La competitividad es un factor muy importante para el desarrollo y éxito de una empresa, la cual contiene muchos factores en sí mismo como lo son la productividad y la calidad. Podemos decir que:

Según, Michael Porter: “La competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela en el nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad.”

Altos niveles de competitividad se asocian con altos niveles de desarrollo económico. El desarrollo económico es el logro de una mejora sostenida y de largo plazo en el estándar de vida de un país.

Por esta razón se dice que, para ser competitivos se necesita mejorar la productividad y esto se logrará mediante cambios en los procesos ineficientes y en la mala utilización de recursos, en esto se basa la misión que quiere lograr el Centro de Asesoramiento de la Competitividad Empresarial.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El centro de asesoramiento brindará las herramientas necesarias relacionadas a las diferentes áreas administrativas, permitiendo a los microempresarios y todo su equipo de trabajo, aumentar sus habilidades, cualidades y beneficio a la organización; dado que el acceso a la capacitación con información actualizada da la oportunidad de estar en mejores condiciones para ser competitivos en perspectivas laborales y profesionales, por ello el asesoramiento competitivo y desarrollo del recurso humano, son las acciones claves para el cambio positivo de los colaboradores, siendo estos en las aptitudes, conocimientos y en la conducta social, lo que va traer consigo mantener el liderazgo tecnológico, el trabajo en equipo y la armonía entre las personas colaboradoras dentro de una organización siendo un proceso sistemático por el que se modifica la conducta de los colaboradores, para favorecer el logro de los objetivos y fines de las microempresas.

En síntesis, es un esfuerzo por mejorar el rendimiento actual o futuro de los microempresarios, para así brindar conocimiento, destrezas y compromiso en los miembros y utilizarlos creativamente como herramientas. El asesoramiento facilita el aprendizaje de comportamientos relacionados con el trabajo, por ello, el contenido del programa debe ajustarse al trabajo. La ayuda de los expertos permite identificar los conocimientos, destrezas y las características personales que los instructores puedan enseñar y que sean válidos para el objetivo final, hará que el colaborador se más competente y hábil. Generalmente, es más costoso contratar y capacitar nuevo personal, aun cuando éste tenga los requisitos para la nueva posición, que desarrollar las habilidades del personal existente.

Además, al utilizar y desarrollar las habilidades del colaborador, la organización entera se vuelve más fuerte, productiva y rentable.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivos generales de la propuesta

Asesorar en aspectos de Organización, Sistemas y en las microempresas, llevando a estas a un plan de mejora e innovación; promoviendo cambios y presentar estudios o proyectos que contengan alternativas de solución.

5.4.2 Objetivos Específicos de la propuesta

- ✓ Formular y revisar los objetivos de la microempresa que se estudie.
- ✓ Identificar problemas de organización y funcionamiento que limitan la eficiencia.
- ✓ Determinar las causas que producen conflictos administrativos en la Empresa.
- ✓ Mejorar la calidad de productos a través de la utilización de los mejores métodos y procedimientos de trabajos

5.5 UBICACIÓN

El establecimiento del centro de asesoría de competitividad micro empresarial se encontrara ubicado en la ciudadela Helechos.

Por otra parte se requerirá que la ubicación con el mismo ofrezca oportunidades y desventajas para el emprendimiento del negocio; así mismo facilite el reconocimiento y posicionamiento del centro de asesoramiento en el mercado.



Figura 1. Plano del lugar de la asesoría

Ventajas

El sector elegido nos ofrece algunas ventajas y/o oportunidades entre las cuales tenemos:

Existe una aceptable afluencia de personas, debido a los distintos comercios que se concentran en el sector como: (Centro Cristiano, UNEMI, Empresa Eléctrica.)

Las inscripciones se receptaran en la ciudadela los Helechos, contamos con instalaciones amplias y adecuadas para las áreas de trabajo, creando un ambiente laboral confortable.

Se cuenta con un parqueadero privado en sus instalaciones para seguridad de los clientes.

Desventajas

Una de las posibles desventajas a futuro, puede ser el crecimiento académico por parte de nuestros clientes, quienes por falta de espacio físico del estacionamiento, tendrían que buscar un lugar o garaje para guardar sus vehículos.

El ruido de los vehículos en horas picos ya que la circulación de los coches es mayor en estas horas, originando la falta de concentración en el aula de clase.

Infraestructura

Capacidad del establecimiento.

Para la realización de este proyecto será necesario contar con un local que sea lo suficientemente amplio, para las diferentes áreas de capacitación, oficinas, accesorios, mobiliarios y equipos, para poder desarrollar las actividades a ejecutarse para el emprendimiento del centro de asesoría, logrando crear un ambiente armónico y confortable al cliente.

GARAJE

SALAS DE CONFERENCIAS



RECEPCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE



Figura 2. Plano Centro de Asesoría
Elaborado: Las Autoras

5.6 FACTIBILIDAD

Para poder confirmar la creación del proyecto propuesto, se hizo uso de herramientas investigativas para obtener información relevante sobre la problemática planteada, y los resultados confirmaron que el servicio tiene amplia perspectiva, en primer lugar esta plaza es comercial y en segundo lugar existe un alto nivel de profesionalismo que requiere capacitación, por lo tanto sería óptimo implementar este centro ya que resulta muy productivo, razones suficientes para incursionar con esta nueva alternativa empresarial en servicio de asesoramiento a microempresas, además de contar con un excelente recurso humano para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La presente investigación tiene como propuesta de presentar la creación de un centro de asesoría de competitividad micro empresarial en el cantón Milagro, con la finalidad de mejorar las condiciones y medio ambiente de trabajo de las microempresas, aplicando diferentes estrategias las cuales ayudaran a mejorar el desarrollo personal e intelectual del recurso humano empresarial, basándose en una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno. Es entonces nuestra responsabilidad capacitar a cada nuevo recurso que contratamos.

LA EMPRESA.

Misión

Somos un Centro de Asesoría Micro empresarial, conocidos por la calidad de los servicios prestados, para así poder aportar valor a nuestra sociedad, promoviendo y generando actividades de formación continua y de capacitación en competencias laborales y profesionales.

Visión

Ser pioneros en la prestación de servicios profesionales, para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes y poder contribuir al desarrollo económico del país.

VALORES CORPORATIVOS

Innovación del conocimiento.- Hacer referencia al proceso de crear conocimiento nuevo mediante la improvisación, experimentación la creatividad y el contacto directo. El resultado es la clase de conocimiento que está vinculado con una persona o un equipo. Las ideas, las soluciones, los servicios y los productos nuevos y valiosos se identifican mediante nuevas combinaciones del conocimiento existente o la creación de conocimiento nuevo.

Compromiso.- Sentir como propio los objetivos de la organización. Apoyar e instrumentar decisiones comprometido por completo con el logro de objetivos comunes.

Ética.- Obrar en todo momento consecuentemente con los valores morales y las buenas costumbres y prácticas profesionales, respetando las políticas organizacionales.

Calidad de trabajo.- Excelencia en el trabajo a realizar. Implica tener amplios conocimientos en temas del área del cual se es responsable.

Temple.- Serenidad y dominio en todas las circunstancias. Implica seguir adelante en medio de circunstancias adversas, no para llevar a la empresa a un choque o fracaso seguro para resistir tempestades y llegar a buen puerto.

Comunicación.- La habilidad de saber cuándo y a quién preguntar para llevar adelante un propósito.

Distribución de mobiliarios y equipos

Los mobiliarios y equipos necesarios para el desarrollo de las actividades del centro de asesoría; son diversos los cuales están constituidos por bienes tangibles e intangibles como equipo de computación. A continuación se detalla los recursos materiales que serán utilizados para el negocio y ofrecer sus servicios:

Cuadro 16. Distribución muebles y enseres

CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO
	MUEBLES Y ENSERES	
7	ESCRITORIOS	450,00
7	SILLAS DE ESCRITORIO	45,00
10	MESAS	35,00
20	SILLAS PARA LAS CAPACITACIONES	15,00
4	ARCHIVADORES	156,23
	TOTAL MUEBLES DE OFICINA	
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
5	COMPUTADORA	500,00
1	SISTEMA INFORMÁTICO	2.500,23
1	PROYECTOR	600,00
1	IMPRESORA + ESCANER+COPIADORA E IMPRESORA	150,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	
	EQUIPO DE OFICINA	
2	TELEFONO CON LÍNEA	150,00
2	AIRE ACONDICIONADO	900,00

Elaborado: Las Autoras

REQUERIMIENTO DEL PERSONAL

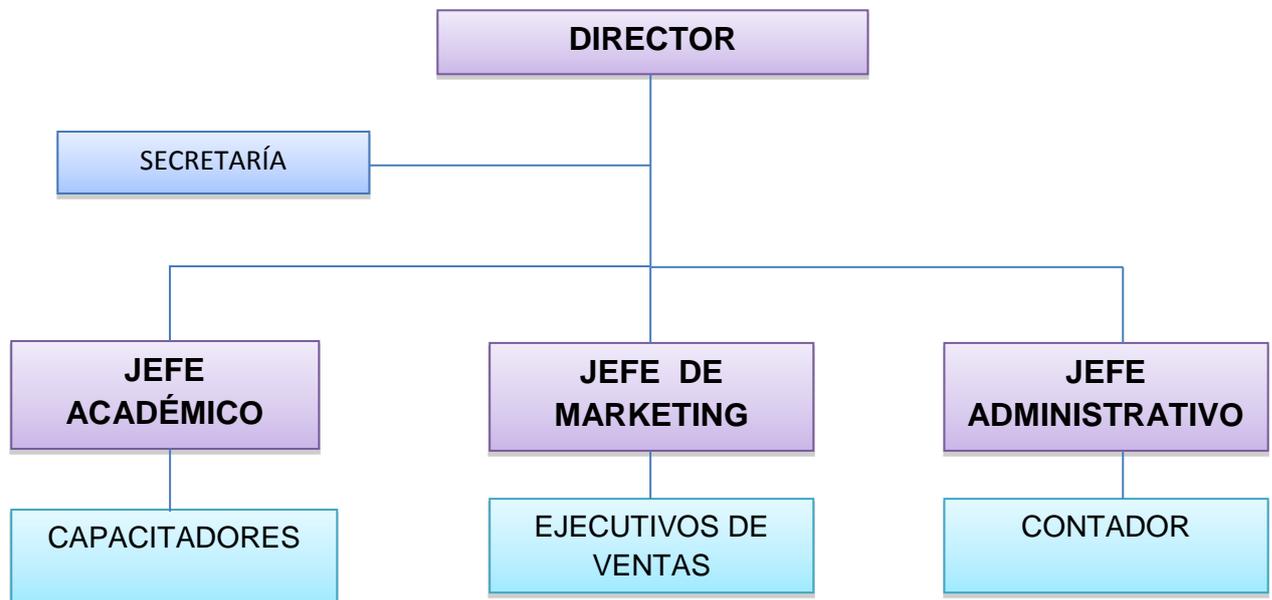
Cuadro 17. Personal

1	DIRECTOR	522,75
1	SECRETARIA	286,40
1	ASESOR 1	372,53
1	ASESOR 2	372,53
1	ASESORES DE VENTA Y MARKETING	342,48
1	CONTADOR	372,53

Elaborado: Las Autoras

ORGANIGRAMA

Cuadro. 18 Organigrama estructural



Elaborado: Las Autoras

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.

Manual de funciones

TÍTULO DEL CARGO: DIRECTOR (A)

- ✓ Liderar el crecimiento y desarrollo de la institución
- ✓ Establecer esquemas de cambio para el mejoramiento en la funcionalidad del Centro.

Funciones Específicas:

- ✓ Representar judicial y extrajudicialmente a la institución.
- ✓ Responder por la marcha administrativa, y operativa del Centro e informar al menos trimestralmente al directorio, de los resultados.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir a los directivos y empleados las disposiciones emanadas del directorio.
- ✓ Aprobar los sumarios y contenidos teóricos de los recursos a ejecutarse.
- ✓ Evaluar y aprobar los costos de los cursos a dictarse.

- ✓ Supervisar y controlar la buena organización y ejecución de los cursos que se desarrollen.
- ✓ Suscribir contratos y convenio que se establezcan con otras instituciones o personas.
- ✓ Actualizar y mantener bajo su custodia los inventarios de bienes y valores de la entidad.
- ✓ Contratar, remover y sancionar a los empleados del Centro, cuyo nombramiento o remoción no sea de competencia de otro órgano de la entidad, y fijar sus remuneraciones.
- ✓ Suministrar la información que le soliciten los miembros del directorio, y otras instituciones, de acuerdo con su competencia.
- ✓ Presentar al Directorio las políticas que permitan la operatividad del centro.
- ✓ Generar un clima laboral positivo, motivante y desafiante.
- ✓ Apoyar y participar en las acciones estratégicas que orienten al personal a una filosofía de trabajo que busque el mejoramiento continuo de los procesos del Centro.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Directorio

Supervisa a: Todas las unidades administrativas y académicas del Centro.

Requisitos mínimos: Formación:

- ✓ Título profesional de Cuarto Nivel en Administración de Empresas.
- ✓ Haber aprobado cursos de manejo gerencial.

Experiencia:

Experiencia mínima 5 años en administración o dirección de empresas.

Competencias Laborales:

- ✓ Aptitudes para planificar y dirigir trabajos de grupo.
- ✓ Capacidad de mando.
- ✓ Excelentes relaciones personales.
- ✓ Disposición de tiempo completo.
- ✓ Ser miembro del Directorio de la empresa.

Edad:

De 30 años en adelante

Sexo:

Indistinto

TÍTULO DEL CARGO: SECRETARIA

Apoyar en el manejo de la documentación, así como en las coordinaciones delegadas por el Director Administrativo.

Funciones Específicas:

- ✓ Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la Dirección del Centro.
- ✓ Preparar la documentación y los informes que corresponden a la Dirección del Centro.
- ✓ Recepcionar las llamadas telefónicas y correos electrónicos e informar al Director del Centro; así como realizar las llamadas telefónicas institucionales.
- ✓ Archivar la documentación del Director del Centro.
- ✓ Orientar al usuario que acude a la Dirección Administrativa, con buen trato y calidez.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Director

Supervisa a: Todas las unidades administrativas y académicas del Centro.

Requisitos mínimos: Formación:

- ✓ Título profesional de Tercer Nivel en Secretaria Ejecutiva.
- ✓ Dominio de Office (Excel, Word, Power Point).

Experiencia:

Experiencia mínima 1 año

Competencias Laborales:

- ✓ Buena presencia.
- ✓ Experiencia como Asistente y/o Secretarias.

- ✓ Proactiva, con predisposición para aprender.
- ✓ Excelente comunicación a todo nivel.
- ✓ Buen trato.

Edad:

De 25 a 27 años

Sexo:

Femenino

TÍTULO DEL CARGO: CAPACITADOR

Encargado de guiar a los participantes a las capacitaciones según el tema seleccionado con los conocimientos necesarios y de manera apropiada para llenar todas las inquietudes de nuestros clientes.

Funciones Específicas:

- ✓ Supervisar y llevar a cabo las actividades asignadas.
- ✓ Programar diferentes tareas para realizar durante el curso.
- ✓ Seleccionar temas adecuados según el cargo de la empresa.
- ✓ Preparar con anticipación sus clases para así llegar a los participantes del curso.
- ✓ Realizar informes sobre los participantes que asisten a los cursos.
- ✓ Prestar sus servicios ágiles e idóneamente con una identificación plena de los objetivos que persigue este centro.
- ✓ Recopilar información sobre los temas que se van a tratar en los cursos.
- ✓ Elaborar guías de trabajo para proporcionar a los participantes.
- ✓ Cumplir y sujetarse a las normas, procedimientos, reglamentos, horarios, turnos y demás disposiciones vigentes en el sitio de trabajo.
- ✓ Solicitar los elementos necesarios para realizar en forma eficiente cada una de las funciones asignadas.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Director del centro.

Requisitos mínimos: Formación:

Título profesional en Licenciatura.

Manejo de manuales.

Manejo e implementación de programas.

Análisis operacionales.

Cursos generales (Word, Excel, Power point)

Marketing, Planeación Estratégica, Finanzas, Contabilidad

Entrenamiento en el puesto:

De 10 a 15 días para conocer las actividades a realizar y los diferentes temas que deberá preparar.

Experiencia:

2 años mínimos en cargos

Competencias Laborales:

Buenas relaciones humanas

Capacidad para llegar a los participantes

Facilidad para establecer relaciones interpersonales

Edad:

De 25 años en adelante

Sexo:

Indistinto

**TÍTULO DEL CARGO: JEFE DE MARKETING
Y VENTAS**

Planificar, dirigir y controlar el plan operativo de marketing a fin de promover el incremento de usuarios de los diferentes servicios de la Institución, así como coordinar con el área correspondiente todo lo concerniente a Imagen Institucional.

Funciones Específicas:

- ✓ Definir, junto con la Dirección General/ Comercial, la estrategia de marketing para el portafolio de productos y/o servicios de la compañía.
- ✓ Gestión del equipo bajo su responsabilidad.

- ✓ Medir y analizar la rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- ✓ Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.
- ✓ Cumplir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.
- ✓ Diseñar e implementar las campañas de Marketing y de Difusión.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Dirección Administrativa, jefes de las Unidades de la Dirección Administrativas y Áreas Operativas.

Supervisa a: Las estrategias comunicacionales de la Institución, tanto hacia sus socios, como a la comunidad y a todo su entorno influyente.

Requisitos mínimos:

Formación:

- ✓ Título profesional de Ingeniero Comercial, Industrial o equivalente con amplios conocimientos de Marketing de Intangibles.
- ✓ Formación superior en Ciencias Económicas/Empresariales o Marketing, valorándose positivamente Máster en prestigiosa Escuela de Negocios.
- ✓ Indispensable nivel alto de inglés y/o francés.
- ✓ Gran capacidad de análisis, polivalente, orientado a resultados, proactivo, innovador y con elevada capacidad de liderazgo y gestión de equipos humanos.

Experiencia:

- ✓ Acreditar por lo menos 5 a 7 años en departamentos de marketing en donde haya desempeñado los 3 años posiciones de Marketing Manager o Director de Marketing.
- ✓ Acreditará un elevado nivel de interlocución en agencia de comunicación/publicidad (Director de Cuentas/Director General) y central de medios (Planificador señor/Director General).

Competencias Laborales:

- ✓ Capacidad de mando.
- ✓ Excelentes relaciones personales.
- ✓ Disposición de tiempo completo.
- ✓ Innovador, creativo y proactivo.

Edad:

De 35 años en adelante

Sexo:

Indistinto

TÍTULO DEL CARGO: EJECUTIVO DE VENTAS

Supervisor de los Agentes de Ventas o Captadores cumpliendo las funciones de cancelar las remuneraciones al personal, registrar y efectuar todas las operaciones que digan relación con los registros contables, tributarios y financieros.

Funciones Específicas:

- ✓ Planeación y Presupuesto de Ventas.
- ✓ Determinación del tamaño y estructura de la Organización de Ventas.
- ✓ Reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.
- ✓ Distribución de los esfuerzos de ventas y establecimiento de las cuotas de ventas.
- ✓ Compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.
- ✓ Análisis de volumen de ventas, costos y utilidades.
- ✓ Medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Jefe Administrativo Financiero.

Supervisa a: Los agentes de ventas o Captadores.

Requisitos mínimos:**Formación:**

Técnico en Administración de Empresas.

Experiencia:

Experiencia mínima 2 años en cargos similares.

Cursos de administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.

Competencias Laborales:

- ✓ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.
- ✓ Capacidad de respuesta a la demanda del cliente.

- ✓ Actitudes positivas en las relaciones entre clientes.
- ✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.

Edad:

De 25 a 35 años

Sexo:

Masculino

TÍTULO DEL CARGO: JEFE ADMINISTRATIVO

- ✓ Controlar el buen uso de los recursos económicos de la institución.
- ✓ Elaborar planes de financiamiento para crear fuentes de ingreso y optimizar los gastos.
- ✓ Planificar las actividades de la institución.
- ✓ Establecer esquemas de cambio para el mejoramiento administrativo del Centro.

Funciones Específicas:

- ✓ Revisar los estados financieros del Centro.
- ✓ Elaborar anualmente el presupuesto general de la institución.
- ✓ Presentar al Gerente planes de inversión y nuevos planes de financiamiento.
- ✓ Recaudar los fondos provenientes de pago de los eventos y demás rubros que generen ingresos.
- ✓ Establecer e informar sobre las políticas financieras administrativas que le permitan generar servicios internamente en las siguientes áreas de gestión:
- ✓ Adquisiciones Control de activos Caja chica Proveer los mencionados servicios internos bajo un marco de austeridad, con claros principios de prioridad, siempre ajustados al presupuesto del ejercicio económico.
- ✓ Controlar los gastos realizados que se efectúen en las distintas áreas.
- ✓ Realizar al análisis de los estados financieros y elaborar proyecciones a corto y mediano plazo.
- ✓ Supervisar los informes contables y movimientos bancarios y el manejo de efectivo.
- ✓ Elaborar planes estratégicos, planes operativos y planes de acción.
- ✓ Supervisar el desempeño del personal en cada una de las áreas.

- ✓ Elaborar mensualmente los roles de pago del personal.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Director, Coordinador.

Supervisa a: Todas las unidades relacionadas con el manejo de fondos y administrativas.

Requisitos mínimos:

Formación:

Título profesional de Economía o Ingeniería Comercial.

Haber aprobado cursos de manejo financiero y contable.

Experiencia:

Acreditar por lo menos 3 años de experiencia en el área financiera y administrativa.

Competencias Laborales:

- ✓ Aptitudes para planificar y dirigir trabajos de grupo.
- ✓ Capacidad de mando.
- ✓ Honestidad comprobada.
- ✓ Disposición de tiempo completo.
- ✓ Ordenado y sistemático
- ✓ Buen manejo de utilitarios computacionales.
- ✓ Innovador y creativo.
- ✓ Con visión de futuro.

Edad:

De 27 años en adelante

Sexo:

Indistinto

TÍTULO DEL CARGO: CONTADOR

Elaborar, revisar y comunicar que todas las transacciones se realicen de forma correcta, además de elaborar estados financieros que suministre información acerca de la liquidez y solvencia de la empresa para futuras negociaciones.

Funciones Específicas:

- ✓ Recopilar información para elaborar registros contables.
- ✓ Elaborar estados financieros.
- ✓ Conciliar las cuentas bancarias.
- ✓ Elaborar la declaración de impuestos.
- ✓ Mantener y custodiar la documentación contable y los documentos.
- ✓ Realizar los depósitos bancarios.
- ✓ Revisar y registrar documentos de compra.
- ✓ Cancelación de servicios básicos.
- ✓ Cuadre de caja chica.

Línea de Autoridad:

Reporta a: Al Jefe Administrativo Financiero, La Junta Directiva, al tesorero

Supervisa a: La labor del personal profesional, técnico y lo referente con la contabilidad.

Requisitos mínimos:

Formación:

Título de contador público.

Experiencia:

Experiencia mínima 1 año en actividades de contabilidad.

Analizar las tendencias contables, fiscales y financieras a los diferentes problemas de estas áreas.

Combinar conocimientos de diversas disciplinas: contabilidad, derecho, economía, informática, matemáticas, psicología y sociología para solucionar problemas financieros.

Competencias Laborales:

- ✓ Seguridad en sí mismos (autoestima).
- ✓ De ética profesional y personal.
- ✓ De apertura al campo.
- ✓ De iniciativa y emprendedora.
- ✓ De compromiso y responsabilidad.
- ✓ De servicio a los demás.
- ✓ Conducir y participar en grupos multidisciplinares para fundamentar toma de decisiones.

Edad:

De 25 años

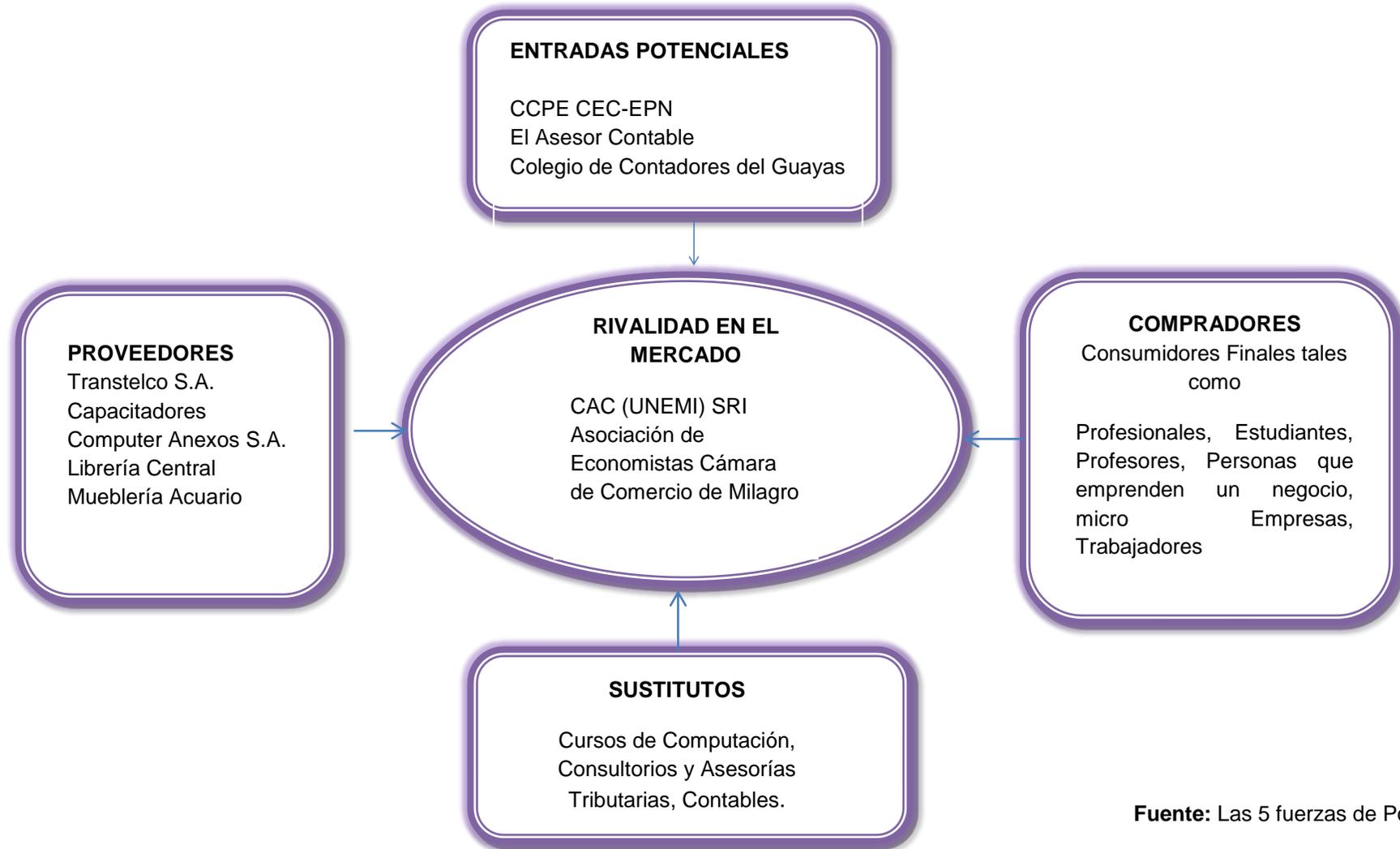
Sexo:

Indistinto.

ANÁLISIS DE MERCADO**Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter**

Para realizar el análisis externo de nuestra empresa correspondiente a un centro de capacitación empresarial en el cantón Milagro, se aplicó el modelo de las cinco fuerzas competitivas de PORTER, el cual manifiesta que existe cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo en el mercado o en el segmento que deseamos ingresar, la idea es entonces que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos disponibles frente a estas cinco fuerzas que rigen la competencia del sector a la que pertenecemos. Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

Cuadro 19. Análisis de las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Las 5 fuerzas de Porter

Elaborado: Las Autoras

ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

F1. AMENAZA DE ENTRADA DE POTENCIALES COMPETIDORES

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Interpretación: Podemos observar en el grafico que a nivel Regional, se han identificado competidores reconocidos como: Centro de Educación Continua-Escuela Politécnica Nacional (CEC-EPN), Centro de Capacitación de Especialidades (CCPE), El Asesor Contable, Colegio de Contadores del Guayas etc. que gozan de una posición estable en el mercado, los cuales pueden llegar a ofrecer sus servicios en nuevas plazas e integrarse en el cantón Milagro, ya que existe una escases de formación micro empresarial en su recurso humano, logrando fortalecer sus conocimientos a los colaboradores para un mejor desarrollo de sus actividades laborales, ubicándose a través de estrategias de precios, calidad, producto para posesionarse en este mercado local.

F2. AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Un mercado o segmento no es atractivo si existen servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad.

Los productos sustitutos que merecen la máxima atención son aquellos que están sujetos a tendencias que mejoran su desempeño y precio del servicio del sector educacional que obtienen elevados rendimientos. En este caso los sustitutos suelen entrar rápidamente si algún desarrollo aumenta la competencia en sus sectores y causa una reducción de precio o mejoran su desarrollo.

Interpretación: Estudiando el grafico podemos explicar que los servicios sustitutos como es la capacitación a distancia y la capacitación virtual, hacen referencia a la existencia de empresas que venden servicios de una forma diferente y alternativa, es decir pueden llegar a satisfacer las necesidades de los clientes pero difieren en las

características específicas, lo cual nos va permitir conservarnos con una perspectiva firme en el mercado local.

F2. RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Interpretación: Analizando el cuadro nos encontramos que en este mercado local existen empresas competidoras como: Comunidad Andina Continua (CAC), Servicio de Rentas Internas (SRI), Asociación de Economistas, Cámara de Comercio, que también se encuentran ubicadas en el mercado, lo cual nos conlleva a adoptar distintas formas de destrezas para competir como: precios, cantidades, introducción de nuevos servicios entre otros, lo cual nos permitirá situarnos en un categoría similar o superior a estos centros de capacitación.

F4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES/CLIENTES

Se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus proveedores, esto se puede originar cuando existe una cantidad de compradores limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor, ya que al no haber mucha demanda de productos, ellos pueden exigir precios bajos. Asimismo es importante mencionar que el poder del cliente depende de varios factores o circunstancias:

- ✓ Cuando los clientes compran el servicio a la empresa.
- ✓ Los costos de cambiar de proveedor son bajos.
- ✓ Los clientes tienen conocimiento de los costos y precios de los servicios ofrecidos por el proveedor.

Interpretación: Tomando en cuenta al sector empresarial podemos referirnos que existe una cantidad importante de compradores/clientes que estarían dispuestos a solicitar el servicio, esto lo podemos corroborar al analizar las encuestas donde

observamos que un 90% de los encuestados acepta de buena manera la apertura de un centro de capacitación.

No obstante nuestra propuesta está encaminada a ofrecer un servicio diferente que genere satisfacción a los diferentes profesionales de cada área, a las empresas públicas y privadas e instituciones particulares, el cual originará que una vez que el consumidor nos elija, obtendrá resultados efectivos dentro de su organización.

F5. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Se consideran una amenaza cuando están en capacidad de imponer el precio que una compañía debe pagar por el insumo o reducir la calidad en los bienes suministrados, disminuyendo en consecuencia la rentabilidad de esta. Entonces, los proveedores son más poderosos cuando una empresa depende de estos para desarrollar sus actividades, pero por sí mismos no dependen de la organización; en estas condiciones, representan una amenaza. Los proveedores son más fuertes en las siguientes circunstancias:

- ✓ Cuando el servicio que venden tiene pocos sustitutos y es importante para la compañía.
- ✓ Cuando la empresa no es un cliente importante para los proveedores.
- ✓ En tales instancias, su bienestar no depende de la compañía y ellos tienen pocos incentivos para reducir precios y mejorar la calidad.
- ✓ Cuando a fin de aumentar los precios los suministradores pueden usar la amenaza de integrarse verticalmente hacia adelante dentro de la empresa y competir de forma directa con su cliente.

Interpretación: El poder de negociación de los proveedores en el sector empresarial se considera que es relativamente bajo, ya que existen muchos proveedores que nos pueden abastecer de suministros de oficina, equipos informáticos, mobiliarios y servicios como pueden ser los principales proveedores: Transtelco S.A., Capacitadores, Computer Anexos S.A., Librería Central y Mueblería Acurio, para ser utilizados por la asesoría, los mismos que serán adquiridos en el mercado de esta localidad.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas.

- Precios competitivos y diferentes a la competencia.
- Servicio único y exclusivo en el mercado con un enfoque especial para las microempresas.
- Personal capacitado.

Oportunidades.

- El mercado se encuentra en crecimiento.
- No existen empresas con características semejantes.
- Buenas expectativas de ingresos económicos

Debilidades.

- Falta de experiencia en el mercado
- Incredulidad por parte de las microempresas.
- Posible entrega incompleta de información por parte de las microempresas.
- Se encuentra en una etapa introductoria, no cuenta con la cantidad necesaria de recursos humanos, para poder atender a las diferentes microempresas que soliciten el servicio.

Amenazas.

- Creación de mayor número de empresas que se puedan especializar en actividades individuales, provocando la disminución de carga o terreno de posibles trabajos.
- La competencia podría adoptar este nuevo concepto de asesoría
- El tipo de competencia con la que se participará cuenta con fuertes capitales, gran cantidad de recursos humanos, tecnología de punta y sobre todo respaldo de una firma internacional.
- Debido al tiempo con el que cuenta la competencia trabajando en el mercado, esta ha conseguido importantes firmas como clientes a las cuales le ha ofrecido un sin número de servicios logrando que estas sean leales a las mismas.

Cuadro 20. Matriz FODA

<p>EXTERNOS</p> <p>INTERNO</p>	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>El mercado se encuentra en crecimiento.</p> <p>No existen empresas con características semejantes.</p> <p>Buenas expectativas de ingresos económicos</p>	<p>Creación de mayor número de empresas que se puedan especializar en actividades individuales.</p> <p>La competencia podría adoptar este nuevo concepto de asesoría</p> <p>El tipo de competencia con la que se participará cuenta con fuertes capitales, gran cantidad de recursos humanos</p> <p>Debido al tiempo con el que cuenta la competencia trabajando en el mercado, esta ha conseguido importantes firmas como clientes.</p>
FORTALEZAS	FO	FA
<p>Precios competitivos y diferentes a la competencia.</p> <p>Servicio único y exclusivo en el mercado con un enfoque especial para las microempresas.</p> <p>Personal capacitado.</p>	<p>Realizar un breve sondeo del mercado en la que estamos sumergidos para así poder estar acorde con las necesidades con los posibles clientes.</p> <p>Promover una formación al equipo de trabajo a la que daremos las asesorías, para así concientizar a los posibles clientes de los problemas organizacionales, aprovechando las relaciones institucionales y proyectos a la comunidad.</p> <p>Alcanzar una mayor rentabilidad aprovechando la calidad de sus servicios, contando con tecnología para realizar más investigaciones para informar masivamente.</p>	<p>Promover los servicios a precios accesibles y dar a conocer lo importante que es una asesoría, para así poder motivar a los microempresarios.</p> <p>Programar planes flexibles de adiestramiento al personal que no se encuentre especializado para mantener una excelente calidad del servicio, así brindarles una cultura ambiental.</p> <p>Fortalecernos por medio de capacitaciones continuas, actualizando e innovando nuestros servicios.</p>
DEBILIDADES	DO	DA
<p>Falta de experiencia en el mercado</p> <p>Incredulidad por parte de las microempresas.</p> <p>Posible entrega incompleta de información por parte de las microempresas.</p> <p>Se encuentra en una etapa introductoria, no cuenta con la cantidad necesaria de recursos humanos.</p>	<p>Nuestros precios van a ser bajos comparado con la competencia para así permitir apertura en otras zonas geográficas, satisfaciendo las necesidades de adiestramiento a nuevos clientes.</p> <p>Promover los servicios a precios accesibles para adquirir tecnologías para manejar adecuadamente la información, aprovechando los servicios ofrecidos y promoviendo trabajos y proyectos con la comunidad e institucionales y gubernativas empresariales</p> <p>Evaluar cual es el nivel de capacitación del personal con respecto a calidad y de acuerdo a los resultados obtenidos capacitar al personal en calidad y mejoramiento continuo.</p>	<p>Alcanzar un ingreso suficiente para promocionarse mediante publicidad, aprovechando los servicios que ofrece y expandirse a otras localidades para aumentar nuestra demanda.</p> <p>Realizar una breve charla acerca de las ventajas y desventajas al no poder contar con una asesoría para su micro empresa.</p> <p>Darles a conocer que nuestra asesoría va de la mano con la revisión de los procesos, ya que mientras se evalúan los procesos y la metodología de las microempresas podríamos identificar los riesgos así como también los riesgos potenciales que enfrentarían estos.</p>

Fuente: Matriz FODA

Elaborado: Las Autoras

Estrategias

Las ventajas competitivas de las microempresas, son la facil formación con todos los datos bien detallados.

La evaluación de potencialidades desde el punto devista empresarial.

Identificacióndel mercado ¿Dónde puedo vender el producto? ¿Dónde puede conseguir la materia prima? ¿A què precio?.

Calcular el costo aproximado de produccìon del producto y que beneficio se va a percibir.

Asegurarse un trabajo diario y a tiempo completo.

5.7.1 Actividades

Segmentación del Mercado y Composición del Mercado

Analizando el estudio que se realizó sobre la propuesta, podemos declarar que para la segmentación del mercado debemos considerar factores importantes como geográficos, sociales y económicos que influyen en el comportamiento del mercado

Aspectos Geográficos.- Tendrá lugar en el País Ecuador, en la provincia del Guayas; en el cantón Milagro para la localización de los empresarios en su crecimiento personal y profesional.

Aspecto Social.- Del sector, cantón o ciudad de donde provengan nuestros clientes son de condición social media y alta.

Aspecto Económico.- Nos dirigimos a las microempresas analizando sus necesidades y actividades que realizan para escoger un servicio de asesoramiento competitivo micro empresarial.

Marketing MIX

Se ha utilizado una serie de herramientas para alcanzar las metas que nos hayamos fijado a través de su combinación o mezcla (mix), por ello podemos definirlo como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos.

El mercado nos obliga hoy a desplegar complejas estrategias para poder diferenciarlos de la competencia, crecer y lograr nuestros objetivos. Hoy no basta con ser bueno debemos ser los mejores, tener el mejor producto, respaldado con el

mejor servicio, brindar la mejor atención, y cargar lo que ofrecemos de todo el valor agregado posible de lo contrario nuestras ventas no estarán a la altura de las necesidades.

Las cinco “P” de marketing

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promociones y publicidad

Producto: El servicio que se va a ofrecer estará basado en la calidad, compromiso, seriedad, eficiencia y eficacia, contando con personal capacitado para las diferentes áreas. Tomando en cuenta las falencias que existen en las diferentes empresas del cantón Milagro en base a las encuestas realizadas, hemos considerado las de mayor relevancia, razón por la cual se ha tomado mayor importancia a las áreas señaladas a continuación en beneficio y satisfacción tanto a nivel personal como empresarial:

Cuadro 21. Temas a dictarse

CAPACITACIONES QUE OFRECEMOS	
➤	Asesoramiento integral de cómo iniciar su microempresa.
➤	Obtención de los requisitos para el funcionamiento de la microempresa.
➤	Contabilidad administrativa
➤	Contabilidad básica
➤	Obtención, actualización y cierre de RUC
➤	Liquidación de impuestos mensuales
➤	Elaboración de los formularios para la declaración ante el SRI
➤	Obtención de autorización para emisión de facturas
➤	Asesoría en la elaboración de los estados financieros
➤	Elaboración de los estados financieros
➤	Análisis de los estados financieros
➤	Determinación de la mejor alternativa de inversión
➤	Capacitación en atención al cliente

Fuentes: Temas a dictarse

Elaboración: Las Autoras

Plaza – distribución: El mercado donde funcionará el negocio será en la ciudad de Milagro y estará ubicada en la Ciudadela Los helechos , la ubicación del centro también es de gran importancia ya que se encuentra ubicado en un sector

confortable y acogedor, siendo un lugar apropiado dirigido y orientado a las Instituciones Educativas y microempresas.

Precio: Tiempo de duración se dispone según tema a elección del participante se tiene cupo limitado de 20 personas para mayor facilidad en el aprendizaje. Los precios que se presentan en la siguiente tabla han sido fijados en base a los precios de la competencia, los mismos que son accesibles a los clientes. Las formas de pago a aceptar serán:

Efectivo (dinero efectivo o cheque certificado)

Tarjetas de crédito (VISA, DINERS CLUB)

Horarios: Lunes- sábados o días a elegir.

Cuadro22. Precios de las asesorías

PRECIOS	
INGRESOS	VALOR
A SESORAMEINTO INTEGRAL DE CÓMO INICIAR SU MICROEMPRESA	100,00
OBTENCION DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	100,00
CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	50,00
OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC	50,00
LIQUIDACION DE IMPUESTOS MENSUALES	30,00
ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI	50,00
OBTENCION DE AUTORIZACION PARA EMISION DE FACTURAS	50,00
ASESORIA EN LA ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	50,00
ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	150,00
ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	100,00
DETERMINACION DE LA MEJOR ALTERNATIVA DE INVERSION	60,00
ASESORIA PARA LA OBTENCION DE UN MICRICREDITO	43,00

Fuente: Cronogramas de actividades.

Elaboración: Las Autoras

Para dar a conocer la naturaleza del Centro de asesoría, se realizará las siguientes actividades de marketing, el mismo que nos permitirá captar clientes, entre las cuales tenemos:

Publicidad

Este servicio de asesoría, siempre pensará beneficiar a sus participantes con los servicios que brindará y para darse a conocer en esta ciudad en las diferentes microempresas o negocios se hará de la siguiente manera:

Se utilizará un material publicitario para obtener reconocimiento y posicionamiento en la localidad, como son lo siguiente:

- ✓ Publicidad por los principales medios escritos del cantón, los cuales son de circulación semanal como es el periódico “Prensa la Verdad”.
- ✓ También se ofrecerá publicidad por medio de la principal radio de la ciudad como es la radio “La voz de Milagro”.
- ✓ Entrega de hojas volantes dos semanas antes de la apertura del local, los mismo que serán distribuidos en puntos estratégicos del cantón.
- ✓ Entrega de Tarjetas de presentación a las diferentes microempresas de la localidad, se espera captar la atención de microempresarios para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran.
- ✓ Se entregaran obsequios a los participantes de los cursos como son: carpetas y plumas y un diploma debidamente certificado.
- ✓ Los clientes que visiten nuestras instalaciones se les entregaran trípticos con el propósito de captar su interés e incentivarlos a utilizar nuestros servicios.
- ✓ Tomando en cuenta que la ciudadanía no conoce de la existencia de nuestra empresa en el mercado, pondremos a nuestro selecto recurso humano a disposición del público los mismos que ofrecerán charlas gratuitas de los diferentes servicios y asesorías la cual se contestaran dudas e inquietudes de los presentes.

LOGOTIPO



Figura 3. Logotipo

Elaborado: Las Autoras



Figura 4. Volantes

Elaborado: Las Autoras



Figura 5. Tarjetas de presentación

Elaborado: Las Autoras



Figura 6. Valla Publicitaria

Elaborado: Las Autoras

Anverso

<p>COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL</p> <ul style="list-style-type: none">• Asesoramiento integral de como iniciar su microempresa.• Obtención de los requisitos para el funcionamiento de la microempresa.• Contabilidad administrativa• Contabilidad básica• Obtención, actualización y cierre del RUC• Liquidación de impuesto mensual.• Elaboración de los formularios para la elaboración ante el SRL.• Obtención de actualizaciones para emisión de facturas• Asesoría en la elaboración de estados financieros• Determinación de la mejor alternativa de inversión.• Asesoría relacionado al servicio al cliente.  <p>Foto de imagen o gráfico.</p>	<p>ACM</p> <p>Ciudadela de Melchor Teléfono: 973675 Fax: 3502040457 Correo: semilla@hemail.com</p> 	 <p>ASESORIA COMPETITIVA MICROEMPRESARIAL</p> <p>ACM</p>  <p>"SE PARTE DE LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO MICROEMPRESARIAL"</p> <p>CEL: 981695419</p>
---	---	--

Reverso

<p>ASESORÍA PARA LA COMPETITIVIDAD MICROEMPRESARIAL</p> <p>La competitividad es un factor muy importante para el desarrollo y éxito de las micro empresa, la cual contiene muchos factores en sí mismo como lo son la productividad y la calidad.</p> 	<p>BREVES RESEÑAS</p> <p>Altos niveles de competitividad se asocian con altos niveles de desarrollo económico. El desarrollo económico es el logro de una mejora sostenida y de largo plazo en el estándar de vida de un país.</p> <p>Por esta razón se dice que, para ser competitivos se necesita mejorar la productividad y esto se logrará mediante cambios en los procesos ineficientes y en la mala utilización de recursos, en esto se basa la misión que quiere lograr el Centro de Asesoramiento de la Competitividad Empresarial.</p> <p>Dado que el acceso a la capacitación con información actualizada da la oportunidad de estar en mejores condiciones para ser competitivos en perspectivas laborales y profesionales, por ello el asesoramiento competitivo y desarrollo del</p>	<p>El centro de asesoramiento brindará las herramientas necesarias relacionadas a las diferentes áreas administrativas, permitiendo a los micro empresarios y todo su equipo de trabajo, aumentar sus habilidades, cualidades y beneficio a la organización.</p>
---	--	--

Figura 7. Trípticos
Elaborado: Las Autoras



Figura 8. Certificado
Elaborado: Las Autoras

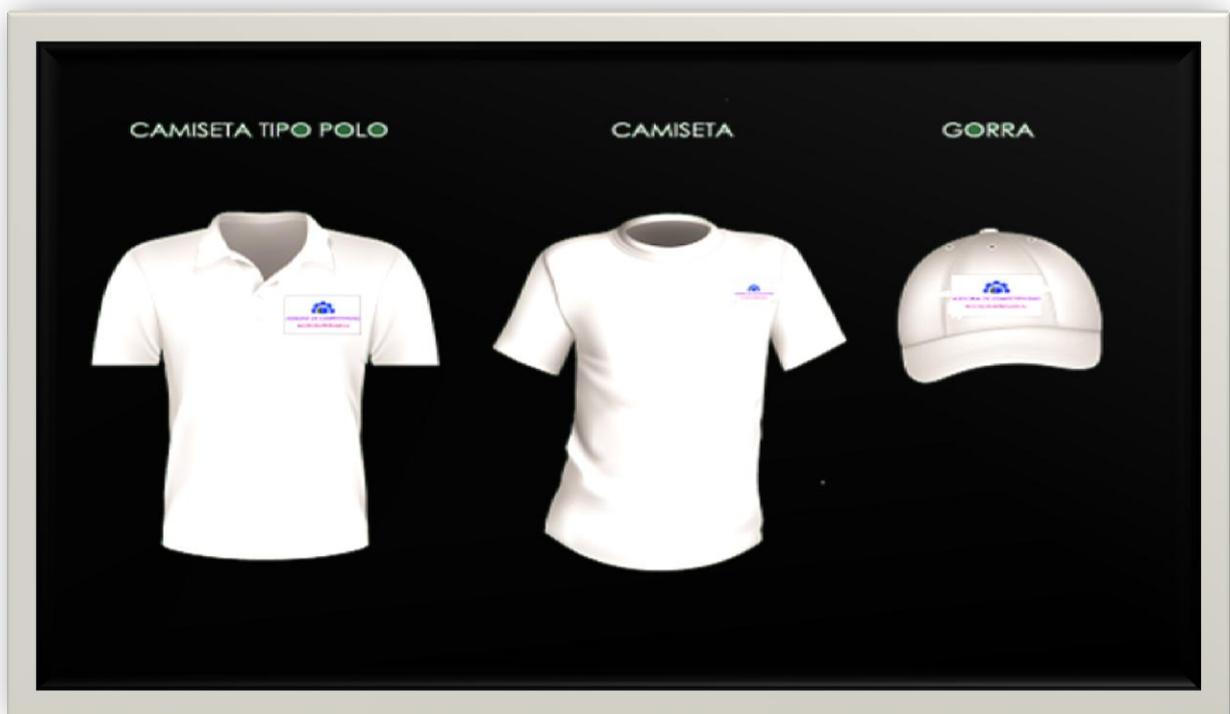


Figura 9. Camisetas y gorras
Elaborado: Las autoras

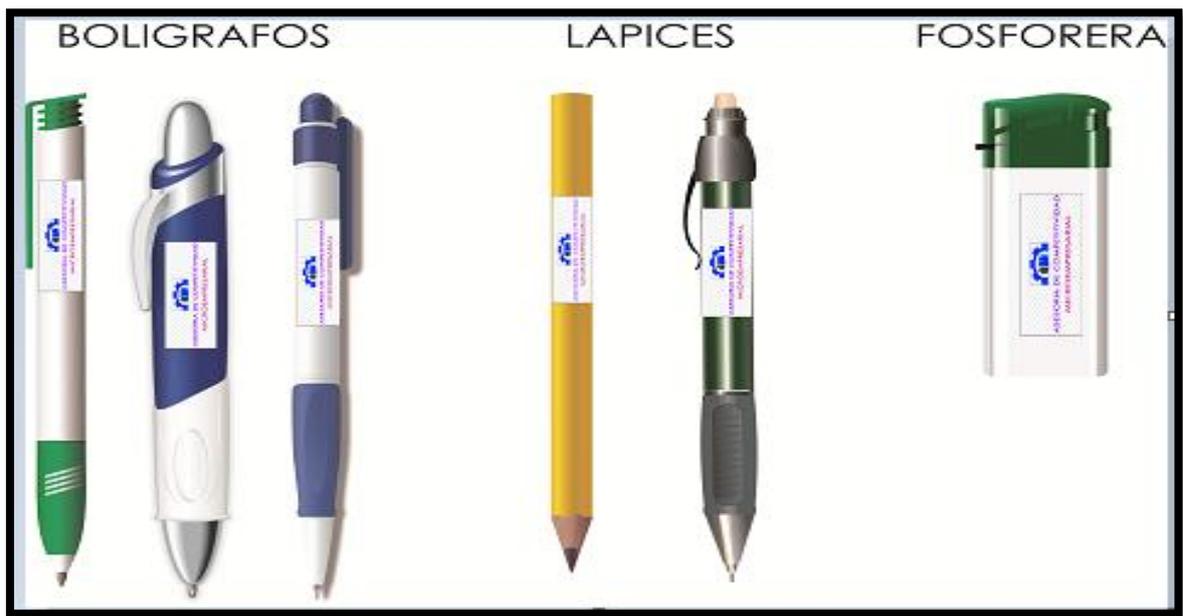


Figura 10. Bolígrafos
Elaborado: Las Autoras



Figura 11. Carpeta
Elaborado: Las Autoras

Promoción

Es la estrategia que da a conocer una serie de incentivos con el fin de provocar ventas inmediatas, la misma que deberá ser innovadora y agresiva de tal manera que neutralice y, de ser posible, supere a la de los competidores. El mercado actual cada vez es más competitivo; exige de nosotros gran capacidad de creatividad y habilidad para promocionar nuestros servicios.

La empresa utilizará la siguiente promoción:

- ✓ Comisiones que se otorgará al personal de la firma, la cual consistirá en el número de nuevos clientes que se logre captar.
- ✓ Descuentos del 5% quienes inscriban a sus colaboradores desde 6 en adelante.
- ✓ También otorgara un cupo gratis quienes participen de la capacitación a partir de 10 personas en adelante
- ✓ Se ubicará un stand una vez por mes durante un semestre la cual será ubicada en lugares estratégicos (ferias y concursos tanto en colegios y universidades) y ofreceremos descuentos especiales por contrato de servicio.
- ✓ Se otorgará una ficha con un puntaje determinado de acuerdo al servicio recibido, dichos puntos se acumularán y al final del año se otorgaran obsequios de acuerdo a la escala de premios.
- ✓ Se otorgarán premios de incentivos a los clientes microempresarios que nos consigan nuevos clientes, también se le informara a los clientes para así incrementar la cartera de clientes se les sortearan un viaje de placer a la Islas Encantadas.

Personal de Ventas: Es importante contar con un agente vendedor el cual será previamente capacitado para dar a conocer el servicio que se brinda ya que el vendedor ejerce un papel esencial a la hora de cumplir los objetivos de la empresa, no debemos olvidar que el vendedor es la primera imagen que ofrece el servicio de asesoramiento, puesto que es el encargado de atender al cliente y la percepción que el lleve será la que proyectará después a la empresa en general.

Por la estrategia de desarrollo que manejaremos, dada la capacidad de los profesionales altamente calificados con que se cuenta estaremos en capacidad de

manejar hasta 5 asesorías al mes, y en caso de existir una mayor demanda podríamos trabajar a través de reservaciones con horarios específico.

5.7.2 Recursos, Análisis financiero

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, intangibles y capital de trabajo.

La inversión de activos fijos, son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de insumos, o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen los activos fijos los terrenos, el equipamiento de oficina, servicios básicos (agua, luz, teléfono).

Para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciación, la cual afectará el resultado de la evaluación por su efecto sobre el cálculo de los impuestos.

Cuadro 23. Activos Fijos

EMPRESA DE ASESORIA			
ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO. UNITARIO	COSTO. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
7	ESCRITORIOS	450,00	3.150,00
7	SILLAS DE ESCRITORIO	45,00	315,00
10	MESAS	35,00	350,00
20	SILLAS PARA LAS CAPACITACIONES	15,00	300,00
4	ARCHIVADORES	156,23	624,92
	TOTAL MUEBLES DE OFICINA		4.739,92
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
5	COMPUTADORA	500,00	2.500,00
1	SISTEMA INFORMÁTICO	2.500,23	2.500,23
1	PROYECTOR	600,00	600,00
1	IMPRESORA + ESCANER+COPIADORA E IMPRESORA	150,00	150,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		5.750,23
	EQUIPO DE OFICINA		
2	TELEFONO CON LÍNEA	150,00	300,00
2	AIRE ACONDICIONADO	900,00	1.800,00
	TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA		2.100,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		\$ 12.590,15

Elaborado: Las Autoras

Cuadro24. Depreciación de los activos Fijos

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	% DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	4.739,92	10%	39,50	473,99
EQUIPO DE COMPUTACION	5.750,23	33%	158,13	1.897,58
EQUIPO DE OFICINA	2.100,00	10%	17,50	210,00
TOTAL	12.590,15		215,13	2.581,57

Elaborado: Las Autoras

GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto, entre estos están:

Sueldos.- Son los salarios y beneficios sociales del personal administrativo tales como el gerente, secretaria, asesor, contador; estos aumentan con respecto a la inflación.

Suministros y materiales.- Incluye los útiles de oficina necesarios para este proyecto considerando la inflación

Servicios Básicos.- Dentro de este rubro se considera el consumo de agua, luz, y teléfono considerando la inflación.

Gasto de Publicidad.- Incluye anuncios y folletos.

Cuadro 25. Nomina

NÓMINA AÑO 1									
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL	
DIRECTOR	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75		522,75	6.273,00	
SECRETARIA	264,00	22,00	22,00	11,00	32,60		286,40	3.436,75	
ASESOR 1	350,00	29,17	22,00	14,58	43,23		372,53	4.470,30	
ASESOR 2	350,00	29,17	22,00	14,58	43,23		372,53	4.470,30	
ASESORES DE VENTA Y MARKETING	320,00	26,67	22,00	13,33	39,52		342,48	4.109,76	
CONTADOR	350,00	29,17	22,00	14,58	43,23		372,53	4.470,30	
TOTAL	2.134,00						2.269,20	27.230,41	

NÓMINA AÑO 2									
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL	
DIRECTOR	520,00	43,33	22,00	21,67	64,22	43,32	586,10	7.033,15	
SECRETARIA	274,56	22,88	22,00	11,44	33,91	22,87	319,84	3.838,11	
ASESOR 1	364,00	30,33	22,00	15,17	44,95	30,32	416,87	5.002,41	
ASESOR 2	364,00	30,33	22,00	15,17	44,95	30,32	416,87	5.002,41	
ASESORES DE VENTA Y MARKETING	332,80	27,73	22,00	13,87	41,10	27,72	383,02	4.596,26	
CONTADOR	364,00	30,33	22,00	15,17	44,95	30,32	416,87	5.002,41	
TOTAL	2.219,36						2.539,56	30.474,74	

NÓMINA AÑO 3									
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL	
DIRECTOR	540,80	45,07	22,00	22,53	66,79	45,05	608,66	7.303,92	
SECRETARIA	285,54	23,80	22,00	11,90	35,26	23,79	331,76	3.981,08	
ASESOR 1	378,56	31,55	22,00	15,77	46,75	31,53	432,66	5.191,94	
ASESOR 2	378,56	31,55	22,00	15,77	46,75	31,53	432,66	5.191,94	
ASESORES DE VENTA Y MARKETING	346,11	28,84	22,00	14,42	42,74	28,83	397,46	4.769,55	
CONTADOR	378,56	31,55	22,00	15,77	46,75	31,53	432,66	5.191,94	
TOTAL	2.308,13						2.635,86	31.630,37	

NÓMINA AÑO 4									
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL	
DIRECTOR	562,43	46,87	22,00	23,43	69,46	46,85	632,13	7.585,51	
SECRETARIA	296,96	24,75	22,00	12,37	36,68	24,74	344,15	4.129,76	
ASESOR 1	393,70	32,81	22,00	16,40	48,62	32,80	449,09	5.389,06	
ASESOR 2	393,70	32,81	22,00	16,40	48,62	32,80	449,09	5.389,06	
ASESORES DE VENTA Y MARKETING	359,96	30,00	22,00	15,00	44,45	29,98	412,48	4.949,77	
CONTADOR	393,70	32,81	22,00	16,40	48,62	32,80	449,09	5.389,06	
TOTAL	2.400,46						2.736,02	32.832,23	

NÓMINA AÑO 5									
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL	
DIRECTOR	584,93	48,74	22,00	24,37	72,24	48,72	656,53	7.878,38	
SECRETARIA	308,84	25,74	22,00	12,87	38,14	25,73	357,03	4.284,39	
ASESOR 1	409,45	34,12	22,00	17,06	50,57	34,11	466,17	5.594,06	
ASESOR 2	409,45	34,12	22,00	17,06	50,57	34,11	466,17	5.594,06	
ASESORES DE VENTA Y MARKETING	374,35	31,20	22,00	15,60	46,23	31,18	428,10	5.137,20	
CONTADOR	409,45	34,12	22,00	17,06	50,57	34,11	466,17	5.594,06	
TOTAL	2.496,48						2.840,18	34.082,15	

Elaborado: Las Autoras

Cuadro 26. Gastos administrativos y generales

EMPRESA DE ASESORIA						
DETALLE DE GASTOS						
GASTOS ADMINISTRATIVOS	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1 DIRECTOR	522,75	6.273,00	7.033,15	7.303,92	7.585,51	7.878,38
1 SECRETARIA	286,40	3.436,75	3.838,11	3.981,08	4.129,76	4.284,39
1 ASESOR 1	372,53	4.470,30	5.002,41	5.191,94	5.389,06	5.594,06
1 ASESOR 2	372,53	4.470,30	5.002,41	5.191,94	5.389,06	5.594,06
1 ASESORES DE VENTA Y MARKETING	342,48	4.109,76	4.596,26	4.769,55	4.949,77	5.137,20
1 CONTADOR	372,53	4.470,30	5.002,41	5.191,94	5.389,06	5.594,06
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.269,20	27.230,41	30.474,74	31.630,37	32.832,23	34.082,15

GASTOS DE GENERALES	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
AGUA	8,00	96,00	99,84	103,83	107,99	112,31
ENERGIA ELECTRICA	30,00	580,00	603,20	627,33	652,42	678,52
TELEFONO	50,00	182,00	189,28	196,85	204,73	212,91
SERVICIOS DE INTERNET	22,00	264,00	274,56	285,54	296,96	308,84
SUMINISTROS	150,00	700,00	728,00	757,12	787,40	818,90
GASTOS DE CONTITUCIÓN (PERMISOS)	300,00	300,00	60,00	62,40	64,90	67,49
MATERIALES DE LIMPIEZA	50,00	125,00	130,00	135,20	140,61	146,23
ARRIENDO	500,00	6.000,00	6.240,00	6.489,60	6.749,18	7.019,15
DEP. MUEBLES Y ENSERES	39,50	473,99	473,99	473,99	473,99	473,99
DEP. DE EQUIPO DE COMPUTACION	158,13	1.897,58	1.897,58	1.897,58		
DEP. DE EQUIPO DE OFICINA	17,50	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00
TOTAL GASTOS GENERALES	1.325,13	10.828,57	10.906,45	11.239,44	9.688,18	10.048,35

TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS	3.594,33	38.058,98	41.381,19	42.869,81	42.520,41	44.130,50
-----------------------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

GASTOS PARA EL FLUJO CAJA	3.379,20	35.477,41	38.799,62	40.288,25	41.836,42	43.446,51
GASTOS GENERALES	1.110,00	8.247,00	8.324,88	8.657,88	9.004,19	9.364,36
DEPRECIACION	215,13	2.581,57	2.581,57	2.581,57	683,99	683,99
		2.581,57	5.163,14	7.744,70	8.428,70	9.112,69

Elaborado: Las Autoras

Cuadro 27. Gasto de publicidad

CANT.	DETALLE	PRECIO	ENE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
4	RADIO	30,00	120,00	1.440,00	1.497,60	1.557,50	1.619,80	1.684,60
1	VALLA PUBLICITARIA	250,00	250,00	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
1	PRENSA ESCRITA	120,00	120,00	1.440,00	1.497,60	1.557,50	1.619,80	1.684,60
1	VOLANTES	15,00	15,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
100	TRIPTICOS	0,50	50,00	75,00	78,00	81,12	84,36	87,74
100	TARJETAS DE PRESENTACION	0,25	25,00	55,00	57,20	59,49	61,87	64,34
1	MATERIALES PARA LAS CAPACITACIONES	30,00	25,00	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
TOTAL			605,00	3870,00	4024,80	4185,79	4353,22	4527,35

Elaborado: Las Autoras

Cuadro 28. Inversión del proyecto

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	4.739,92
EQUIPO DE COMPUTACION	5.750,23
EQUIPO DE OFICINA	2.100,00
CAJA BANCOS	4.500,00
TOTAL DE LA INVERSION	17.090,15

Elaborado: Las Autoras

Inversión en capital de trabajo

Para efectos de evaluación del proyecto, el capital del trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones a largo plazo (20%) y la otra parte se constituirá por aporte propio (80%), necesario para asegurar la operación del proyecto.

Cuadro 29. Financiamiento del proyecto

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		17.090,15
Financiado	20%	3.418,03
Aporte Propio	80%	13.672,12
		17.090,15

Elaborado: Las Autoras

El capital de trabajo será financiado por medio de un préstamo, como se detalla a continuación:

Financiamiento del capital de trabajo.

Monto: \$3418,03

Plazo: 5 años

Tasa: 16%

Cuadro 30. Tabla de amortización

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				3.418,03
1	683,61	546,88	1.230,49	2.734,42
2	683,61	437,51	1.121,11	2.050,82
3	683,61	328,13	1.011,74	1.367,21
4	683,61	218,75	902,36	683,61
5	683,61	109,38	792,98	-
	3.418,03	1.640,65	5.058,68	

FINANCIAMIENTO				
TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				3.418,03
1	56,97	45,57	102,54	3.361,06
2	56,97	44,81	101,78	3.304,10
3	56,97	44,05	101,02	3.247,13
4	56,97	43,30	100,26	3.190,16
5	56,97	42,54	99,50	3.133,19
6	56,97	41,78	98,74	3.076,23
7	56,97	41,02	97,98	3.019,26
8	56,97	40,26	97,22	2.962,29
9	56,97	39,50	96,46	2.905,33
10	56,97	38,74	95,70	2.848,36
11	56,97	37,98	94,95	2.791,39
12	56,97	37,22	94,19	2.734,42
	683,61	496,75	1.180,36	

Fuente: Banco del Pichincha

Elaborado: Las Autoras

PRESUPUESTO DE INGRESO.

Constituyen todos los ingresos por servicios prestados de la empresa que representa las entradas reales de caja, estos servicios tienen los precios detallados en el siguiente cuadro:

Cuadro 31. Presupuesto de ingresos

EMPRESA DE ASESORIA								
PRESUPUESTO DE INGRESOS								
INGRESOS POR VENTA	VALOR	CANT	ENER	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ASESORAMEINTO PARA INICIAR SU MICROEMPRESA	100,00	7	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
OBTENCION DE LOS REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA	100,00	4	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA	50,00	6	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
OBTENCION, ACTUALIZACION Y CIERRE DE RUC	50,00	5	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
LIQUIDACION DE IMPUESTOS MENSUALES	30,00	7	210,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	3.063,08
ELABORACION DE LOS FORMULARIOS PARA LA DECLARACION ANTE EL SRI	50,00	5	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
OBTENCION DE AUTORIZACION PARA EMISION DE FACTURAS	50,00	5	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
ASESORIA EN LA ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	50,00	5	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
ELABORACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	150,00	6	900,00	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS	100,00	7	700,00	8.400,00	8.820,00	9.261,00	9.724,05	10.210,25
ASESORAMIENTO EN MARKETING	60,00	4	240,00	2.880,00	3.024,00	3.175,20	3.333,96	3.500,66
CAPACITACION EN ATENCION AL CLIENTE	43,00	5	215,00	2.580,00	2.709,00	2.844,45	2.986,67	3.136,01
TOTAL DE INGRESOS			4.665,00	55.980,00	58.779,00	61.717,95	64.803,85	68.044,04

Elaborado: Las Autoras

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestra la utilidad neta obtenida en cada periodo relacionando los ingresos y todos los costos y gastos necesarios para producir dichos ingresos.

A continuación se muestra la proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias.

Cuadro 32. Estado de Pérdidas y Ganancias

EMPRESA DE ASESORIA							
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	4.665,00	55.980,00	58.779,00	61.717,95	64.803,85	68.044,04	309.324,84
(-) COSTO DE VENTAS	605,00	3.870,00	4.024,80	4.185,79	4.353,22	4.527,35	20.961,17
UTILIDAD BRUTA	4.060,00	52.110,00	54.754,20	57.532,16	60.450,62	63.516,69	288.363,67
COSTOS INDIRECTOS	3.594,33	38.058,98	41.381,19	42.869,81	42.520,41	44.130,50	208.960,89
UTILIDAD OPERACIONAL	465,67	14.051,02	13.373,01	14.662,34	17.930,22	19.386,18	79.402,78
(-) GASTOS FINANCIEROS	45,57	546,88	437,51	328,13	218,75	109,38	1.640,65
UTILIDAD ANTES PART. IMP	420,09	13.504,14	12.935,50	14.334,21	17.711,46	19.276,81	77.762,12
PARTICIPACION EMPLEADOS	168,80	2.025,62	1.940,33	2.150,13	2.656,72	2.891,52	11.664,32
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	251,29	11.478,52	10.995,18	12.184,08	15.054,74	16.385,29	66.097,80
IMPUESTO RENTA	239,14	2.869,63	2.748,79	3.046,02	3.763,69	4.096,32	28.188,77
UTILIDAD NETA	12,16	8.608,89	8.246,38	9.138,06	11.291,06	12.288,96	49.573,35

Elaborado: Las Autoras

FLUJO DE CAJA

El siguiente flujo de caja muestra los ingresos y gastos reales, es decir los que representa entrada y salida de dinero.

El resultado final, flujo neto, constituye el efectivo que generaras el proyecto y el cual se verá reflejado en el balance General.

Cuadro 33. Flujo de Caja

EMPRESA DE ASESORIA								
FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 0	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS								
VENTAS	-	4.665,00	55.980,00	58.779,00	61.717,95	64.803,85	68.044,04	309.324,84
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		4.665,00	55.980,00	58.779,00	61.717,95	64.803,85	68.044,04	309.324,84
EGRESOS OPERATIVOS								
INVERSION INICIAL	17.090,15	-	-	-	-	-	-	-
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	2.269,20	27.230,41	30.474,74	31.630,37	32.832,23	34.082,15	156.249,90
GASTOS GENERALES	-	1.110,00	8.247,00	8.324,88	8.657,88	9.004,19	9.364,36	43.598,30
COSTO DIRECTO		605,00	3.870,00	4.024,80	4.185,79	4.353,22	4.527,35	20.961,17
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-	-	-	2.025,62	1.940,33	2.150,13	2.656,72	2.891,52
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	2.869,63	2.748,79	3.046,02	3.763,69	4.096,32
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	17.090,15	3.984,20	39.347,41	47.719,67	49.163,16	51.385,79	54.394,27	227.797,22
FLUJO OPERATIVO	-17.090,15	680,80	16.632,59	11.059,33	12.554,79	13.418,06	13.649,77	67.314,54
INGRESOS NO OPERATIVOS	-	-	-	-	-	-	-	-
PRESTAMO BANCARIO	3.418,03	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	3.418,03	-	-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS								
INVERSIONES								
PAGO DE CAPITAL	-	56,97	683,61	683,61	683,61	683,61	683,61	3.418,03
PAGO DE INTERESES	-	45,57	546,88	437,51	328,13	218,75	109,38	1.640,65
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	102,54	1.230,49	1.121,11	1.011,74	902,36	792,98	5.058,68
FLUJO NETO NO OPERATIVO	3.418,03	-102,54	-1.230,49	-1.121,11	-1.011,74	-902,36	-792,98	-5.058,68
FLUJO NETO	-13.672,12	578,26	15.402,10	9.938,22	11.543,06	12.515,70	12.856,79	62.255,85
SALDO INICIAL			4.500,00					
FLUJO ACUMULADO	-	578,26	19.902,10	29.840,31	41.383,37	53.899,07	66.755,85	

Elaborado: Las Autoras

BALANCE GENERAL

En el Balance General aparece el grupo de activos conformados por activos corrientes, activos Fijo y se considera también las depreciaciones acumuladas; el grupo de los pasivos conformados por el corriente y el pasivo a Largo plazo y finalmente por el capital

Por el lado de los pasivos tenemos el préstamo que se obtuvo para poder financiar el proyecto; en el patrimonio se encuentra el capital de los accionistas y la utilidad acumulada del ejercicio.

Cuadro 34. Balance General

EMPRESA DE ASESORIA					
BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	19.902,10	29.840,31	41.383,37	53.899,07	66.755,85
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	19.902,10	29.840,31	41.383,37	53.899,07	66.755,85
ACTIVOS FIJOS	12590,15	12.590,15	12.590,15	12.590,15	12.590,15
DEPRECIAC. ACUMULADA	2.581,57	5.163,14	7.744,70	8.428,70	9.112,69
TOTAL DE ACTIVO FIJO	10.008,58	7.427,01	4.845,45	4.161,45	3.477,46
TOTAL DE ACTIVOS	29.910,68	37.267,33	46.228,82	58.060,52	70.233,31
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	2.734,42	2.050,82	1.367,21	683,61	-
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	2.025,62	1.940,33	2.150,13	2.656,72	2.891,52
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	2.869,63	2.748,79	3.046,02	3.763,69	4.096,32
TOTAL PASIVO	7.629,67	6.739,94	6.563,36	7.104,01	6.987,84
PATRIMONIO					
APOORTE CAPITAL	13.672,12	13.672,12	13.672,12	13.672,12	13.672,12
UTILIDAD DEL EJERCICIO	8.608,89	8.246,38	9.138,06	11.291,06	12.288,96
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	8.608,89	16.855,27	25.993,33	37.284,39
TOTAL PATRIMONIO	22.281,01	30.527,39	39.665,45	50.956,51	63.245,47
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	29.910,68	37.267,33	46.228,82	58.060,52	70.233,31

Elaborado: Las Autoras

CALCULO PARA EL ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD.

VAN

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

VAN del proyecto: \$ 23.672, 37

TIR

La Tasa Interna de Retorno es la rentabilidad del proyecto medida en porcentaje, evaluado los flujos netos en función de inversión inicial, da como resultado lo siguiente:

TIR del proyecto: 78%

Cuadro 35. Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-17.090,15	16.632,59	11.059,33	12.554,79	13.418,06	13.649,77

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	20%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	67.314,54
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	17.090,15
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	78,78%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		40.762,52
VAN	POSITIVO	23.672,37
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,72
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	72,19
TASA INTERNA DE RETORNO		78%

Elaboración: Las Autoras

5.7.3. Impacto.

- ✓ La implementación del negocio que ofrecemos busca acaparar el mercado del Cantón Milagro contribuyendo de forma directa a la sostenibilidad del microempresario.
- ✓ A nivel laboral proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los Milagreños.
- ✓ La optimización de las actividades de los microempresarios permitirá un posicionamiento respetable en este casco comercial.
- ✓ Fortalecer el desarrollo empresarial.
- ✓ Fomentar el trabajo en equipo e incentivar a las personas que reciben el servicio para que puedan tomar decisiones y estimulen su creatividad.
- ✓ Motivar a las personas a que tengan mayor disposición hacia su actividad laboral, reflejándose en mayor productividad, convirtiendo así el micro empresas en eficiente y favorable para la calidad y la competitividad.
- ✓ Soluciones modernas y funcionales, que bajo una óptica de equidad, estén alineadas con las necesidades de los empleados.

CONCLUSIONES

- ✓ El servicio que ofrecerá la asesoría de competitividad micro empresarial en la ciudad de Milagro, analizará el proceso de como llevan las microempresas el área de recursos humanos, eficiencia de la productividad, estructura de esta forma se obtendrá un análisis completo donde surgirán las falencias de las microempresas, lo permitirá crear un plan reestructuración
- ✓ En lo que corresponde a publicidad se va manejar un plan de estratégico para así podernos dar a conocer a nivel local y nacional para tener una aceptación.
- ✓ Obtener una visión efectiva del asesoramiento a implementar, tomando en consideración que un alto porcentaje de los microempresarios encuestados, manifestaron que no se han capacitado en el último año, siendo importante para las microempresas que sus colaboradores se actualicen y adquieran nuevos conocimientos para el bienestar de estas.
- ✓ Considerar elemental que en el cantón Milagro se implemente el servicio de asesoría, que ayude a fortalecer las capacidades y habilidades de sus colaboradores, siendo importante difundir el servicio a través de medios de comunicación como periódicos, radio y hojas volantes sobre la información relacionada con los cursos a dictarse.
- ✓ Satisfacer las necesidades de las microempresas ya que los administradores requieren que su personal se capacite en diferentes áreas, quienes consideran importante la calidad, contenido y la empresa que lo dicta, facilitando y logrando este objetivo ya que no existe en el ámbito local competidores fuertes que afecten la creación del servicio de asesoría para la competitividad micro empresarial.
- ✓ Contar con un agente de ventas que visite las microempresas ayudando a conocer el servicio a impartir ya que existe un elevado potencial de clientes, tanto en número de personas, como también en la diversidad de profesiones de la comunidad, el mismo que realiza en muchos casos actividades ajenas a la profesión que ostentan, lo que origina una des actualización académica, que retrasan el mejoramiento de la calidad y eficiencia laboral.

RECOMENDACIONES

Una vez que se empiece las actividades hay que tomar en cuenta como se está manejando el mercado, considerando a los microempresarios un factor importante para la empresa.

- ✓ Las asesorías que brindamos será para el buen manejo de los recursos humanos de cada microempresario y desarrollo de la misma.
- ✓ Ofrecer a nuestros clientes precios justos y calidad, todo esto acompañado de un buen servicio, que será innovado a través de estrategias como es la implementación de recursos, logrando así cubrir las necesidades de los clientes con el fin de que se nos caracterice de forma diferentes frente a la competencia de tal forma que se cree lealtad por parte de ellos hacia nuestro negocio.
- ✓ Para tener una mejor aceptación en este mercado se deberá mantener la promoción y la publicidad para poder captar un número mayor de participantes.
- ✓ Se debe selección al personal calificado para cada una de las áreas que tiene el centro de asesoría, con esto se dará un mejor servicio
- ✓ Se recomienda que la asesoría de competitividad micro empresarial forme parte de las ferias abiertas de estudios superiores que organiza anualmente las universidades, para así promocionar de mejor forma el servicio.
- ✓ Realizar estudios de mercado pertinentes para potencializar la demanda con el fin de llegar a ejecutar programas y promocionales indispensables en la estructura organizativa del centro lo cual nos permitirá lograr la auto sostenibilidad y rentabilidad deseada que se propone en este estudio a fin de dar a conocer la imagen del centro y los servicios que se ofertará con sus respectivas ventajas.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ MARSHALL Y FUENTE: *Las microempresas*,
<http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num5/doc07.htm>
- ✓ PROF. LUCERO, Rubén: *Desarrollo productivo*,
<http://www.monografias.com/trabajos17/desarrollo-productivo/desarrolloproductivo.shtml#entendiien>
- ✓ BARRANCO RODRIGUEZ ITSSMT PUEBLA, Víctor Hugo: *Origen Evolución Administración Recursos Humanos*,
<http://www.mitecnologico.com/Main/OrigenEvolucionAdministracionRecursosHumanos>.
- ✓ MUNIZ GONZÁLEZ, Rafael: *El asesor comercial*, <http://www.marketing-xxi.com/el-asesor-comercial-47.htm>
- ✓ LIC. SALAZAR, Adafrancys, y, MAGGIORANI, Richard: *Estructura organizativas y tipos de organigramas*,
<http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/estrorgorg.htm>
- ✓ ING. MORA VANEGAS, Carlos: *Sobre las microempresas*,
<http://www.gestiopolis.com/Canales4/emp/somicro.htm>.
- ✓ LIC. ARAYA L, Arnoldo: *Aspectos importantes en el manejo de personal*,
<http://www.arnoldoaraya.com/Articulos/ASPECTOS%20BASICOS%20MANEJO%20DEL%20PERSONAL.pdf>.
- ✓ CHIAVENATO, I. EN: *Gestión del Talento Humano*, Editorial McGraw Hill, Colombia 2.005 pág. 3-51 y 463-473.
- ✓ *Desarrollo estratégico del recurso humano*. En
<http://www.PsicologiaCientifica.com>
- ✓ GAITO, Horacio. EN: *Herramientas de Gestión del Capital Humano*. Editorial Omicrón System. Argentina.2004.
- ✓ *Gestión del recurso humano en* : ww.gerencie.com/gestiondel_talentohumano.htm
- 76k
- ✓ GUALY, María ÁNGELA. Hospital Simón Bolívar, Bogotá, 2.005

LINCOGRAFÍA

- ✓ www.google.com
- ✓ www.monigrafias.com
- ✓ www.gestiopolis.com
- ✓ www.coninpyme.org
- ✓ www.microempresarios.com
- ✓ www.universidadabierta.edu.mx
- ✓ www.mforta.com
- ✓ www.culturageneral.com

ANEXOS

ANEXO 1: Encuestas



UNIDAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTAS

Nombre de la Microempresa:

1) Elija el rango de importancia que su microempresa le asigna a la asesoría o consultoría:

- a) 0 – 10 %
- b) 10 – 30 %
- c) 30 – 50 %
- d) 50 – 80 %
- e) 80 – 100%

2) Utiliza en la actualidad o ha utilizado su empresa algún tipo servicio de asesoría:

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es no, pase a la pregunta 3, si su respuesta es si conteste la siguiente pregunta.

2.1) Como ha sido el desempeño de sus colaboradores dentro de la empresa una vez que ha recibido la capacitación

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Igual
- d) Mala

3) Cual es la razón primordial por la que no ha utilizado algún tipo de asesoramiento:

- a) Costos.
- b) Desconocimiento de empresa calificada.
- c) No se ha presentado la necesidad.
- d) Otros

4) Cree usted que la empresa ganaría empleando asesoría (Colocar los números del 1 al 4 por orden de importancia):

- _____ Mejoras en la productividad
- _____ Ser más competitivos
- _____ Alternativas de solución a sus problemas
- _____ Mejoramiento continuo
- _____ Fidelizar clientes
- _____ Crecimiento a largo plazo
- _____ Ingresos a nuevos mercados.

5) Qué compañía le ha brindado servicios de asesoría en los últimos 2 años y en qué área:

Empresa 1 _____ Área _____
Empresa 2 _____ Área _____

6) Porque escogió ésta consultoría (escoja el literal que mejor describa el motivo de su elección:

- a) Prestigio.
- b) Recomendación.
- c) Necesidad.
- d) Costos bajos.

7) Que calificación obtendría el asesoramiento brindado: (por las empresas anteriormente nombradas)

- a) Pésimo
- b) Regular
- c) Bueno
- d) Excelente

8) En qué área se le ha dificultado encontrar una empresa que le brinde un buen asesoramiento (puede encerrar más de una opción):

- a) Coaching.
- b) Motivación Organizacional.
- c) Marketing.
- d) Calidad.
- e) Tecnología de Información.
- f) Superación personal.
- g) Seguridad en bodegas y almacenes.
- h) Manejo efectivo del stress laboral.
- i) Mejoramiento continuo.
- j) Atención al cliente.
- k) R.R.H.H.
- l) Persuasión y objetivos de ventas

9) Considere importante el hecho de que en nuestra ciudad haya un centro de capacitación profesional que ayude a fortalecer las habilidades y capacidades de sus colaboradores?

- a) Si
- b) No

10) Usted cree que aplicando estrategias motivacionales, asesorías, coaching, PNL, aprendizaje, optimización de recursos, motivación, trabajo en equipo, liderazgo, coaching, manejo efectivo del stress laboral, atención al cliente etc. incrementaría el nivel de competitividad de las empresas, beneficiándose tanto empleados como clientes.

- a) Si
- b) No

11) En cual de las siguientes áreas considera que una microempresa debería fortalecerse a través de una capacitación.

- a) R.R.H.H. e Imagen Personal.
- b) Atención al cliente
- c) Marketing.
- d) Calidad.
- e) Persuasión y objeciones en la venta
- f) Tecnología de Información.
- g) Estrategia de Mercado de servicios
- h) Marketing para emprendedores
- i) Procesos, Metodología.
- k) Formulación de Estrategias.

ANEXOS 2: Solicitud del registro de patente



Solicitud para Registro de Patente
Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019259

GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. _____

DÍA _____ MES _____ AÑO _____

PRIMERA VEZ RENOVIACIÓN

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS		NOMBRES		
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	R.U.C.

DATOS DEL SOLICITANTE				
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO		TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD		FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	MES _____	DÍA _____	AÑO _____
				\$: _____

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA
COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____ FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	
ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/> COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	CANTIDAD DE TRABAJADORES 1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/> 21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/> 51 - 200 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)	
DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES. SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL _____	LIQUIDADO POR: _____ RELIQUIDADO POR: _____

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:

1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVIACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

ANEXO 3: Pago a cuerpo de bomberos

COMANDO EN JEFE
DISTRITO DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 CAJA No.: 14 No.: 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO
Direccion: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VE

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 81.05.29.77-0-0-0-0 CODIGO TRANSACC.: URB

PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011
TITULO DE CREDITO No. O 62934

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18
CUERPO DE BOMBEROS 11,95

VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$. *****11,95
CHEQUES	\$. *****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0,00
TOTAL RECIBIDO	\$. *****11,95

0248822

MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
TESORERIA
27 ABR 2011
11:40:20
SELLO Y HAMA DEL CAJERO
PAGADO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

ANEXO 4: Pago de patente anual municipal y adicional

L MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: NOV DIA: 24 AÑO: 2010 CAJA No.: 5 No.: 000011831

CONTRIBUYENTE: HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH
Direccion: TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 0908084999001 CODIGO TRANSACC.: PAT

PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010
TITULO DE CREDITO No. P-2321

IMP. PATENTE 37,00
REG. SANITARIO 2,00
FORMULARIOS 6,00
EMISION 1,00

Interes: 2,85 Multa: 44,10 Coactiva: 0,00

VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$. *****59,95
CHEQUES	\$. *****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0,00
TOTAL RECIBIDO	\$. *****59,95

01-46460
24 NOV 2010
12:15:52
NFLORES
SELLO Y HAMA DEL CAJERO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

ANEXO 5: Orden de pago



★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO



DIRECCION DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION
D.U.A.C

ORDEN DE PAGO

MEMORANDUN N°: GADCM- DUAC-2011-2629-M
Fecha 31 de octubre de 2011

PARA: Ec. Fabian Andrade
DIRECTOR FINANCIERO

ASUNTO : ordenes de pago

Agradeceré ordenar la emisión de un título de crédito por el valor de **\$2,00 (DOS DOLARES)** por concepto de **certificado USO DE SUELO PARA TALLER DE ALUMINIO** ubicado en la calle Olmedo y Enrique Plaza a nombre de **CUELLO GUSTAVO**

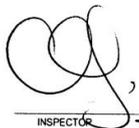
Atentamente

Arq. Jorge Bahamonde M.
DIRECTOR DE LA D.U.A.C

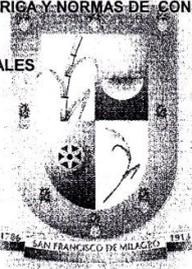
ANEXO 6: Formulario

Formulario

**Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Canton
SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

LINEA DE FABRICA				N° DE SOLICITUD 312	
MES		DIA		AÑO	
11		14		2011	
DATOS DEL PROPIETARIO Y O RESPONSABLE TECNICO				CEDULA DE CIUDADANIA	
NOMBRE: MAGDALENA CHAFLA TENESACA Y JULIO ZUÑIGA GARATE				060150327-9	
INFORMACION DEL PREDIO					
CIUDAD MILAGRO		PARROQUIA ERNESTO SEMINARIO		CIUDADELA LOS CAÑAVERALES	
CODIGO O CLAVE CATASTRAL 03-02-47-08					
MANZANA 47	SOLAR 08	CALLE CALLEJON ENTRE CALLE PRIMERA Y GRAL. ANDRADE			ZONA ZR-3
ANCHO DE VIA PRINCIPAL		ANCHO DE ACERA		LINEA DE FABRICA DESDE EL EJE	
-----		-----		-----	
NORMAS DE EDIFICACION					
MEDIDAS DEL SOLAR SEGUN LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO					
NORTE	SUR	ESTE	OESTE	AREA DEL SOLAR	ANCHO DE ACERA
10.00 m	10.00 m	16.50 m	16.50 m	165.00 m ²	m
CONDICIONES DE EDIFICACION					
FRENTE DEL LOTE 10.00 m	ALTURA MAX. EDIFICACION PB + 1 NIVEL	ALTURA MIN. EDIFICACION -----	DENSIDAD NETA 300 hab/Ha	ESTACIONAMIENTO	
RETIRO FRONTAL 1 2.50 m Sin Soportal	RETIRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETIRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETIRO POSTERIOR 0.1 x la medida del fondo	1 X VIVIENDA	
COS 0.65 m ²	CUS 1.30 m ²	VOLADO SOBRE LINEA DE LINDERO FRONTAL -----	VOLADO SOBRE LINEA DE CONSTR. FRONTAL 1.00 m		
COMPATIBILIDAD DE USO			CONDICIONES DE ORDENAMIENTO		
USO PERMITIDO VIVIENDA BIFAMILIAR	USO COMPATIBLE CON EDUCACION, COMERCIO DE VECINDARIO SALUD, OFICINAS, CULTURA, DEPORTE.		OBSERVACIONES (SOportal) ANCHO ----- ALTURA -----	CARACTERISTICA DE LA EDIFICACION SEGUN LOS RETIROS EXIGIBLES	OTROS
USO CONDICIONADO: (EN EL MISMO SOLAR) CONDICIONADOS CON OTROS USOS SE PERMITE INDUSTRIAS PEQUEÑAS ARTESANIAS SI SE CONTROLA EMISIONES DE RUIDOS OLORES O VIBRACIONES			OBSERVACIONES		
USOS PROHIBIDOS COMBUSTIBLE TOXICOS O EXPLOSIVOS, GRANDES INDUSTRIAS DE CUALQUIER TIPO.			<p>* NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR DIFERENCIAS DE AREAS CON RELACION A ESCRITURA</p> <p>* NORMAS DADAS DE ACUERDO AL LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PARTICULAR.</p> <p>NOTA: EL PERIODO DE DURACION DE ESTAS NORMAS ES DE UN AÑO</p>		
			<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  INSPECTOR </div> <div style="text-align: center;">  DIRECTOR DE LA D.U.A.C. </div> </div>		

ANEXO 7: Certificado de desuso de suelo

		GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO		MES NOV	DÍA 14	AÑO 2011	CAJA No. 5	No. 000010675											
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA				CONTRIBUYENTE CHAFLA TENESACA MAGDALENA		CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL		CODIGO TRANSACC. VAR											
CERTIFICADOS DEUSOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA, CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION CLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08 Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES						<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>VALOR RECIBIDO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EFFECTIVO</td> <td>\$. *****4.00</td> </tr> <tr> <td>CHEQUES</td> <td>\$. *****0.00</td> </tr> <tr> <td>N/C y/o TRANSFER</td> <td>\$. *****0.00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL RECIBIDO</td> <td>\$. *****4.00</td> </tr> </tbody> </table>			VALOR RECIBIDO	EFFECTIVO	\$. *****4.00	CHEQUES	\$. *****0.00	N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00	TOTAL RECIBIDO	\$. *****4.00	DIRECCIÓN FINANCIERA - TESORERIA 150000 COMPROBANTES DE INGRESO A CAJA - IMPRESO DEL 2011	
	VALOR RECIBIDO																		
EFFECTIVO	\$. *****4.00																		
CHEQUES	\$. *****0.00																		
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00																		
TOTAL RECIBIDO	\$. *****4.00																		
						CONTRIBUYENTE													
 DIRECTOR FINANCIERO		 TESORERO MUNICIPAL		 JEFE DE RENTAS		PAGADO													