



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

**CREACIÓN DE LA EMPRESA PUBLICA ESCUELA DE EMPRENDEDORES
Y DIRECTIVOS EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

Autor:

HEINAR HOLGER GARCÍA AVILA

MILAGRO, SEPTIEMBRE DE 2013

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por Heinar García Avila, para optar por el Título de Ingeniero Comercial en la Unidad Académica Ciencias Administrativas y comerciales y que acepto tutoriar la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 1 días del mes de mayo de 2013

.....
Ing. Rigoberto Zambrano, MAE
tutor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Por la presente, yo Heinar Holger García Avila declaro ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; y en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 29 días del mes de septiembre de 2013

.....

Heinar Holger García Avila

CI: 1203342355

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EI TRIBUNAL CALIFICADOR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

.....
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
PROFESOR DELEGADO

.....
PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Mi dedicatoria especial a mi familia, que es y será mi fuente de inspiración mi Madre que con su cariño y afecto a la distancia siempre ha estado para alentar mi progreso, mi padre que del otro lado del velo sé que está pidiendo por mi bienestar y feliz por mis logros, a mi esposa que ha estado en todo momento impulsándome y dándome ánimos, así mismo dedico este trabajo a mi hijo y amigo Heinar, que amo profundamente y una de las razones para superarme.

Heinar Holger García Avila

AGRADECIMIENTO

Expreso mi profunda gratitud a Dios que es mi guía y el sostén todas las cosas que realizo, a la Universidad Estatal de Milagro, la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales y a los docentes que han sido un ejemplo durante estos años, especialmente agradezco al Ing. Rigoberto Zambrano Burgos, quien sin intereses personales ha puesto su conocimiento, su talento y su guía, siendo un ejemplo intelectual y personal de lo que debe ser un docente universitario.

Heinar Holger García Avila.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Master.

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo 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: **CREACIÓN DE LA EMPRESA PUBLICA ESCUELA DE EMPRENDEDORES Y DIRECTIVOS EN LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, octubre de 2013

.....
Heinar Holger García Avila

CI: 1203342355

ÍNDICE

ACEPTACIÓN DEL TUTOR	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	III
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	VII
ÍNDICE	VIII
INTRODUCCIÓN	XII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT.....	XIV
CAPÍTULO I.....	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1.1 Problematización	15
1.1.2 Delimitación del problema.....	19
1.1.3 Formulación del problema	19
1.1.4 Sistematización del problema.....	20
1.1.5 Determinación del tema.....	20
1.2 OBJETIVOS.....	20
1.2.1 Objetivo General de la Investigación	20
1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación.....	20
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	21
1.3.1 Justificación de la investigación	21
CAPÍTULO II.....	22
MARCO REFERENCIAL	22
2.1 MARCO TEÓRICO	22
2.1.1 Antecedentes Históricos	22

2.1.2 Antecedentes Referenciales	23
2.1.3 Fundamentación	35
Análisis de los investigador	47
2.2 MARCO CONCEPTUAL	49
1.3 MARCO LEGAL	59
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	65
2.4.1 Hipótesis General	65
2.4.2 Hipótesis Particulares	65
2.4.3 Declaración de Variables.....	65
2.4.4 Operacionalización de las Variables.....	67
Hipótesis	67
Variable	67
Variable	67
Indicadores	67
Hipótesis	68
Variable	68
Variable	68
Indicadores	68
CAPÍTULO III	70
MARCO METODOLÓGICO	70
3.1 TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	70
3.1.1 Investigación Cuantitativa	70
3.1.2 Investigación de Campo	70
3.1.3 Investigación Correlacional.....	70
3.1.3 Investigación No experimental.....	71
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	71

3.2.1	Características de la población.....	71
3.2.2	Delimitación de la población	71
3.2.3	Tipo de muestra.....	71
3.2.4	Tamaño de la muestra.....	72
3.2.5	Proceso de selección.....	72
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	72
3.3.1	Métodos Teóricos	72
3.3.2	Método Histórico Lógico	73
3.3.3	Método Analítico-sintético.....	73
3.3.4	Método Inductivo-deductivo.....	74
3.3.2	Métodos Empíricos	74
3.4	TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	75
CAPÍTULO IV.....		76
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		76
4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	76
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	76
4.3	RESULTADOS.....	78
4.4	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	94
CAPÍTULO V.....		96
PROPUESTA.....		96
5.1	TEMA	96
5.2	FUNDAMENTACIÓN	96
SERVICIOS DE ASESORÍA ADMINISTRATIVA		98
5.3	JUSTIFICACIÓN.....	99
5.4	OBJETIVOS.....	100
5.4.1.	Objetivo General de la propuesta	100
5.4.2.	Objetivos Específicos de la propuesta	100

5.5 UBICACIÓN	101
5.6 FACTIBILIDAD.....	101
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	118
5.7.1 Actividades	119
5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.....	120
5.7.3 Impacto	126
5.7.4 Cronograma.....	127
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	128
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	131

INTRODUCCIÓN

Los emprendimientos han sido a través de la historia los generadores de desarrollo en los pueblos de todo el mundo basta con dar una mirada a historias de éxito como Mc Donalds, Mi Comisariato, Las empresas Noboa, para poder sacar como conclusión que de los emprendimientos pequeños han procedido grandes negocios que han dado desarrollo y empleo a los ciudadanos del medio en que se generan y en otros casos del mundo.

Para el presente estudio los investigadores han utilizado la información del desarrollo de los emprendimientos en la ciudad de Milagro y la incidencia de estos en el desarrollo económico de la región 5 administrativamente hablando.

En la fundamentación de el estudio se ha buscado los aportes de teóricos en el área de emprendimientos y de desarrollo económico, para contrastarlos con la realidad de esta parte del país, se tomaron en cuenta los postulados de varios expertos en la teoría de la empresarialidad y de la economía en la que se contrastó dos posiciones como el Socialismo de Siglo XXI y su economía de equivalencias, para llegar luego a una conclusión que tome de los planteamientos las mejores opciones para nuestro estudio.

Como resultado de las hipótesis planteadas, se ha propuesto la creación de una empresa publica que se encargue de la formación de emprendedores y directivos como parte de la UNEMI, la que con sus actividades se encargará e transmitir el conocimiento necesario para que los empresarios de Milagro puedan tener éxito en sus propósitos y colaborar con el desarrollo económico del a región

RESUMEN

A través de este trabajo de investigación se ha comprobado las hipótesis de los investigadores, para lograr este cometido se realizó un estudio en los habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años, luego ha utilizado métodos estadísticos para comprobar si las afirmaciones hipotéticas se daban realmente en la dinámica de los emprendimientos, se analizó ítem por ítem para luego llegar a una conclusión y sintetizar los conceptos, además de recomendar acciones a tomar para superar el problema. En la propuesta se establece la necesidad y se realiza el estudio de factibilidad para la creación de una empresa, cuya eficacia se ha analizado desde la perspectiva, administrativa, legal y financiera, con la ejecución de la misma se espera tener gran impacto económico, financiero, social y ambiental.

ABSTRACT

Through this research has proved the researchers' hypothesis, to achieve this purpose, a study on the inhabitants of the town of Milagro over 18 years, and then used statistical methods to check whether the statements were given hypothetical really in the dynamics of entrepreneurship, we examined item by item and then come to a conclusion and synthesize the concepts, and to recommend actions to be taken to overcome the problem. The proposal establishes the need and carries out the feasibility study for the creation of a company, whose effectiveness has been analyzed from the perspective, administrative, legal and financial, with the execution of the same is expected to have major economic impact, financial, social and environmental.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

Las economías a nivel global viven a menudo grandes desafíos, empresas pequeñas, medianas y grandes multinacionales en todo el planeta han tenido que enfrentar los cambios globales del sistema, que los han llevado a efectuar miles de despidos que han dejado a incontables números de familias sin el sustento necesario para subsistir, de eso podemos anotar la importancia que la empresa privada ha tenido en el desarrollo económico en el tiempo, en todos lados representa el motor de crecimiento de la economía y la fuente de empleo mas dinámica, ante esto los emprendimientos han sido una alternativa de enfrentar la crisis y evitar el desempleo y viene siendo una actividad en crecimiento en todo el planeta según informe Global Entrepreneurship Monitor –GEM- emitido por la ESPAE de la Escuela Superior Politécnica del Litoral los países con mayor índice de Actividad emprendedora temprana (TEA) son los latinoamericanos en los que la demanda de empleos es superior a la oferta del sector empresarial público o privado y la población opta por el emprendimiento al punto que los países sudamericanos están por encima del 15% de emprendimiento en la población de 18 a 64 años¹.

¹ ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL :*Reporte Global Entrepreneurship 2010*, p 18.

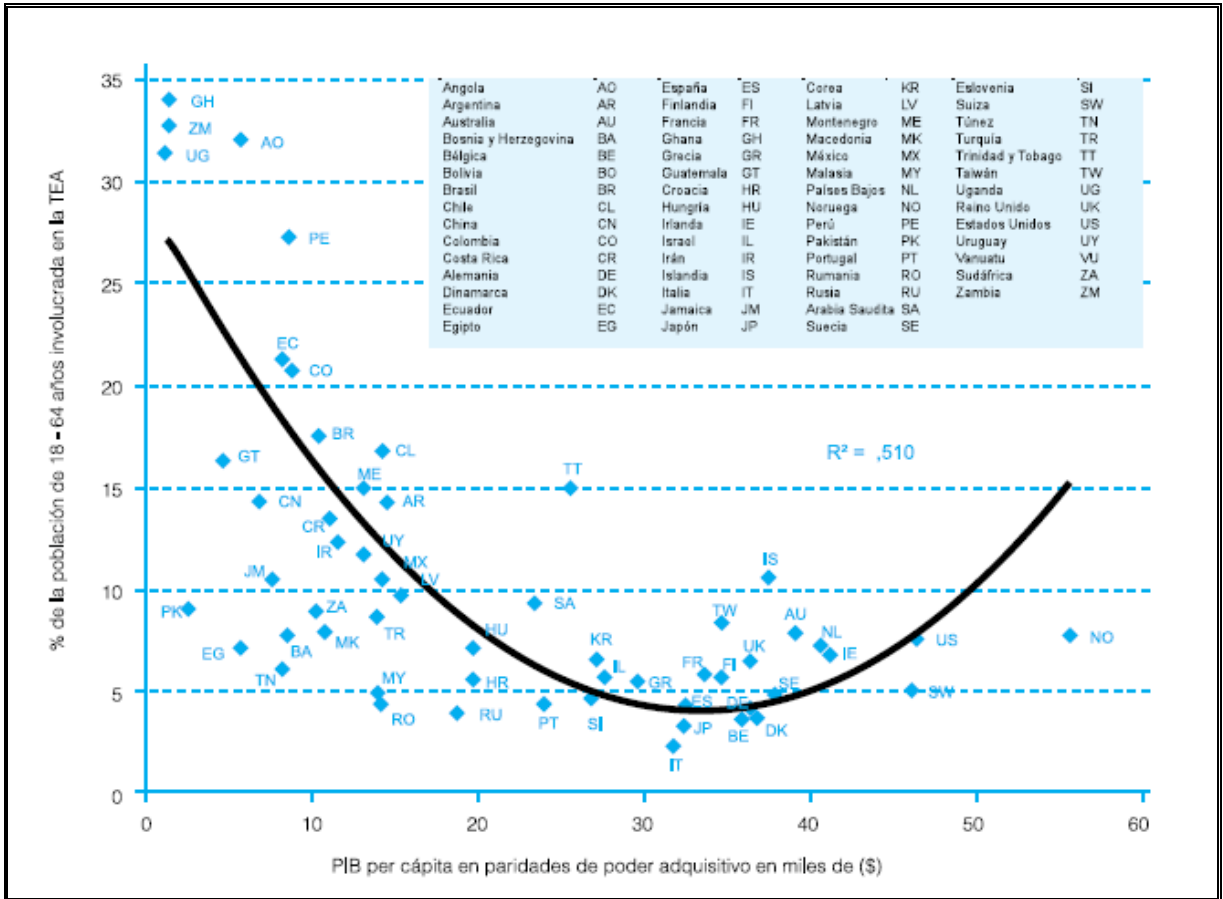


Figura 1 Porcentaje de la población involucrada en la actividad emprendedora temprana TEA

En Ecuador país la cultura del emprendimiento no ha alcanzado su total desarrollo, han sido muchos los factores que han incidido en este problema y al enfrentarse a las mismas crisis y recesiones económicas que el resto de naciones el país se ve afectado por la falta de empleo y por el sub empleo, en Milagro cabecera cantonal de el cantón del mismo nombre tiene presencia en su mayoría de empresas familiares que se han desarrollado en el tiempo y han alcanzado reconocimiento por su permanencia en el mercado y otras por su crecimiento y trascendencia a nivel nacional como son Compañía Azucarera Valdez. DEVIES CORP y COHERVI, sin embargo en muchos años no se ha conocido de nuevos e innovadores emprendimientos que lleguen a trascender, para ser fuentes de empleo y desarrollo como lo demanda nuestra economía actual.

La ciudad de Milagro cuenta con 166,000 habitantes, la demanda laboral en esta ciudad es principalmente la proveniente del ingenio azucarero Valdez, el centro

comercial “El Paseo Shopping” tres empresas comerciales y los bancos que han establecido sus sucursales y agencias en la localidad, a esto podemos agregar las plazas de trabajo generadas por la producción agrícola tradicional de la zona como es bananeras, sembríos de caña de azúcar, cacao, entre otros, para una población creciente y que apunta a convertirse en sede de una región administrativa estas fuentes de empleo están quedando cada vez más insuficientes.

Frente a esto el desarrollo de nuevos negocios debería ser la otra alternativa de trabajo y desarrollo económico, por este motivo hemos decidido estudiar el **Grado de estancamiento de los emprendimientos en la ciudad de Milagro en los últimos 5 años y su incidencia en el desarrollo económico de la ciudad** debido que los nuevos emprendimientos son una gran opción para generar empleo y desarrollo si observan las características necesarias para generar desarrollo como son innovación, actualidad y que sean financieramente rentables, tanto como para generar nuevas fuentes de empleo en la ciudad, se evidencian apariciones de microempresas sin ninguna organización técnica ni profesional, que por lo regular fracasan con el tiempo y no contribuyen para el objetivo de los emprendimientos, de esta manera queda evidenciada la falta de personas que emprendan de manera innovadora y que cuenten con las herramientas técnicas para que estos emprendimientos perduren en el tiempo a la vez que crecen se desarrollan y generan nuevas plazas de empleo.

Causas

- Desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos.
- Desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado.
- Falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento.
- La desinformación en líneas de emprendimiento innovador.

Efectos:

- Desorganización en los nuevos emprendimientos

- Desmotivación para generar nuevos emprendimientos
- Desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio
- Desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador

Se puede anotar que el **desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos** ha sido una de las principales causas de este problema, lo que ha traído consigo la **desorganización en las nuevas empresas o emprendimientos** al tratar de emprender de manera empírica.

Por otro lado se infiere que el **desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado** para empezar o fortalecer la estructura financiera de un emprendimiento ha ocasionado **desmotivación para generar nuevos emprendimientos** o en otras palabras un miedo por iniciar una empresa o negocio y fracasar por falta de dinero y/o asistencia financiera.

Se puede agregar que puede estar afectando directamente sobre el problema el hecho de que la **Falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento** ha traído consigo Desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio, por este hecho no se generan acciones que estén estratégicamente alineadas con las necesidades de Milagro y la región.

Es notorio además que en el medio, **la desinformación en líneas de emprendimiento innovador** tienden a ser mas exitosos debido a la innovación actualidad y necesidad en el mercado, como resultado encontramos que esto puede haber incidido en la **desconocimiento sobre áreas de emprendimiento actuales e innovadoras** en la ciudad por limitarse a copiar las ideas que a otros les generan ingresos importantes.

Pronóstico

De persistir el problema en nuestra ciudad, seguiríamos siendo una población que cifra sus esperanzas laborales en conseguir un empleo en el Ingenio o en las empresas ya mencionadas, aumentando la tasa de desempleo, la fuga de cerebros a ciudades como Guayaquil, Durán o Quito, lo que nos resta competitividad como ciudad que apunta a la generación de ingresos por turismo y otras actividades sustentables, además corremos el riesgo de perder la sede de la Región 5 o en otras palabras la pérdida de todas las oportunidades de desarrollo a las que apunta Milagro para dejar de ser una ciudad de Provincia y empezar a ser una urbe.

Control de Pronóstico

Al realizar el estudio se podrán detectar las causas y efectos directos del problema y su incidencia en el mismo para realizar una propuesta que permita a los ciudadanos de la ciudad de Milagro empezar a formar emprendedores con una cultura de innovación y responsabilidad social, con los resultados del estudio se propondrá la creación de la Empresa pública Escuela de Emprendedores en la universidad Estatal de Milagro, que será una herramienta para poder incrementar el conocimiento y la competencias de los potenciales emprendedores y les otorgaremos herramientas para que ellos puedan iniciar sus empresas y mantenerse en el tiempo.

.1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador.

Región: 5 (Costa).

Provincia: Guayas.

Ciudad: Milagro.

Sector: Universidad Estatal de Milagro

1.1.3 Formulación del problema

¿Que está incidiendo para que exista un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Qué está incidiendo para que exista desorganización en las nuevas empresas o emprendimientos?
- ¿Qué está ocasionando desmotivación para generar nuevos emprendimientos?
- En que forma la falta de procesos de investigación científica de parte de las universidades y de la empresa privada en el desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio
- ¿De que manera afecta la desinformación en líneas de emprendimiento innovador en el desconocimiento sobre áreas de emprendimiento actuales e innovadoras?

1.1.5 Determinación del tema

Estudios de los emprendimientos efectuados en la ciudad de Milagro y su poco desarrollo a la contribución económica de la región en el período 2008 2013

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General de la Investigación

Determinar que factores están incidiendo para que exista un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro

1.2.2 Objetivos Específicos de Investigación

- Establecer Qué está incidiendo para que exista desorganización en las nuevas empresas o emprendimientos
- Determinar mediante estudio Qué está ocasionando desmotivación para generar nuevos emprendimientos

- Diagnosticar de que forma afecta la falta de procesos de investigación científica de parte de las universidades y de la empresa privada en el desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio
- Determinar de que manera afecta la desinformación en líneas de emprendimiento innovador en el desconocimiento sobre áreas de emprendimiento actuales e innovadoras

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la investigación

Estamos conscientes que la matriz productiva de nuestra ciudad tiene que cambiar y dar un giro para que esté acorde con las exigencias de un mundo cambiante, al realizar este estudio podremos determinar que factores han estado incidiendo para que en Milagro no tengamos emprendimientos exitosos e innovadores y como podemos actuar sobre esas incidencias para dar alternativas de solución al problema, el presente trabajo de investigación será de gran aporte para la sociedad milagreña por que presentaría alternativas de cambio al tratamiento que le estamos dando al tema de los emprendimientos, para dejar de verlos como pequeños negocios sin importancia ni formalidad y empezar a tratarlos como una fuente eficaz de combate al desempleo y la falta de productividad.

Además el presente estudio será de gran utilidad para futuras investigaciones acerca de la concepción y gestión de emprendimientos, será también una herramienta eficaz para ampliar es espectro de la investigación a la región o el país y sus resultados y productos puedan ser de utilidad a nivel nacional

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Desde sus inicios se le dio indicaciones al hombre sobre el rumbo que tenía que tomar su vida en lo que respecta a su sustento diario, la biblia cuenta que se le mandó a Adán a ganarse el pan con el sudor de su frente, además que debía labrar la tierra para que esta produzca lo necesario para sostener sus vidas, desde ese momento podemos ver que el emprendimiento es parte fundamental y principio del sustento de el desarrollo humano.

La historia de las sociedades que nos precedieron en nuestro país cuenta que el hombre aborígen empezó sembrando y cosechando varios tipos de alimentos para intercambiarlos con otros grupos que necesitaban de dichos productos y a la vez estos le daban a cambio otro tipo de productos que eran necesarios para su subsistencia, todos estos negocios fueron ideados en base a la necesidad del hombre y son emprendimientos que nacieron de la creatividad del ser humano, en su tiempo fueron la solución para suplir las necesidades de los habitantes antiguos de nuestra tierra, así como para mantenerlos ocupados en actividades productivas.

Tiempo después los emprendimientos se tornaron un poco más exigentes debido a que la revolución industrial automatizó muchos de los procesos redujo los tiempos de producción de productos, trajo consigo productos nuevos lo cual exigía más

competitividad, esto multiplicó los esfuerzos de las personas que han emprendido nuevos negocios desde esa época.

Actualmente en el mundo globalizado en el que vivimos se hace necesario que para emprender con éxito estos nuevos negocios deben de ser innovadores, creativos, que den solución a problemas de la sociedad además de ser rentable y social – ambientalmente sustentables, en otras palabras las exigencias modernas nos llevan desarrollar procesos ordenados de planificación, integración, organización, dirección y control para que asegurar la permanencia y el éxito de los nuevos negocios, ya no basta con ofertar un producto o servicio necesario o nuevo en el mercado sino que vaya acompañado de un servicio efectivo para cubrir las exigencias del cliente, todo esto hace muy interesante y necesario el estudiar este problema y buscar soluciones para entregar a la sociedad herramientas que nos permitan emprender con responsabilidad y calidad.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Introducción a la referencia

Los investigadores llevaron a cabo un estudio para determinar los factores que inciden en los emprendimientos su surgimiento, su permanencia y las razones por las que una persona decide emprender, los ponen frente a diversas teorías cuantitativas y cualitativamente relacionadas.

Título de la tesis

KANTIS, Hugo, ANGELELLI, Pablo: *Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿De qué depende su creación y supervivencia?* Artículo científico, , Buenos Aires, 2010

Resumen

La emergencia de nuevos emprendimientos y emprendedores constituye una temática que ha tendido a despertar creciente interés durante la última década entre académicos y decisores de políticas. Este interés se basa en la expectativa y en las evidencias acerca de que la creación de nuevos emprendimientos contribuye a la generación de puestos de trabajo, a la actividad innovadora, al fomento y despliegue

de las energías creativas de la sociedad y a una mejor distribución del poder económico. En este contexto, surgen interrogantes referidos a la posibilidad de estimular y apoyar el surgimiento y desarrollo de emprendimientos así como también acerca de aquellos factores que inciden favoreciendo o, alternativamente, obstaculizando el proceso emprendedor. En este trabajo se revisan los enfoques teóricos sobre el tema, desarrollados principalmente en Europa y Estados Unidos, y se analizan un conjunto de entrevistas en profundidad con emprendedores e informantes especializados. De este modo, los resultados de la investigación permiten anticipar que además de aquellos factores “universales” que presenta la literatura, existen otros más específicos de cada país vinculados a las condiciones de la economía y el funcionamiento del mercado de factores, su grado de desarrollo industrial y tecnológico, la distribución del ingreso y el nivel de integración social, el sistema educativo y el contexto cultural y la existencia de capacidades emprendedoras en la población. ²

Conclusiones

- Las condiciones del ambiente macroeconómico, principalmente el reducido nivel de inflación y el crecimiento del producto bruto interno, configuraron hasta el inicio de la recesión un escenario propicio para el nacimiento de nuevas empresas.
- Las condiciones del financiamiento externo (plazo, costo y garantías) influyen de manera negativa en el nacimiento y desarrollo de nuevas empresas, principalmente cuando se trata de emprendimientos en sectores tradicionales.
- La cantidad y calidad de la mano de obra calificada, de los servicios de infraestructura y de los servicios de consultoría especializados no constituyen un obstáculo para el desarrollo de nuevas firmas. Como excepción deben resaltarse las dificultades que suelen enfrentar las firmas de alta tecnología para reclutar personal altamente calificado.

² KANTIS, Hugo, ANGELELLI, Pablo: Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia? 2008

- La estructura sectorial y las características del tejido de instituciones generadoras y difusoras de conocimiento técnico constituyen factores que inciden negativamente sobre la emergencia de nuevos emprendimientos de base innovadora, prevaleciendo por el contrario aquellos que surgen como alternativas laborales en segmentos de actividad de bajas barreras a la entrada y escasa complejidad tecnológica.
- La cultura local y las metodologías y contenidos del sistema educativo desalientan la motivación y la creación de las competencias que las personas requieren para la creación de nuevas firmas. La figura del empresario es escasamente valorada socialmente. En términos de casos particulares, esta situación se manifiesta en el desaliento al nuevo empresario por parte de su núcleo familiar y de su entorno social cercano. Por su parte, el sistema educativo presenta dificultades para estimular/promover capacidades y competencias para ser empresario.
- El desarrollo de relaciones colaborativas por parte del empresario juega un rol clave en la creación de nuevas firmas. Estas relaciones pueden incidir en la adquisición de motivación por parte del empresario, en la identificación de la oportunidad de negocios y en un más fácil acceso a los recursos necesarios para materializar la empresa.
- La presencia de algunas características personales, tales como necesidad de logro, necesidad de control, propensión a tomar riesgo, orientación al pensamiento más intuitivo y a la acción, autoconfianza y optimismo, resultan fundamentales como elementos asociados a la adquisición de la motivación para crear una empresa. En la misma dirección juegan los conocimientos técnicos y la experiencia empresarial previa, constituyéndose en factores determinantes de la disposición a actuar de los nuevos empresarios. Una vez que la empresa comienza a desarrollarse las capacidades gerenciales también se vuelven críticas para el éxito empresarial. Así como en el caso de las redes empresariales, las características mencionadas tienen una influencia positiva en cada uno de los casos analizados en este trabajo.
- El marco regulatorio, y especialmente los trámites asociados al proceso de registración empresarial, inciden en forma negativa sobre el nacimiento y desarrollo de nuevas empresas. El principal impacto del mismo es en la carga impositiva y en los tiempos vinculados a los diversos trámites, que no contempla la particular

situación de quienes inician un pequeño emprendimiento (mucho menos de quien lo hace por primera vez). Si bien los emprendedores verdaderamente decididos y con las capacidades necesarias para desarrollar el emprendimiento consiguen sortear estos escollos de diversas formas, su situación sería más favorable en presencia de condiciones más propicias. Por último, la exploración desarrollada ha permitido avanzar un conjunto de hipótesis que contribuyen a identificar y ordenar los distintos factores subyacentes en la baja tasa de natalidad que caracteriza al tejido productivo argentino. En una próxima fase se desarrollará una investigación cuantitativa que permitirá profundizar estos resultados los que servirán de base para el diseño de políticas de apoyo a nuevos emprendimientos³.

Como se enfoco el problema

Los autores realizan un estudio de los emprendimientos en la Argentina desde algunos ángulos como se lo encuentra detallados a continuación:

- Enfoques no económicos
- Enfoques basados en las características de personalidad

Otros factores no económicos identificados en la literatura

- a) Legitimación de la empresarialidad
- b) Movilidad social
- c) Marginalidad
- d) Integración social

Como se planteo la solución

Los investigadores resolvieron usar la información que el estudio proporcionó como referente para profundizar la investigación, dejando en claro las conclusiones a las que llegaron y el aporte de los resultados al estudio de los emprendimientos en Argentina

³ KANTIS, Hugo, ANGELELLI, Pablo: Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia? 2008

Como se relaciona su el problema de investigación actual

En el trabajo que se presenta como referencia los investigadores deseaban saber los factores que determinan el nacimiento y la permanencia de los emprendimientos desde distintos postulados y distintos puntos de vista y la incidencia de varios factores en el desarrollo de esto .

En el presente estudio se busca saber los factores que inciden para el estancamiento de los emprendimientos y como tal se busca conocer que está afectando a los emprendedores y sus empresas para que estos no puedan desarrollarse en Milagro, se usará esta información para contrastar los mismos factores y la incidencia en este medio.

Que parte de ese estudio va hacer tomado para fortalecer o contrastar el estudio actual

El enfoque conductista de Garner, mismo que figura como parte de los enfoques no económicos y en el que se postula que un emprendedor es una persona capaz de crear una organización mientras que otros hombres o mujeres de empresa no lo son (enfoque que se numera como 1.2.1 en el informe)

Introducción a la referencia

La autora persigue el objetivo de determinar los indicadores de éxito en los emprendimientos cuando se encuentran en su etapa de crecimiento y si estos indicadores son medidos frecuentemente por los empresarios dueños de estos emprendimientos, además se plantea que pale juega el análisis técnico que se debe hacer para establecer indicadores de gestión y los directivo sean capaces de conocer la real situación de su negocio.

JURADO, Daniela: *Indicadores de éxito de un emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios*, Tesis para obtener el título de Licenciada en Marketing, Colegio de Administración para el Desarrollo, Universidad Sanfrancisco de Quito, Quito 2012

RESUMEN

El presente documento, constituye mi Trabajo Final de Titulación, el mismo que consiste en el desarrollo de una investigación cuyo tema es: Indicadores de éxito de un emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios. Este trabajo de investigación tiene dos partes fundamentales: una investigación académica (fuentes bibliográficas: libros y otras publicaciones académicas) y una investigación de campo (a través de la realización de entrevistas a profundidad a emprendedores dentro de la industria de los servicios).

El objetivo principal de esta investigación es el brindar un aporte y una nueva herramienta a los futuros emprendedores, de modo que este Trabajo Final de Titulación se convierta en una guía para la planeación y administración de nuevos emprendimientos dentro del sector de los servicios.⁴

Conclusiones

Respuesta a las preguntas de investigación

Las respuestas a las preguntas de investigación constituyen las conclusiones más importantes de esta investigación, ya que llegar a responderlas es el objetivo principal de desarrollar este trabajo de investigación.

Pregunta central.

La pregunta central de esta investigación es:

¿Cuáles son los indicadores de éxito para un negocio en etapa de crecimiento utilizados por los emprendedores ecuatorianos en el sector de los servicios?

A partir de la información brindada por los emprendedores que formaron parte de esta investigación podemos decir que la lista que se presenta a continuación, corresponde a la enumeración de los indicadores más utilizados por los emprendedores ecuatorianos al momento de evaluar el desempeño de su emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios.

⁴ JURADO, Katherine: *Indicadores de éxito de un emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios*, 2012

- Monto de ventas.
- Control de costos (de operación, de materia prima, administrativos).
- Sales mix, indicador que representa la proporción del total de ventas de la empresa que corresponde a cada producto o a cada línea de producto, y que debe ser adecuadamente equilibrado para lograr el máximo beneficio bruto que sea posible (Business Dictionary, 2012).
- Elaboración de estados financieros (balances generales, estados de resultados, flujos de caja).
- Satisfacción y fidelización de clientes.
- Número de clientes que vuelven al restaurante más de una vez (% de recompra).
- Recuperación del servicio, cuando algo sale mal en la entrega del mismo a los clientes finales, tratando de que aunque algo haya salido mal, las personas no lo perciban así.
- Tiempo de vida del negocio (duración del negocio en el mercado).
- Cantidad y calidad de la gente (clientes-segundo-enfoque).
- Número de personas (clientes) por día.
- Target de las personas dentro del local (“qué tipo de personas estoy atendiendo”, segmento de mercado: apariencia, edad, nivel socio-económico. Factor importante ya que “este tipo de negocio es discriminatorio”).
- Número de personas que no entran al local porque está lleno.
- Cantidad de seguidores en páginas sociales y su frecuencia de visitas, respuesta a eventos (en cantidad de personas).
- Porcentaje de rentabilidad (debía ser más del 30% o 40%).
- Cantidad de personal .

- Comisiones por promoción.
- Presencia en medios de comunicación y recordación de la marca (aunque el negocio ya no exista, qué sigue generando en las personas, como marca).
- Generación de valor agregado para la empresa.
- Personal contento y orgullo del lugar donde trabaja (satisfacción de cliente interno).
- Rendimiento suficiente para ser autosustentable y seguir creciendo (suficiente flujo de caja para pagar sus cuentas, mejorar y expandir el negocio).
- El impacto en la comunidad (manejo de desechos, fuerza laboral del sector, consumo de productos de la localidad).
- Mystery shopper (anónimo)
- Indicadores de sanidad, higiene, manejo de producto, orden, etc.
- Control de la gestión de sucursales y franquicias.
- Evaluación de empleados hacia los jefes.
- Recepción y evaluación de las quejas y comentarios de los clientes.
- Investigación acerca de las razones por las que las personas dejan de consumir el servicio.
- Porcentaje de costos de materia prima respecto a las ventas.
- Porcentaje de variación de las ventas de un período de tiempo a otro.
- Nivel de costos de mano de obra.
- Porcentaje de los costos de mano de obra con respecto al monto de ventas.
- Crecimiento en ventas del emprendimiento.

De este modo y al revisar el listado de los indicadores más utilizados por los emprendedores ecuatorianos en la industria de los servicios, podemos darnos cuenta de la importancia de utilizar mecanismos de medición, evaluación y control del desempeño tanto tradicionales (estados financieros, indicadores de gestión, indicadores financieros, entre otros) como mecanismos nuevos y hasta creados por cada uno de los propietarios de los negocios, ya que al darles el mismo grado de importancia a estos dos tipos de mediciones, los emprendedores logran tener una visión más clara de la situación en la que se encuentra su empresa y estarán en capacidad de desarrollar una estrategia o tomar decisiones acertadas, en base a información real y confiable.⁵

Como se enfoco el problema

Se analiza la necesidad de medir constantemente los resultados de los emprendimientos, que indicadores es necesario medir y cuales son los principales indicadores que utilizan los emprendedores al hacerlo.

Realizaron una investigación de campo y la otra que ellos denominan “investigación académica” en la que establecen algunas referencias de lo que significa ser emprendedor o empresarios.

Como se planteo la solución

En el análisis de los resultados los investigadores concluyen entre otras cosas en que los indicadores de volumen de ventas no son los principales para poder determinar el éxito en el negocio,

Como se relaciona su el problema de investigación actual

En el trabajo actual los investigadores busca conocer algunos de los factores que inciden en la continuidad y el éxito de los emprendimientos de esta forma es importante analizar si los emprendedores objeto de estudio aquí en el Ecuador conocen sobre medición de indicadores, cuales son los más importantes para ellos y

⁵ JURADO, Katherine: Indicadores de éxito de un emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios, 2012

si esto constituye o no una causal para que los emprendimientos puedan llegar a desaparecer.

Que parte de ese estudio va hacer tomado para fortalecer o contrastar el estudio actual

En la p 87 bajo el titulo de Investigación académica se detallan algunos de los requisitos que debe tener un negocio para llamarse emprendimiento que según los autores, por ejemplo uno de los conceptos más importantes es que el emprendimiento debe “generar valor mediante el reconocimiento de una oportunidad” , entonces una de las cualidades que todo emprendedor debe tener es visión para poder reconocer donde hay una oportunidad de negocio, manifiesta también que todo emprendimiento debe contener la oportunidad de correr un riesgo.

Introducción a la referencia

los investigadores aborda el tema desde el punto de las microempresas, sin embargo que existe una diferencia en el termino emprendimiento, se ha tomado en cuenta como referencia este trabajo debido a que a pesar del termino usado se enfoca en emprendimientos locales y algunas de las causas para que estos no hayan tendido el desarrollo esperado.

Titulo de la tesis

BEJARANO, Daniel, MENDIETA, Julio: *Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo*, Tesis para obtener el título de Ingeniero Comercial, Universidad Estatal de Milagro, Milagro, 2012

Resumen

Mediante este trabajo queremos dar a conocer el Desarrollo Comercial del Cantón Milagro, fortaleciendo el sector microempresaria a través de asesorías administrativas, para incrementar la productividad del microempresario milagreño,

haciéndolos competitivos para que puedan operar de manera eficiente, apropiada, con el fin de tener como resultado una estructura organizacional sólida y sustentable ante los cambios trascendentales del mercado. Por lo tanto, se ha desarrollado una amplia información, iniciado entonces con el planteamiento de la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó un instrumento investigativo conocido como la encuesta dirigida a la ciudadanía milagreña, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que este casco comercial no mantiene una alta demanda de estos establecimientos de asesorías. Información relevante para afianzar con certeza la propuesta, la cual contiene, su misión, visión, organigramas, manuales, así mismo se realizó el diseño de un logotipo, el cual representara la identidad de esta organización. Por último se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de la microempresa a través de los estados financieros y los sus respectivos índices como el VAN y TIR. Para concluir con este trabajo se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deben ser tomadas en consideración para optimizar cada día las actividades administrativas y operativas de esta nueva alternativa micro empresarial.

Conclusiones

- 1.- Los servicios de asesorías que prestan los profesionales situados en este cantón son diversos, puesto que existen muchas necesidades de los microempresarios. Sin embargo no se cubre con las expectativas de crecimiento que el cliente espera sobre la administración de su negocio.
- 2.- El poco conocimiento de la administración que tienen los microempresarios en el ejercicio de sus actividades está afectando la participación de estos negocios.

3.- La administración de las microempresas en su mayoría están a cargo de los mismos dueños, a pesar de que no están debidamente capacitados para llevar un adecuado control de sus actividades comerciales, razón por la cual mantienen una débil participación en el mercado.

4.- A pesar de que la tecnología forma parte importante en el desarrollo de todo negocio, existe un gran porcentaje de negocios que no tienen un sistema informático sofisticado.

5.- La propuesta demuestra a través de los índices financieros que esta nueva alternativa de asesoramiento es rentable con un 75% a diferencia de la tasa de mercado, lo cual demuestra que la asesoría podrá mantenerse en el mercado.

Como se enfoco el problema Otros factores no económicos identificados en la literatura Como se planteo la solución Como se relaciona su el problema de investigación actual Que parte de ese estudio va hacer tomado para fortalecer o contrastar el estudio actual Introducción a la referencia.

Como se enfoco el problema

El tema está visto desde una perspectiva de las carencias que presentan los emprendedores a la hora de administrar sus negocios, por ejemplo la falta de una estructura más formal dentro de este tipo de empresas, el nivel de educación que tienen los directivos, la ausencia del el uso de la tecnología en el desarrollo de las operaciones de los emprendimientos y las rigidez de las políticas de las instituciones financieras para otorgar un crédito.

Todas estas agravantes son enfocadas desde el peso que pueden tener para que una micro empresa fracase o prospere.

Como se planteo la solución

Se planteó la formación de una empresa se asesoría en el área administrativa para que los emprendedores puedan suplir la falta de conocimiento en esa área y puedan manejar sus empresas con mayor eficacia.

Como se relaciona su el problema de investigación actual

Guara relación en el ámbito de la búsqueda de las falencias en los conocimientos de métodos técnicos de emprendimientos que se analiza en el presente estudio y en la necesidad de proponer una ayuda para que ellos adquieran conocimientos y competencias que les permita una permanencia en el mercado.

Que parte de ese estudio va hacer tomado para fortalecer o contrastar el estudio actual.

Los investigadores han decidido contrastar el estudio y los resultados que va encaminado a establecer la incidencia de las carencias del conocimiento y tecnología en el desarrollo y permanencia de los emprendimientos y la coincidencia de proponer una ayuda para los directivos aunque desde diferentes perspectivas, es interesante encontrar que el estudio se enfoca en la ausencia de conocimientos elementales para administrar en quienes manejan los emprendimientos.

2.1.3 Fundamentación

Emprendimientos

Para la fundamentación los investigadores consideraron necesario enfocar solo 5 teorías que explican el problema que se estudia. A continuación se expone cada una de ellas y su argumento:

Teoría 1

Teoría de la intermediación y riesgo de Cantillon

En 1732, el economista irlandés Richard Cantillon describió el emprendimiento como la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa.⁶

⁶ SMITH Janet, SMITH Richard, BLISS Richard: Entrepreneurial Finance: Strategy, Valuation, and Deal Structure, Stanford University, California 2011

- Según (Smith 2011) Cantillón a quienes algunos llaman el padre de la economía en su teoría acerca o enlaza el emprendimientos con el riesgo, en este casos el emprendedor es alguien que corre riesgos, que compra los medios a un precio y no sabe exactamente cual va a ser su retorno.

los investigadores consideran importante tomar en cuenta este postulado por que es unos de los primeros en trascender para los estudios modernos y por considerar un aspecto fundamental que es el de relacionar al emprendimiento y el emprendedor con el riesgo y la intermediación entre un ente y otro para adquirir un bien o servicio.

Teoría 2

Teoría de la productividad de John Baptist Say

- Smith (2011) recoge también el postulado de J. B. Say quien a principios de 1800 definió al emprendedor como la persona que busca transferir recursos de un área de baja productividad hasta otra área de alta productividad.⁷

A consideración de los investigadores esta teoría se parece a lo que hoy ocurre con los emprendimientos en los que se busca transferir recursos hacia áreas que generen más valor agregado a lo invertido, de esta manera se genera desarrollo económico a la vez que se dinamiza la economía. También se toma en cuenta que para esos años como son desde 1730 hasta principios de 1800 las teorías – no conocidas en esos tiempos- que surgieron determinaban a los emprendimientos como actividad económica en al que el emprendedor asume un riesgo sin conocer con exactitud cual será su retorno, pero que a la vez; acogiendo el aporte de Say ; tiene como objetivo transferir recursos desde áreas de negocio de baja productividad a los que se consideren de alta productividad, desde es momento se puede avizorar que se menciona al individuo que emprende como alguien que inicia algo, que busca cambiar las situaciones para obtener réditos o ganancias, gracias a estos postulados se va teniendo en claro la diferencia entre emprendimiento y management, mientras que el primero crea nuevas oportunidades en la otra no.

⁷ SMITH Janet, SMITH Richard, BLISS Richard: Entrepreneurial Finance: Strategy, Valuation, and Deal Structure, Stanford University, California 2011

Sin embargo se puede también notar la falta de la definición del emprendedor como directivo y administrador de su creación, de la eficacia que debe tener dicho sujeto para levantar una unidad de negocio, para darle una estructura y hacerla rentable y sostenible en el tiempo.

Teoría 3

Teoría del ciclo económico de Schumpeter

- Smith (2011) continúa mencionando y asegura que a principios del año 1912 estos postulados de Cantillon y Say ganaron una renovada atención gracias a las contribuciones y escritos de dos economistas como Joseph Schumpeter (1912) quien aseveró que el emprendedor es quien busca activamente oportunidades de innovar y a la vez es el conductor del progreso económico por que busca activamente romper el statu quo, en una búsqueda de ganancias con un deliberado y riesgoso esfuerzo de combinar los recursos de la sociedad en nuevas y valorables formas de actuar.

Los investigadores destacan de la teoría de Schumpeter que puede ver la evolución de las teorías de emprendimiento. Las que de hecho van de la mano con las necesidades que el entorno presenta, en esta ocasión ya se relaciona al emprendedor con la innovación, como protagonista de desarrollo y un permanente luchador en contra del statu quo, además de ser un permanente buscador de generar riqueza, este aporte genera mucha información a la hora de estudiar la realidad de los emprendimientos.

Teoría 4

Teoría de la Incertidumbre de Knight

En contraste Knight (1921) consideraba que un emprendedor es un administrador de la incertidumbre y la actividad emprendedora como uno de los recursos directivos en presencia de la incertidumbre, incertidumbre es la visión de Knight como un aspecto inevitable en la actividad económica.

Para los investigadores es de poca utilidad la apreciación de Knight para el presente estudio, ya que si bien es cierto en la administración de negocios y mucho

más con todos los desafíos de los emprendimientos se debe administrar sin conocer con exactitud lo que va a suceder, en la época que vivimos, de constantes cambios y a la vez de desarrollo tecnológico, todo emprendedor debe manejar la incertidumbre no como parte de su administración sino como un componente que está fuera de su círculo de preocupación, es preferible a criterio de los investigadores tener la visión de la flexibilidad, adaptación, velocidad y predisposición al cambio

Teoría 5

Teoría del cambio de Drucker

- Según lo que mencionan HESBELIN, GODSMITH AND BECKHAR (2011) Peter Drucker define los emprendimientos de la siguiente manera:, Admisiblemente todos los pequeños negocios tienen aspectos en común, pero para ser emprendedor el empresario tiene que tener especiales características por encima de ser nuevo y pequeño, en efecto los emprendedores son la minoría entre los nuevos negocios, ellos – los emprendedores -crean algo nuevo, algo diferente ellos cambian o trasmutan valores.

El autor de este estudio estima que Peter Drucker hace una importantísima aportación al conocimiento de los emprendimientos, ya que define a estos como personas que cambian algo, que crean algo nuevo y diferente, esta aportación es de suma aplicación en nuestros días en la que la palabra emprendimiento se la usa para definir a muchos tipos de personas, tenemos claro que es indispensable que haya el componente innovador en sus empresas.

Teoría 6

Teoría del enfoque conductual de Gartner

- Klyver and Hindle (2011) mencionan que Gartner (1988) en su artículo Who is an entrepreneur? Is a wrong question, menciona su postulado de cuáles son las características de un emprendimiento, Gartner menciona que lo que distingue a un emprendimiento es la creación de una organización y esto diferencia a un emprendedor de un no emprendedor, Gartner define al

emprendimiento como una serie de actividades envueltas en la creación de empresas en su enfoque conductual, opuesto al enfoque de rasgos en que se ve al emprendedor desde el punto de vista de la personalidad, considerada el enfoque más productivo de el estudio de los emprendimientos en el futuro.

En el análisis realizado por los investigadores advierte que el mismo Gartner denominó a su teoría en punto crucial para el estudio de los emprendimientos, es totalmente aplicable al tiempo en que vivimos debido a la confusión de lo que es un emprendimiento y lo que no es y también por que en ello radica el tratamiento que le demos a los nuevos negocios, en este estudio de investigación se busca establecer el marco de lo que significa emprender y desde ese ángulo estudiar el medio y el desarrollo que estas nuevas organizaciones han aportado o dejado de aportar a el desarrollo económico.

Para este trabajo de investigación se recogerá de las diferentes teorías que se han aportado al mundo con respecto de los emprendimientos lo que sirva para dar un impulso y llevar a cabo el estudio.

Análisis del autor:

Es visible que las teorías cerca del emprendimiento han ido evolucionando a través del tiempo, de acuerdo a la necesidad y la capacidad de acceder a la información de los teóricos en su tiempo, ante lo expuesto se puede observar que a pesar de la evolución hay criterios que se han mantenido intactos, como por ejemplo la aseveración de Peter Drucker en cuanto a que para llamarse emprendimiento debe tratarse de una organización nueva, añadido a la apreciación de la teoría de Cantillón que dice que para ser un emprendedor hay que correr riesgos, en la búsqueda de transferir bienes sin la seguridad de los réditos a obtener, otra acotación importante es la de Say que severa que mediante el emprendimiento se busca transferir recursos hacia áreas de mayor productividad, componente que es necesario en el área geográfica que está siendo objeto de estudio, también es de vital importancia que se defina un emprendimiento como una organización en permanente búsqueda de innovación como expresa Schumpeter, sin lugar a dudas tenemos en frente las características de un emprendimiento y es notorio como en la lectura de los

postulados diferentes fácilmente los teóricos relacionan estas con las características que necesitan tener los emprendedores, de puede mencionar que para que haya una nueva organización debe ser creada por alguien que tenga la cualidades para llevarla a ser un emprendimiento.

Conclusiones del autor

Aporte al conocimiento existente sobre el desarrollo de emprendimientos

En conclusión: para el concepto de los investigadores el aporte de los diversos teóricos para definir lo que en este estudio se considerará un emprendimiento.

- Un emprendimiento comprende la creación de una nueva organización (Drucker) (Gartner)
- Todo emprendimiento significa asumir un riesgo. (Cantillón)
- Mediante el emprendimiento se busca transferir recursos desde una área de menos productividad hacia otra de alta productividad (Say)
- Los emprendimientos son búsquedas permanentes de innovación desde su creación hasta su ciclo de vida.
- Es una organización que necesita de un administrador (Knight)
- Innovación (Schumpeter)

Para efectos del presente estudio el autor después de analizar las teorías y su aporte para la realidad que se estudia en el área geográfica objeto de estudio considera definir como emprendimiento a:

La creación de una nueva organización, de naturaleza innovadora, que asume el riesgo del mercado, para transferir recursos hacia áreas de alta productividad mediante una administración efectiva

Es necesario acotar también que esta organización sea creada por una persona con similares características.

Teorías del desarrollo económico

En vista de la situación y el giro que ha dado el manejo de la economía del país y de las dos corrientes de pensamiento en cuanto a desarrollo económico que existe, los investigadores decide analizar estas corrientes las que se bana en las teorías del socialismo de siglo XXI y la de la economía social de mercado, la primera es la que actualmente impera en el país por causa de la ideología del gobernante actual, que es lo que se ha llamado “socialismo de siglo XXI” que unido a las ideologías revolucionarias de Alfaro y libertarias de Simón bolívar han generado una serie de acciones que han posicionado un concepto de economía exitosa que es ampliamente aceptado por las masas.

Del otro lado está el modelo de la economía social de mercado, modelo que tiene su fortín en la ciudad de Guayaquil por los resultados que este ha generado en la población acompañado claro está con la aceptación popular mostrada en las urnas, tal como el socialismo visto desde las perspectiva de los antiguos teóricos sufrió una mutación para evitar su liquidación definitiva y ahora lo laman socialismo de siglo veinte y uno, la economía social de mercado amparado en la doctrina social de la iglesia ha mutado adquiriendo un carácter “mas solidario” con aquellos que menos tienen. Con estos antecedentes se presentan los fundamentos de estas dos teorías a continuación:

Teoría 1

Teoría de las economías equivalentes de Dieterch

Socialismo de Siglo XXI

El socialismo de siglo XXI toma énfasis en Latinoamérica del siglo XXI, después de profundas crisis políticas en las diferentes naciones de la región y el desgaste del modelo que se venía implementando, este desgaste provocó graves situaciones en países como Argentina que vio su economía seriamente afectada, inestabilidad política y económica en Venezuela y por supuesto el país mas convulsionado por la crisis política Ecuador, que entre 1998 y 2005 tuvo 8 presidentes de la república debido a la profunda crisis económica y política agravada aun ma por la crisis bancaria que desencadenó en un feriado y congelamiento de los ahorros de miles de

ciudadanos, algunos de ellos incluso aun esperan la devolución de su dinero, como alternativa reivindicadora surge esta corriente de pensamiento que se ha posicionado en algunos países de Suramérica.

- En el *Socialismo del Siglo XXI* Dieterich (2003) propone un modelo económico que no esté basado en el precio de mercado, fundamento de la economía de mercado y del capitalismo, a los que considera fuentes de las asimetrías sociales y de la sobre explotación de recursos naturales.

En este caso el precio no está determinado por las leyes de la oferta y la demanda, sino por el valor del trabajo y el trabajo tiene un valor igual al tiempo en que se demoró en fabricar el producto o servicio además de los valores agregados a dicho trabajo, es decir, el tiempo de trabajo que se usó para producir las herramientas o servicios que se emplean en el trabajo mismo, lo cual a su vez lleva a un ciclo complejo de tiempos de trabajo sumados recíprocamente. Para solucionar el problema práctico que implica la teoría de la **Economía de valores** Dieterich sugiere ⁸usar la Rosa de Peters, como se muestra en el gráfico 2

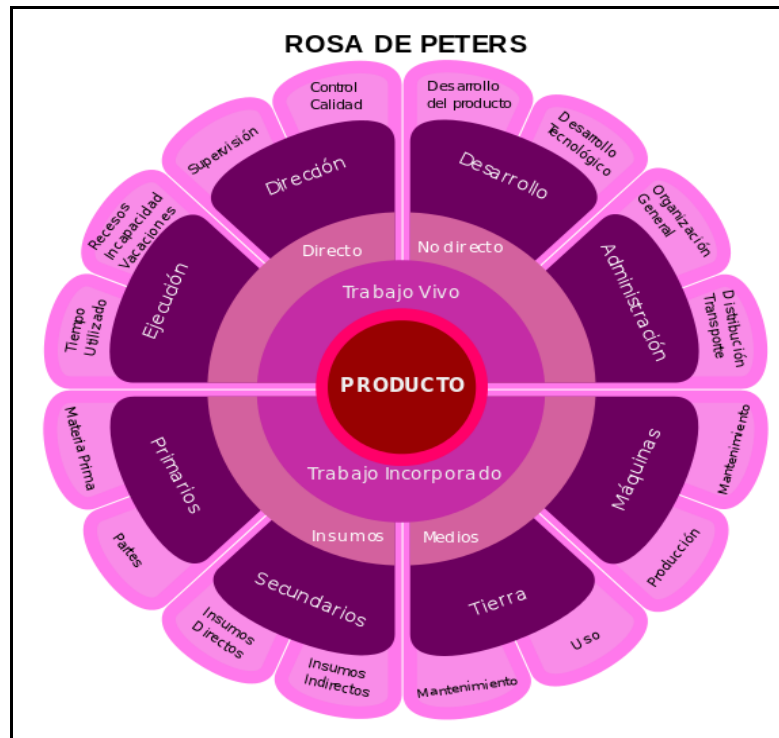


Figura 2 Rosa de Peters

Para poder asegurar el derecho a la vivienda y habitación para todos los hombres, la comunidad que está organizada en el Estado, tiene que ordenar el uso del suelo y de los inmuebles conforme a las necesidades generales. Todas las actividades públicas que no crean valores (como la educación, la atención médica, la previsión para el retiro, la jurisprudencia, la administración) podrían pagarse mediante los impuestos conforme al tiempo laborado. La equiparación de los trabajos de la producción con la prestación de servicios, sugiere el uso del mismo nombre para ambas actividades, para lo cual se ofrece la palabra “esfuerzo” (Leistung). De esta manera, todo el curso de la economía se reduce a esfuerzos individuales para satisfacer las necesidades generales de la mejor manera posible. El principio de equivalencia queda realizado en todos los niveles por medio de la equivalencia entre esfuerzo y compensación (Gegenleistung).

La transición hacia la economía equivalente es facilitada y activada por la rápida computarización de la economía, administración y vida privada, ya que el entrelazamiento de la producción, la distribución, el consumo y la prestación de servicios puede garantizarse por medio de la computadora: la

averiguación mundial de las necesidades (inclusive las prioridades de estas necesidades), la dirección de la producción (inclusive la construcción de nuevas plantas de producción), y la distribución de los bienes y servicios, podrían ser manejadas por computadoras desde ahora mismo. El inventor de la computadora, el profesor Konrad Zuse, llamó “socialismo computarizado” a este orden económico, cuando combina el principio de la equivalencia con la teoría sobre el valor del trabajo. La acumulación de la riqueza y la acumulación de la pobreza, también en su polarización, son procesos que dependen uno del otro, por lo cual sólo pueden resolverse juntos.⁹

Análisis del Autor

El socialismo de siglo XXI basado en el socialismo marxista centra su curso de acción en lo que ellos llaman la supremacía de el ser humano antes que la del capital, en los países latinoamericanos y ayudados por los altos precios del petróleo el desarrollo económico que han implementado está basado en una economía extractivista, donde el principal actor es el estado y como segunda fuente de ingresos se presentan las recaudaciones por parte de entes fiscales como el SRI, los avances o desarrollo que ellos presentan como logros se basan en la creación de subsidios, en bonos para los mas necesitados y en servicios básicos que anteriormente no era posible brindar a las grandes mayorías.

En resumen el Socialismo de siglo XXI considerará que ha tenido éxito cuando el estado haya logrado “palear la pobreza” o como ellos llaman “erradicarla”. Es necesario hacer una concordancia con el modelo económico de los años '70 en la época del boom petrolero, en la que se conjugaban factores que se repiten al momento como son: altos precios del petróleo, altos niveles de gasto corriente, altos niveles de endeudamiento.

⁹ DIETERICH, Heinz: *El socialismo de Siglo XXI* 2003

Teoría 2

Teoría de la Economía social de mercado

Para hablar del nacimiento de esta teoría debemos trasladarnos a la Alemania de la post guerra, su consideración como modelo socio político se da gracias a los postulados de Alfred Mülen –Armack, los que da a conocer en su obra “Dirección económica y economía de mercado” que salió a la luz en 1946, e inmediatamente fue acogida y defendida por los economistas de la Escuela de Friburgo, en especial Walter Eucken, Leonhard Miksch, Franz Böhm, Wilhelm Röpke y Alexander Rüstow. defensores hasta entonces del llamado Ordo liberalismo, su ejecución y puesta en práctica sin embargo estuvo a cargo de el Ministro de Economía alemán, Ludwig Erhard, quien ejercía dicho cargo desde que fuera nombrado como Jefe de Gobierno Konrad Adenauer en 1948. Erhard, haciendo eco de los estudios científicos, definió claramente la vía que debía seguir esta Teoría en base a la combinación de la competencia funcional y seguridad social.

- Según Rivadeneira (2009) Los pensadores de la Economía Social de Mercado consideraron importante que estos actores sociales cuenten con un orden económico para el desarrollo de sus actividades.

Este orden debería asegurar principalmente dos elementos: el éxito económico y la justicia social. Reconocieron además que conforme transcurre el tiempo, las condiciones sociales y económicas, tienden a modificarse y a adaptarse a nuevas realidades fruto de los errores y aciertos de sus integrantes. Esto les llevó a diseñar un orden que sea lo suficientemente claro y flexible para trascender la coyuntura e incorporar esas nacientes realidades. Por lo tanto, no se puede hablar de una única Economía Social de Mercado, sino de una versión sometida a un desarrollo constante.¹⁰

¹⁰ RIVADENEIRA, Juan, *Economía social de mercado*, Fundación Konrad Adenauer, Quito 2009, p8

La contribución que a criterio de los investigadores de esta teoría con el presente trabajo de investigación es que como su nombre reza teoría de la economía social de mercado delimita desde el principio cual es el principal objetivo de su concepción al llamarla “social” y “de mercado” claramente está poniendo de manifiesto una relación entre el ser humano y el mercado, basados en la justicia social que debe ir de la mano del éxito económico, esto es que no se considera éxito lo que no provenga de la misma sociedad y no del gasto corriente.

Pensamiento social Cristiano como aliado de la economía social de mercado

En este punto de la investigación los investigadores creen necesario darle una mirada a la relación que existe entre la economía social de mercado y el pensamiento social cristiano, que se inicia a fines del siglo XIX con el papado de León XIII , junto con la era industrial y fruto de una profunda preocupación de la iglesia por la explotación a la que los obreros estaban expuestos, los defensores de este modelo han defendido el hecho que debe ser el libre mercado el mejor repartido de riquezas, sin embargo durante los años se pueden ver índices de regulación al aplicarla, se revisa a continuación criterios acerca de el pensamiento social Cristiano.

- Resico (2011) recoge en su libro Pensamiento social Cristiano la filosofía de los defensores de esta corriente de doctrina socio económica:
- Resico (2011) se expresó de la siguiente manera de la relación entre la economía social de mercado y la teoría social cristiana: “Debo admitir que el enfoque de la Economía Social de Mercado satisfizo ambas inquietudes. De este modo llegué a la conclusión de que la Economía Social de Mercado, correctamente entendida, como el resultado del pensamiento social-cristiano en economía, sin pretender ser aplicada en forma de *modelo* o receta invariante de las circunstancias particulares, puede ser un enfoque clarificador y útil para evitar los extremos ideológicos que se han presentado en la historia de la política económica en Latinoamérica y puede brindar inspiración para la solución de una serie de problemas concretos no sólo en la coyuntura, sino en el mediano y largo plazo”.

Además se considera pertinente revisar los fundamentos del pensamiento social cristiano en la aplicación de la economía social de mercado:

- Agote (2011) define el pensamiento social Cristiano como: “Reflexión ética y moral que los cristianos han hecho comunidad, y con ello las personas de buena voluntad, a través de los documentos que conocemos como encíclicas sociales. Sobre los problemas de la sociedad moderna llegados por la industrialización y el desarrollo y de los sistemas económicos que le sirvieron de marco, socialismo y capitalismo.

Agote también hace una acotación sobre cuales son los aportes este pensamiento:

- En primer lugar en el plano antropológico una clara opción en favor de la dignidad humana de la persona, bajo este concepto la sociedad aparece al servicio de la persona humana, respetando su dignidad y en proceso de su desarrollo integral, la sociedad está hecha para el hombre y no a la inversa.
- En segundo lugar opta por la igualdad fundamental de las personas.
- En tercer lugar propone derechos inalienables para cada persona, la persona es un sujeto de derecho y deberes y no un objeto del que se pueda disponer.

Es necesario que se haga por parte de los investigadores las diferencias que hubo tiempo después entre los empresarios y la doctrina social de la iglesia, una de ellas fue notoria cuando el papa Juan Pablo II critico los modelos económicos como el socialismo y el capitalismo, mientras que la Iglesia estaba más preocupada por la repartición de la riqueza, los empresarios sostenían que para poder repartir la riqueza primero hay que crearla.

Análisis de los investigadores

Al contrastar las dos corrientes de pensamientos que actualmente están en vigencia en el país, antes de entrar en materia de comparación es necesario acotar que los investigadores incluyeron el análisis de la economía de libre mercado y su relación con el pensamiento Social Cristiano debido a que aunque no sea el modelo imperante en el país, aun vivimos en una economía de libre mercado con las

restricciones que el socialismo de siglo XXI imponen por naturaleza, hecha esta acotación se pasa a contrastar las teorías del desarrollo económico:

El socialismo de siglo XXI considera desarrollo una economía de equivalencias en la que los productos deben tener un valor igual al tiempo que tomo fabricarlos, y considera desarrollo la erradicación de la pobreza por medio de medidas paliativas como bonos, gratuidades y servicios de inclusión económica que pueden ser no tan sostenibles en el tiempo, mientras que la economía social de mercado se basa en crear las condiciones de libertad, justicia social y dejar que el mercado genere riquezas que serán asignadas según la competitividad, en la que los gobiernos actúa como ligeros correctores de las fallas de mercado, mientras que el Socialismo de Siglo XXI se basa en la solidaridad humanista por medio de los bonos y gratuidades como desarrollo, la economía social de mercado se baa en generar las condiciones de generar empleo y riquezas mientras que los gobierno crean las condiciones para que las haya, siempre ocupándose de atender a los que menos tienen, en conclusión para los defensores de la economía social de mercado existe desarrollo cuando existe generación de riqueza en la parte privada.

Conclusiones de los investigadores

Habiendo relacionado las dos tendencias los investigadores postulan que para que exista desarrollo económico, tiene que inevitablemente haber la generación de la misma, y que esta se da por medio de el estímulo de la inversión en nuevas empresas que cubran necesidades de satisfacción del mercado, de la misma forma no puede haber desarrollo económico si no existe solidaridad y responsabilidad social, además de las características ya anotadas que deben existir para que una nueva empresa se llame emprendimiento, es necesario que para que se considere como generadora de desarrollo exista, responsabilidad social, generación de empleo y generación de ingresos para el erario nacional.

2.2 MARCO CONCEPTUAL

ÁNGELES INVERSIONISTAS

Personas o grupos de personas con experiencia en negocios que invierten capitales en nuevas empresas a las cuales les brindan acompañamiento y asesoría, aumentando sus probabilidades de éxito. Invierten en etapas tempranas

BORN GLOBAL

Nombre que se le da a las empresas que se internacionalizan rápidamente o que se introducen al mercado del exterior en sus primeros años de vida. Su aparición se da a través de la construcción de tres componentes: Factor Empresario, Factores Internos y Factores Externos.

CAPITAL INTELECTUAL

Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas, que dan a las empresas una ventaja competitiva en los mercados. Compuesto por todos aquellos activos intangibles que generan valor de futuro para las compañías

CAPITAL SEMILLA

Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa (fase inicial, o de “semilla”)

COMITÉ DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN

Comité conformado por expertos externos que evalúan, retroalimentan el proyecto empresarial, recomendando su continuidad o no a siguiente etapa.

COWORKING

Es un espacio que permite a la comunidad emprendedora, la interacción y el trabajo compartido de forma flexible y dinámica con personas del mundo empresarial, favoreciendo mucho el networking, por medio del aprovechamiento de las sinergias que ello conlleva, y enriquecerse de las relaciones con líderes, redes sociales, empresariales y profesionales de diversos ámbitos.

CULTURA

La cultura es la programación mental colectiva de una comunidad en un ambiente específico que cubre a un grupo de personas condicionadas por las mismas experiencias educativas y condiciones de vida. La cultura hace referencia al conjunto de valores, creencias, convicciones e ideas que un grupo ha adquirido a lo largo de sus experiencias y que forman parte de su vida.

EARLY STAGE

Modelo de negocio probado, cartera de clientes, estructura operativa probada, la compañía es sostenible.

- Tiempo: 2 – 5 años
- Montos: COP 500 – 2.000 millones.
- Montos USA: USD 5,81 millones.

EBT- EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA

Es una empresa que sustenta su modelo de gestión y sus líneas de bienes y servicios en nuevas tecnologías. Las empresas de base tecnológica mejoran sustancialmente la forma de hacer las cosas, habilitan las capacidades competitivas de otras industrias y satisfacen con efectividad necesidades reales o potenciales del mercado.

E-BUSSINESS

Negocios electrónicos. Vinculación de las nuevas tecnologías de la información a los conceptos administrativos y operacionales de una organización en el proceso del negocio

ENTREPRENEUR

Entrepreneur define a la persona que tiene como profesión ser un creador de empresas. En esta definición se abarca desde el emprendedor "novato", que apenas inicia su actividad de crear una empresa, como aquellos más experimentados que

han tenido la oportunidad de haber creado otras iniciativas empresariales. En este sentido, podríamos decir que cubre en una misma palabra al emprendedor y al empresario.

EMPRENDEDOR

Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa

EMPRESA

Actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios. Tiene como propósito crear un cliente, en ese sentido la empresa comercial tiene dos funciones cruciales: la comercialización y la innovación.

EMPRESAS EN EDAD TEMPRANA

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor, que lidera el Babson College, una empresa en etapa temprana o de reciente creación es aquella que no tiene más de 3 años y medio de existencia.

EMPRESARISMO

Concepto que reúne aspectos involucrados en la generación de empresas: las leyes, los sistemas, el entorno macro y micro, los mercados, el sistema educativo. Se concibe mas como una acción que como un resultado. Actitud continua de un grupo de individuos o de una sociedad en general. Se representa en una cultura con necesidad de renovación permanente.

EXPANSIÓN

Identificación de nuevas oportunidades en el mercado, genera flujos de caja que es posible escalarlos, nueva generación en equipos directivos, repotenciación de compañías.

FUENTES DE FINANCIACIÓN

Mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos económicos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.

GESTIÓN

Acción de llevar a cabo un proceso complejo, que involucra factores como la creatividad, la innovación y que asume un enfoque proactivo.

GLOBALIZACIÓN

Aumento de la expansión y profundización de las distintas relaciones sociales, económicas y políticas, la creciente interdependencia de todas las sociedades entre sí, promovida por el aumento de los flujos económicos, financieros y comunicacionales.

INCUBADORA

Entidad provista de una metodología y un espacio físico que proporciona todas las herramientas y asesoría necesaria para que las nuevas empresas se desarrollen en un ambiente de negocios, maximizando el valor empresarial de las iniciativas que apoya en el menor tiempo y al menor costo posible, utilizando las últimas tecnologías existentes.

INNOVACIÓN

Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos. Introducción de nuevos productos, procesos o servicios en el mercado que abran la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos, bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.

INVESTIGACIÓN

Búsqueda arriesgada pero metodológica de insumos para los procesos de innovación. La investigación es una forma de vida para el empresario de la época.

LIQUIDEZ

Capacidad para hacer frente a las obligaciones económicas en la fecha de su vencimiento; se puede hacer por conversión de un activo en dinero efectivo o equivalente.

MARCA

Signo utilizados para distinguir los productos y servicios de una empresa de los de otra.

MARCO ESTRATÉGICO

El marco Estratégico comprende la Misión, las Estrategias Básicas y los Valores Corporativos.

MARKETING

Muestreo de mercados para iniciar y completar (intercambiar) transacciones que satisfagan las necesidades de los compradores; en muchos casos, se trata de una función dentro de la empresa (Departamento de Marketing); también es la filosofía que orienta las actividades de la empresa sistemáticamente en función de las exigencias del mercado.

MERCADO OBJETIVO

Segmento de ese mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios y a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades y sobre el cual se desarrollan todas las estrategias de comercialización, penetración y posicionamiento.

MODELO DE NEGOCIO

Forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.

NETWORKING

Es el arte de construir y mantener relaciones (personales) a largo plazo que impliquen (siempre) un beneficio para ambas personas.

PLAN DE NEGOCIO

Es un documento formal, elaborado por escrito, que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. El Plan de Negocios ayuda a asignar los recursos en forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones.

PLANEACIÓN EMPRESARIAL

Es la etapa del Modelo de Acompañamiento que tiene como objetivo preparar las iniciativas empresariales seleccionadas para que sean consolidadas en un plan de negocio.

PRE INCUBACIÓN / PRE ACELERACIÓN

Proceso de acompañamiento de una iniciativa empresarial en la puesta a punto de su empresa y que formula la inversión del Plan de Negocio

PROCESOS DE SELECCIÓN

Actividad estructurada y planificada que permite atraer, evaluar e identificar las características personales de un conjunto de sujetos a los que se denomina “candidatos”, las cuales los diferencian de otros y los hacen más idóneos, más aptos o más cercanos a un conjunto de características y capacidades determinadas de antemano como requerimientos críticos para el desempeño eficaz y eficiente de una cierta tarea profesional.

PROPIEDAD INTELECTUAL

Conjunto de derechos de exclusividad sobre obras creadas por una persona natural, fruto de su ingenio y creatividad, aplicadas a la industria, el comercio y las artes, con efectos económicos y sociales, en un área geográfica determinada.

La propiedad Intelectual se divide en Propiedad Industrial y Derechos de Autor. A su vez, la Propiedad Industrial se divide en: Signos distintivos, en donde encontramos las marcas, los lemas comerciales y los nombres comerciales. La segunda división corresponde a nuevas creaciones, que corresponden a las patentes de invención,

modelos de utilidad, diseños industriales y los secretos industriales. Los Derechos de Autor se dividen en obras artísticas, obras científicas, obras literarias y software

PRUEBAS DE HABILIDADES ESPECÍFICAS

Tipos de pruebas que buscan obtener información útil, tanto en los procesos selectivos como de orientación, acerca de los trabajos relacionados con las funciones gerenciales o administrativas.

PRUEBAS DE PERSONALIDAD

Pruebas psicológicas que permiten analizar los rasgos de personalidad de un individuo y que posibilitan tener una comprensión y predicción más certera del presente y futuro comportamiento del candidato.

PÚBLICO OBJETIVO

Conjunto de personas a las cuales van dirigidas las actividades y programas de generación de cultura emprendedora ambiental.

REDES INTEGRADAS DE TRABAJO

Comprenden el grupo de interconexiones que posee la empresa y que le generan valor competitivo de futuro. Se hace referencia a las redes de colaboración que establece la compañía con sus proveedores y con sus clientes, a la red interna para la tercerización de los negocios

RENTABILIDAD

Beneficios que obtiene una empresa en relación con sus ingresos de ventas o con el capital empleado

RIESGO

Condición en la que existen posibilidades de que ocurra algo adverso que no permita el resultado positivo que se espera. Es el cálculo conjugado y anticipado de las posibles pérdidas ocasionadas de las amenazas y de las debilidades

ROL

Nombre que enmarca las funciones y responsabilidades derivadas del buen desempeño de un puesto o cargo dentro de una empresa

SENSIBILIZACIÓN

Proceso que despierta el interés por profundizar en temas específicos de emprendimiento empresarial, mediante diferentes estrategias y programas, cuya finalidad es motivar al público objetivo para que participe activamente en el proceso de creación de nuevas empresas.

SISTEMAS DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS

Desarrollan una plataforma de gestión que permite a las empresas apalancarse para conseguir sus objetivos de tipo empresarial. Generan estrategias que le permiten ofrecer infraestructura de servicios empresariales

STAR (ESTRELLA CONDUCTUAL):

Método en el que se basa la entrevista de Incidentes Críticos y que busca se investigue progresivamente cada uno de los aspectos referentes a la situación que el candidato narra: Situación, Tarea, Acción y Resultado

TALENTO HUMANO

Activo base de una organización para alcanzar el éxito empresarial, ha suplantado al capital físico como fuente de riqueza en la economía de la época en el mundo

TECNOLOGÍA

Transformación del conocimiento en herramientas que facilitan las diversas actividades humanas e industriales. Comprende la aplicación de los conocimientos científicos con fines específicos, que se traduce en el reemplazo de los distintos tipos de trabajo por modernas máquinas, procedimientos y técnicas de producción más eficientes

TECNOLOGÍA ORGANIZACIONAL

Se refiere a la suma de conocimientos y métodos utilizados para transformar los insumos en los productos deseados

TECNOLOGÍAS BLANDAS

Conocidas como software. Son aquellos componentes tecnológicos que se concretan en lo intangible

TECNOLOGÍAS DE GESTIÓN

Involucran las aplicaciones del conocimiento administrativo y económico con el objeto de proponer nuevas formas del que hacer empresarial

TECNOLOGÍAS DURAS

Conocidas como hardware. Son aquellos componentes tecnológicos que se concretan en lo tangible. Por ejemplo, máquinas, computadores

TECNOLOGÍAS PUNTA

Son el último enfoque de solución que se le da a un problema

VALIDACIÓN

Actividad mediante la cual se confrontan los aspectos técnicos y de mercados identificados en la investigación y la cohesión del equipo emprendedor con la información presentada por ellos en el formulario para la selección de proyectos. Como resultado final, el Gestor Empresarial obtiene los argumentos que se presentarán ante el comité de evaluación y selección.

VALIDACIÓN COMERCIAL

Proceso de interacción con competidores, clientes y proveedores para validar y retroalimentar las estrategias comerciales formuladas.

VALORACIÓN DE EMPRESAS

Estudio financiero completo de la empresa que contempla el rango de valor de transacción bajo diferentes metodologías, evaluando y determinando instrumentos de gerencia del valor.

RED DE ÁNGELES INVERSIONISTAS

Las Redes de Ángeles Inversionistas son una forma de agrupación que genera ambientes profesionales adecuados para poner en contacto a los Ángeles Inversionistas con los Entrepreneurs, brindando apoyo, capacitación y acompañamiento a ambas partes antes, durante y después de una negociación.

STARTUP / SEED

Compañías en proceso de gestación, validando modelo de negocios, primeros acercamientos comerciales, ventas de prueba.

- Tiempo: Entre 0 – 2 años
- Montos: Entre COP 150 – 500 millones.
- *Montos USA: USD 3,21 millones.

WORK SHOP

Reunión de personas organizada, para alcanzar acuerdos, y cumplir los objetivos marcados, conjugando la destreza, los conocimientos y las experiencias de dichas personas. Como norma general, el Work Shop ha de contemplar las siguientes máximas:

La composición de los grupos de trabajo ha de ser mixto, es decir, que deben participar integrantes de distintas áreas de conocimiento.

Es necesario que los participantes se comprometan a alcanzar acuerdos concretos y a trabajar de forma sincera y abierta¹¹

¹¹ GLOSARIO DE EMPRENDIMIENTOS glosariocreame.blogspot.com, extraído el 15 de septiembre de 2013.

1.3 MARCO LEGAL

LA LEY DE COMPAÑÍAS

H. CONGRESO NACIONAL

LA COMISIÓN LEGISLATIVA Y CODIFICACIÓN

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

RESUELVE:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACIÓN DE LA LEY DE COMPAÑÍAS

SECCIÓN I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- * La compañía en nombre colectivo;
- * La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- * La compañía de responsabilidad limitada;
- * La compañía anónima; y,
- * La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- 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.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas

extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

Art. 9.- Las compañías u otras personas jurídicas que contrajeran en el Ecuador obligaciones que deban cumplirse en la República y no tuvieren quien las represente, serán consideradas como el deudor que se oculta y podrán ser representadas por un curador dativo, conforme al Art. 512 del Código Civil.

Art. 10.- Las aportaciones de bienes se entenderán traslativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil. En caso de que no llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la

Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso. 3

Cuando se aporte bienes hipotecados, será por el valor de ellos y su dominio se transferirá totalmente a la compañía, pero el socio aportante recibirá participaciones o acciones solamente por la diferencia entre el valor del bien aportado y el monto al

que ascienda la obligación hipotecaria. La compañía deberá pagar el valor de ésta en la forma y fecha que se hubieren establecido, sin que ello afecte a los derechos del acreedor según el contrato original.

No se podrá aportar a la constitución o al aumento de capital de una compañía, bienes gravados con hipoteca abierta, a menos que ésta se limite exclusivamente a las obligaciones ya establecidas y por pagarse, a la fecha del aporte.

Los créditos solo podrán aportarse si se cubriera, en numerario o en bienes, el porcentaje mínimo que debe pagarse para la constitución de la compañía según su especie. Quien entregue, ceda o endose los documentos de crédito quedará solidariamente responsable con el deudor por la existencia, legitimidad y pago del crédito, cuyo plazo de exigibilidad no podrá exceder de doce meses. No quedará satisfecho el pago total con la sola transferencia de los documentos de crédito, y el aporte se considerará cumplido únicamente desde el momento en que el crédito se haya pagado.

En todo caso de aportación de bienes el Superintendente de Compañías, antes de aprobar la constitución de la compañía o el aumento de capital, podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la

Institución.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326, de 25 de noviembre de 1999.

Art. 14.- La falta de inscripción, una vez vencido el plazo señalado en el artículo anterior, será sancionada por el Superintendente de Compañías o el juez, en su caso, con multa de diez a doscientos sucres por cada día de retardo, sin que la multa pueda exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

Art. 15.- Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social, pero los accionistas de las compañías anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derecho a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de la cuenta de

pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 17.- Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables:

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas pueda afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y,
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Art. 18.- La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el Reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán

las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

La multa no podrá exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

De producirse reincidencia el Superintendente podrá solicitar a la Corte Suprema de Justicia la destitución del funcionario. 5

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio.

Para inscribir la escritura pública en el Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de

la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos

documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos está ocasionando que haya un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro en el período 2008 - 2013

2.4.2 Hipótesis Particulares

Causas

- El desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos están ocasionando desorganización en los nuevos emprendimientos
- El desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado genera desmotivación para generar nuevos emprendimientos
- La falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento incide en el desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio
- La desinformación en líneas de emprendimiento innovador está generando desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador

2.4.3 Declaración de Variables

Hipótesis General

Variable Independiente: La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos

Variable Dependiente: Reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro (últimos 5 años)

1. Hipótesis Particular

Variable Independiente: El desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos .

Variable Dependiente: La desorganización en los nuevos emprendimientos

2. Hipótesis Particular

Variable Independiente: El desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado. .

Variable Dependiente: Desmotivación para generar nuevos emprendimientos r.

3. Hipótesis Particular

Variable Independiente: La falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento.

Variable Dependiente: La ausencia de una cultura de emprendimientos

4. Hipótesis Particular

Variable Independiente: La falta de información en líneas de emprendimiento innovador.

Variable Dependiente: Desconocimiento de líneas de emprendimiento actual e innovador

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Cuadro 1 Operacionalización de variables

Hipótesis General	Variable Independiente	Variable Dependiente	Indicadores
<p>La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos está ocasionando que haya un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro y la región en el período 2008 - 2013</p>	<p>La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos</p>	<p>Reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro (últimos 5 años)</p>	<p>Nivel de conocimiento de la población de como generar emprendimientos que contribuyan al desarrollo económico de Milagro y la región en el periodo 2008 - 2013</p>

Hipótesis Particulares	Variable Independiente	Variable Dependiente	Indicadores
El desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos están ocasionando desorganización en los nuevos emprendimientos	El desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos	desorganización en los nuevos emprendimientos.	Índice de la población que ha recibido información técnica en cuanto a generar y administrar emprendimientos
Desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado genera desmotivación para generar nuevos emprendimientos	El desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado.	Desmotivación para generar nuevos emprendimientos	Índice de conocimiento en la población que ha recibido información técnica en cuanto a medios de financiamiento existentes en el mercado
La falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento incide en el desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio	La falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento	Desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio	Cantidad de personas de la población que ha recibido información en cuanto a emprendimiento que provenga de las universidades del país.

<p>La desinformación en líneas de emprendimiento innovador está generando desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador</p>	<p>La desinformación en líneas de emprendimiento innovador</p>	<p>Desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador</p>	<p>Cantidad de personas que conocen que líneas de emprendimientos son innovadores</p>
---	--	--	---

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Para la presente estudio se utilizaron los siguientes tipos de investigación:

3.1.1 Investigación Cuantitativa

La metodología de investigación cuantitativa servirá para recoger, procesar y analizar los datos de interés obtenidos en los emprendimientos, con el objetivo de interpretarlos de forma numérica y uso de técnicas estadísticas; que permitan expresar de manera objetiva los diversos patrones de comportamiento, aceptar o rechazar las Hipótesis planteadas en la investigación.

3.1.2 Investigación de Campo

La presente investigación se realizará en un contexto de campo, es decir en el lugar donde se presentan los hechos, con el fin de obtener datos reales que servirán para conocer la situación actual de los emprendimientos, los problemas que enfrentan y sus necesidades para aplicar soluciones prácticas que ayuden a las organizaciones.

3.1.3 Investigación Correlacional

La aplicación de la investigación correlacional estará orientada a determinar el grado de relación que existe entre las variables presentadas en este estudio y establecer la analogía entre los fenómenos o eventos observados y sus causas o efectos. Este

estudio desea saber si existe relación entre el estancamiento de los emprendimientos y su incidencia en el desarrollo de la región

3.1.3 Investigación No experimental.

La investigación de este proyecto es de tipo no experimental, debido a que se realizará sin manipular intencionalmente las variables presentadas, estará basada principalmente en la observación de los fenómenos como ocurren en su ambiente natural, sin someterlos a estímulos o experimentos que alteren los resultados.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La presente investigación contempla la siguiente población como objeto de estudio: La población de personas mayores de 18 años del cantón Milagro, que se caracteriza por estar compuesta de personas de todas las clases sociales cuya actividad económica indirectamente depende de las actividades del ingenio Valdez o de la actividad agrícola que se desarrolla en los alrededores.

3.2.2 Delimitación de la población

La población corresponde a los habitantes del cantón Milagro mayor de 18 años que son 103314 personas según el INEC y su informe del censo 2010.¹²

3.2.3 Tipo de muestra

De acuerdo a la necesidad de las Pymes, en alcanzar una gestión óptima en el manejo del Talento Humano, la muestra será no probabilística con población finita.

Esta investigación centrará su estudio en una fase dirigida a los involucrados, para conocer los procesos que realizan en la gestión del Talento Humano y el desempeño

¹² ¹² Instituto Nacional de Estadísticas y Censo: Censo 2010, www.inec.gob.ec, extraído 15 septiembre 2013

laboral de sus colaboradores, para determinar si se acepta o rechaza las hipótesis formuladas en el proyecto.

En la segunda fase se verificarán los datos obtenidos referentes a su gestión, para ofrecer la alternativa que brinde la solución al problema.

3.2.4 Tamaño de la muestra

La población de la ciudad de Milagro, según el INEC es de 166634¹³ y el 62% de esta población, 103314 personas

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N-1) E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{102920 \quad 0,50 \quad 0,50}{\frac{102920 \cdot -1 \quad 0,0025}{3,8416} \quad 0,25}$$

$$n = \frac{25730}{67,22665} \quad 382,74$$

3.2.5 Proceso de selección

Según el cálculo de la muestra se deben encuestar 383 personas por lo que se decide encuestar a todos de una forma probabilística

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

La aplicación del método teórico es fundamental en la investigación, debido a que su valor radica en los postulados realizados por expertos investigadores que han probado

¹³ Instituto Nacional de Estadísticas y Censo: Censo 2010, www.inec.gob.ec, extraído 15 septiembre 2013

sus teorías de forma científica y que en este momento sirven como fuente documental para la fundamentación validez y confiabilidad de este estudio.

3.3.2 Método Histórico Lógico

Porque se me dirá en los últimos 5 años el comportamiento de las variables y su desarrollo en el tiempo.

3.3.3 Método Analítico-sintético

Los métodos analítico sintético son esenciales en esta investigación debido a que permitirán primeramente, descomponer los fenómeno o elementos encontrados en las empresas para analizarlos, para posteriormente sintetizarlos y relacionar sus hechos en un todo; y exista una mayor comprensión y conclusión del problema.

El análisis, permitirá realizar un proceso cognoscitivo; por medio del cual se examinará una realidad que descompuesta en partes brindará una mejor comprensión del tema investigado, hasta llegar a conocer las relaciones que existen entre ellas y sus elementos fundamentales.

Descomposición y análisis de todos los detalles de la investigación,

- ❖ Comportamientos y características de cada uno de los elementos constitutivos de un todo; estudio de sus partes.
- ❖ Enumeración. Desintegración de los componentes a fin de identificarlos, registrarlos y establecer sus relaciones con los demás.
- ❖ Clasificación, y ordenación de cada una de las partes por clases, siguiendo el patrón del fenómeno analizado, para conocer sus características, detalles y comportamiento.

La síntesis, consistirá en la composición de un todo por medio de la reunión de sus partes o elementos estudiados en este proyecto, fusionándolas u organizándolas de diversas maneras:

- ❖ Identificación de todos sus elementos o componentes para poder entenderlo.
- ❖ Revisión rigurosa de cada uno de los elementos en un todo.
- ❖ Conclusión, análisis de los resultados obtenidos para estudiarlos y dar una explicación del problema.

3.3.4 Método Inductivo-deductivo.

El método Inductivo es un modo de razonar que lleva al investigador a estudiar el problema de lo particular a lo general, es decir de una parte a un todo; partiendo de este concepto, la presente investigación fijará su atención no solo en los fenómenos ocurridos en las empresas, sino también en los procesos y eventos para generalizarlos, el método deductivo tiene un tipo de razonamiento que va de lo general a lo particular o de lo complejo a lo simple, por ello es una herramienta del conocimiento científico que brindara un análisis preciso del problema y la obtención de una solución que se acerque mas a la realidad.

3.3.2 Métodos Empíricos

Entre los métodos de apoyo para este tipo de investigación se encuentra:

La encuesta, que será de gran apoyo en esta investigación puesto que servirá para recolectar datos en las empresas Pymes y sus propietarios, con la finalidad de conocer la realidad de las mismas, las causas y efectos de los problemas que allí se suscitan; para luego analizarlos de forma estadística, verificar o rechazar las hipótesis y plantear una nueva solución.

En esta investigación se requirió aplicar pasos para preparar la encuesta adjunta en los anexos, los pasos son:

- ❖ Puntualizar el objeto de la encuesta, formulando con precisión las preguntas de estudio, por medio de la sistematización del problema, para luego elegir y descartar las alternativas que permitan centrar la encuesta en un contenido ajustable a lo deseado.
- ❖ El trabajo de campo, consistirá en la obtención de los datos, para ello se precisará utilizar la fuente de información referida por la Cámara de Comercio de Milagro, para conocer las empresas y a sus propietarios, para luego aplicar la encuesta correspondiente.
- ❖ Tabular los resultados de la encuesta, que serán presentados en el informe y servirá para posteriores estudios.

3.4 TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

A continuación de levantar la información de campo, este capítulo expone los resultados estadísticos cuantitativos; obtenidos de las encuesta dirigida a los propietarios de las Pymes, con el objetivo de verificar las hipótesis planteadas.

En el tratamiento estadístico de la información se utilizara herramientas como Microsoft Office Excel, que permitirá ejecutar con mayor facilidad y exactitud la tabulación de las encuesta, asimismo obtener los gráficos estadísticos necesarios que permitirán una mayor comprensión de las variables investigadas en el tema, finalmente se realiza el análisis de las mismas en forma teórica brindando información de los resultados que determinan las necesidades que poseen las Pymes, para establecer la factibilidad de esta investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En los últimos cinco años en nuestra ciudad no ha habido emprendimientos que perduren y generen una contribución en el desarrollo se puede decir que la situación es parecida a la que menciona Stanford (2010) en su libro Diseño de Organización:

“ Las historias de las puestas en marcha de negocios son similares a a lo que sigue: “Tuvimos una gran idea. Obtuvimos los fondos. Contratamos gente. Por un tiempo nos fue bien, pero algo pasó, sufrimos una crisis”. Desgraciadamente el 50% de las puestas en marcha no sobreviven más allá de los primeros tres años”

Actualmente no existe en el mercado un medio que le de dirección a los emprendedores para iniciar sus negocios con confianza y seguridad o retomar el curso del éxito, como se evidenció en el estudio para que esto ocurra deben ser negocios nuevos, innovadores, que busquen generar riqueza por medio de la productividad y que dentro de ellos haya responsabilidad social, ambiental, generación de ingresos para el erario nacional , empleo para la sociedad.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Las encuestas reflejan la desinformación general que existe acerca de emprendimientos y la dinámica a través de generar nuevas empresas, es curios poder observar que existe gran cantidad de personas que cambiarían su actividad económica por empezar su propia empresa, como agravante de la

situación se puede anotar la percepción de las personas en cuanto a las universidades, no las ven como la fuente de conocimiento que debe colaborar con la generación de riqueza, mediante la investigación científica y la vinculación con la comunidad, se puede evidenciar la falta de preparación en cuanto a administración y gestar nuevas empresas, ya que la percepción de la necesidad que exista un ente que forme emprendedores y directivos de los mismos, indica que la personas encuestadas notan la ausencia de esta tipo de servicios.

4.3 RESULTADOS

Análisis de la encuesta

1- ¿Si usted decidiera iniciar una empresa en este momento conoce los pasos y métodos para hacerlo?

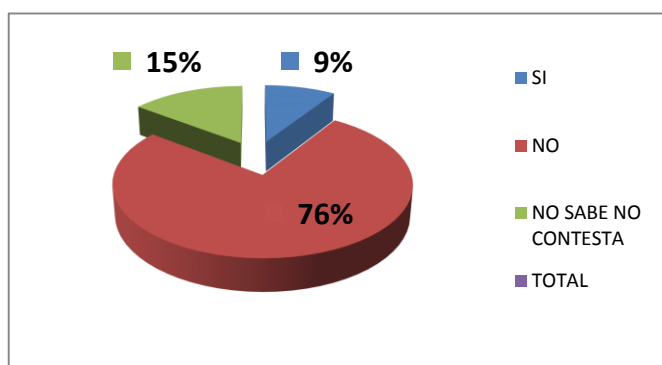
Cuadro 1 Conocimiento de los pasos para emprender

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	35	9%
NO	292	76%
NO SABE NO CONTESTA	56	15%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 3



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 76% de las personas no conoce métodos de emprendimiento, mi el 9% afirma que si conoce y el 15% no sabe al respecto o no desea contestar. De esta manera está comprobada de la hipótesis general que dice: La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos está ocasionando que haya un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro y la región en el período 2008 – 2013

2- ¿Es usted un(a) emprendedor(a) - persona que ha iniciado su propia empresa?

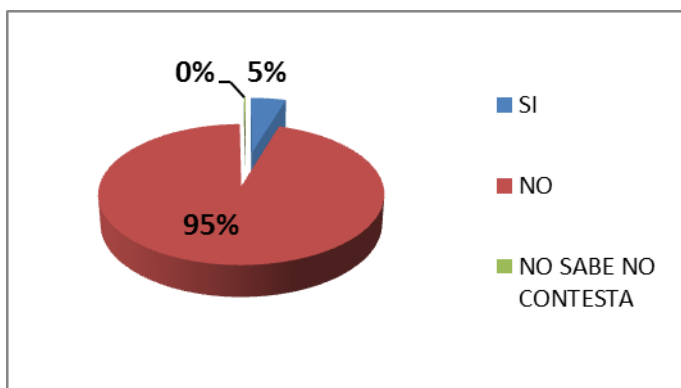
Cuadro 3 Actividad económica actual

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	18	4,70%
NO	364	95,04%
NO SABE NO CONTESTA	1	0,26%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Elaborado por: Heinar García

Figura 4



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Elaborado por: Heinar García

El 95% de las personas afirman que no han realizado o no son emprendedoras, o sea que tienen otra actividad económica que el de formar su propia empresa. De esta manera está comprobada de la hipótesis general que dice: La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos está ocasionando que haya un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro y la región en el período 2008 – 2013.

3- Según su criterio la información que existe en el medio de como generar nuevas empresas (emprendimientos) es :

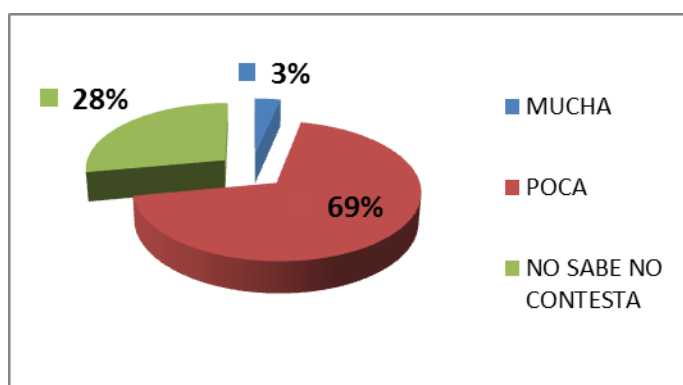
Cuadro 3 Información existente para generar emprendimientos

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
MUCHA	13	3%
POCA	263	69%
NO SABE NO CONTESTA	107	28%
total	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Elaborado por: Heinar García

Figura 5



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 66% de los encuestados menciona que hay poca información para generar nuevos emprendimientos, mientras que el 3% asegura que hay mucha información, el 28% no sabe o no contesta, con estas afirmaciones. De esta manera está comprobada de la hipótesis general que dice: La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos está ocasionando que haya un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro y la región en el período 2008 - 2013

4- ¿De acuerdo a su apreciación en los últimos 5 años se han formado en Milagro empresas (emprendimientos) que contribuyan con el desarrollo de la región.?

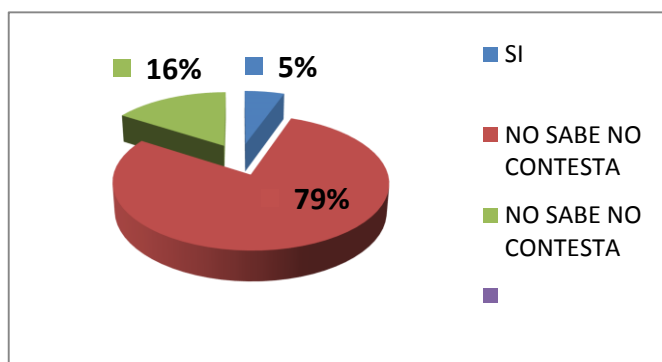
Cuadro 4 Formación empresas que contribuyen al desarrollo económico

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	21	5%
NO	301	78,59%
NO SABE NO CONTESTA	61	15,93%
TOTAL	383	95%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 6



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 79% de las personas a las que se le preguntó coinciden en que no se han formado emprendimientos que colaboren con el desarrollo económico de la región el 5% afirma que si se han generado y el 16% no conoce del caso o no desea contestar. De esta manera está comprobada de la hipótesis general que dice: La desinformación general en cuanto a generar nuevos emprendimientos está ocasionando que haya un reducido número de emprendimientos innovadores que contribuyan al desarrollo económico del cantón Milagro y la región en el período 2008 - 2013

5- Ha realizado en los últimos 5 años algún curso o seminario que lo (a) instruya en cuanto a métodos técnicos de formar nuevos emprendimientos (empresas)

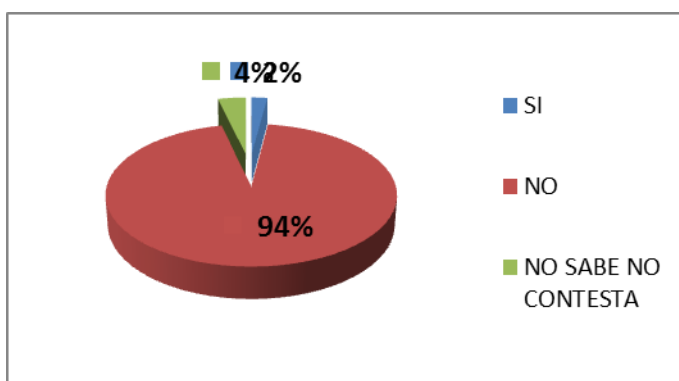
Cuadro 5 Formación tomada para aprender a formar nuevos emprendimientos

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	8	2%
NO	361	94%
NO SABE NO CONTESTA	14	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 7



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Es clara la opinión de los encuestados al manifestar en un 94% que no ha tenido ningún tipo de información que le haya permitido aprender a formar nuevos emprendimientos, el 2% se ha tomado la oportunidad y el 4% no sabe no contesta. Se comprueba la hipótesis particular que afirma: El desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos están ocasionando desorganización en los nuevos emprendimientos.

6- Si en este momento tuviera que administrar un emprendimiento (empresa) usted contaría con el conocimiento de como organizar cada parte de ella ej. Finanzas, personal, funciones.?

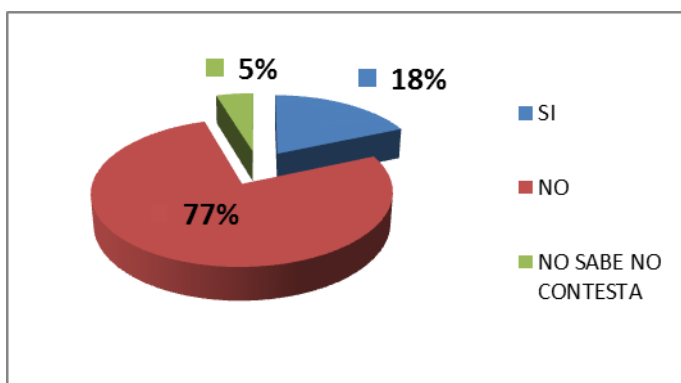
Cuadro 6 Nivel de conocimientos para administrar emprendimientos

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	71	19%
NO	294	77%
NO SABE NO CONTESTA	18	5%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 8



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

La gran mayoría de personas o sea el 77% en este caso no tendría los conocimientos necesarios si se presentara el caso de administrar una empresa el 18% manifiesta que si y el 5% no sabe o no contesta, la primera hipótesis particular está siendo comprobada por esta pregunta al afirmar las personas que no poseen conocimientos de como organizar emprendimientos. Se comprueba la hipótesis particular que afirma: El desconocimiento de métodos técnicos efectivos e innovadores de emprendimientos están ocasionando desorganización en los nuevos emprendimientos.

7- Conoce usted los medios por los que puede conseguir financiamiento privado para empresas (emprendimientos)

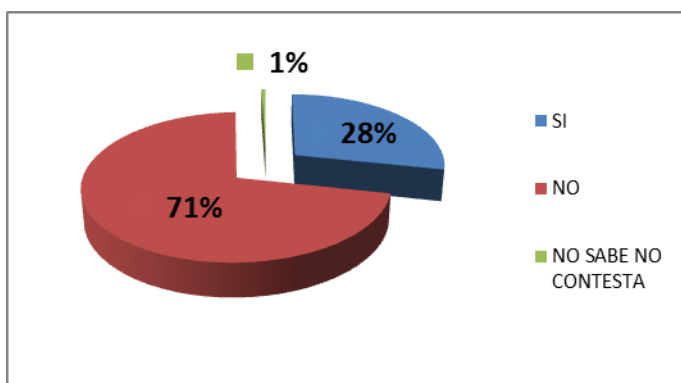
Cuadro 7 Conocimiento de medios de financiamiento

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	109	28%
NO	274	71%
NO SABE NO CONTESTA	2	1%
TOTAL	385	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 9



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Es evidente el desconocimiento de los medios de financiamiento con el 71% de respuestas negativas, si embargo el 28% afirma si conocer y esto es una de las respuestas mas altas en cuanto a conocimiento de algún tema preguntado, estas respuestas comprueban las segunda hipótesis particular que plantea que el desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado genera desmotivación para generar nuevos emprendimientos

8- ¿Piensa usted que el no conocer los medios de como financiar emprendimientos produce desmotivación para iniciar nuevas empresas?

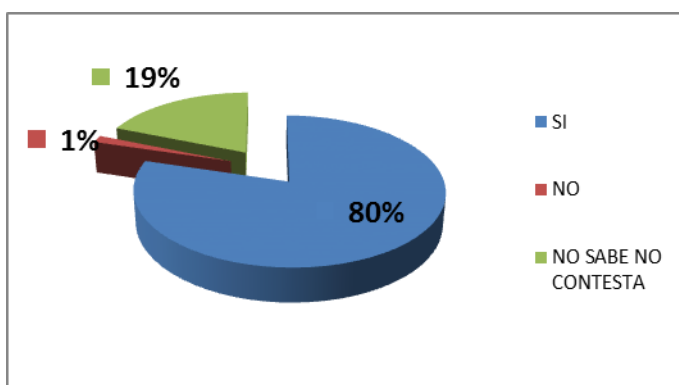
Cuadro 8 Conocimientos de medios para financiar emprendimientos

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	305	80%
NO	6	2%
NO SABE NO CONTESTA	72	19%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 10



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 80% de las personas preguntadas afirman que la falta de conocimiento en medios de financiación produce desmotivación para emprender, 1% niega la afirmación y el 19% no sabe o no contesta estas respuestas comprueban la segunda hipótesis particular que plantea que el desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado genera desmotivación para generar nuevos emprendimientos.

9- Conoce usted los medios por los que puede conseguir financiamiento público para empresas (emprendimientos)

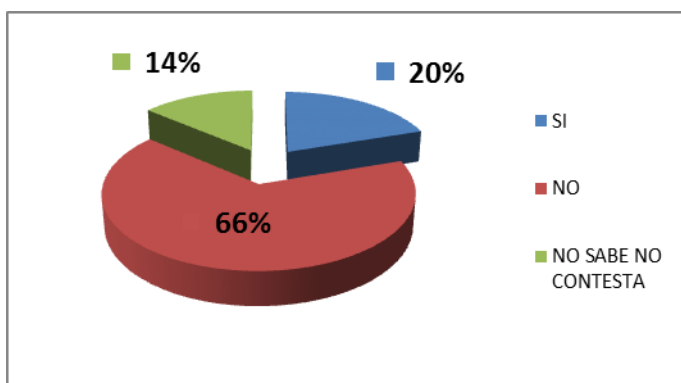
Cuadro 9 Conocimiento de medios de financiamiento público

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	76	20%
NO	254	66%
NO SABE NO CONTESTA	53	14%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 11



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 66% de las personas encuestadas no conoce como acceder a medios de financiamiento público para formar un emprendimiento, el 20% conoce y el 14% no sabe y no contesta, con las respuestas que han dado las personas de la muestra comprueban la segunda hipótesis particular que plantea que el desconocimiento de los medios de financiamiento existentes en el mercado genera desmotivación para generar nuevos emprendimientos

10- ¿Considera usted que en los últimos 5 años se ha generado información de parte de las Universidades del país que contribuya a iniciar o mejorar emprendimientos en Milagro?

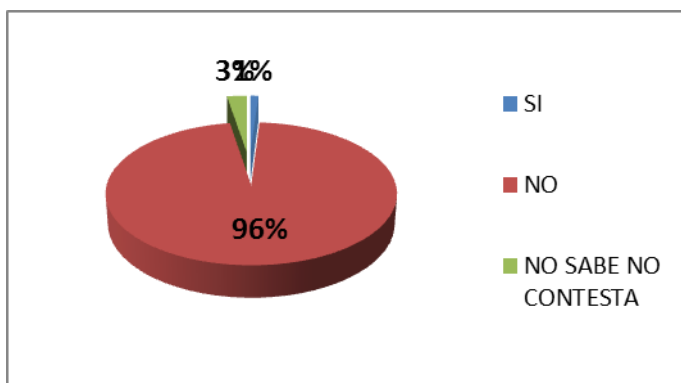
Cuadro 10 Información que contribuya a los emprendimientos generada por las universidades

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	4	1%
NO	369	96%
NO SABE NO CONTESTA	10	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 12



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Es evidente ante el análisis de los investigadores, que las universidades no han llegado a la ciudadanía y que ellos no poseen información que contribuya a emprender el 96% de las personas manifiesta que no, se comprueba la hipótesis particular 3 que afirma: La falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento incide en el desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio

11- ¿Conoce usted en que situación se encuentra Milagro en cuanto a emprendimientos? Que negocios son rentables, cuales no, que opciones de negocios son necesarias en el medio, que negocios están en crecimiento o cuales están decayendo?

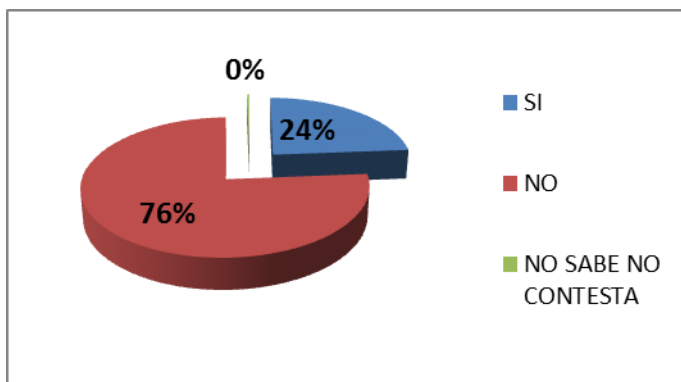
Cuadro 11 Información generada por las universidades que contribuya a los emprendimientos

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	91	24%
NO	291	76%
NO SABE NO CONTESTA	1	0%
TOTAL	383	100%

Fu Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 13



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Existe desconocimiento de las personas en un alto grado en cuanto a la realidad de los emprendimientos en Milagro, es necesario saber muchos asuntos concernientes al desarrollo de ellos para poder actuar y un 76% no conocer nada al respecto, se comprueba la hipótesis particular 3 que afirma: La falta de procesos investigación científica de las universidades y de la empresa privada que contribuya al emprendimiento incide en el desconocimiento de la realidad de los emprendimientos en el medio

12- ¿ conoce usted en que líneas de negocio es conveniente emprender por su innovación?

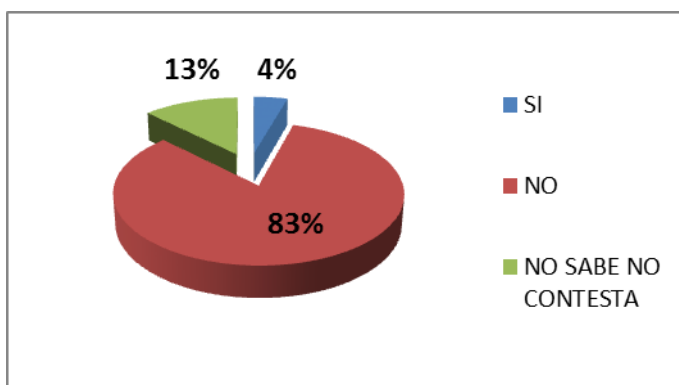
Cuadro 12 Conocimiento de las líneas de emprendimiento innovador

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	17	4%
NO	318	83%
NO SABE NO CONTESTA	48	13%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 14



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 83% de personas no conocen de emprendimiento innovado y que líneas son las más opcionados para tener éxito, el 4% conoce y el 13% no sabe al respecto esto comprueba la hipótesis particular cuatro en la que se plantea que la desinformación en líneas de emprendimiento innovador está generando desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador

13- Cree que la información que existe en el medio en cuanto a líneas de emprendimiento innovador en.

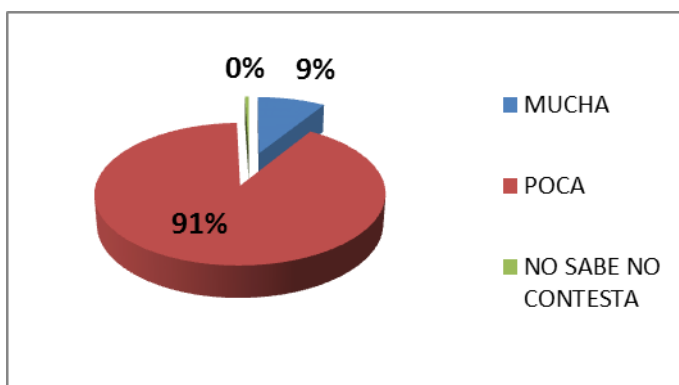
Cuadro 13 Información disponible en líneas de emprendimiento innovador

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
MUCHA	34	9%
POCA	347	91%
NO SABE NO CONTESTA	2	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 15



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

El 91% de personas que respondieron a la encuesta mencionan que hay poca información en cuanto a emprendimientos innovadores, mientras que 9% afirma que si hay mucha información, queda comprobada la hipótesis particular 4 que sostiene que La desinformación en líneas de emprendimiento innovador está generando desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador

14- ¿Si usted conociera como iniciar una empresa (emprendimiento) estaría dispuesto a cambiar su actividad económica por un negocio propio?

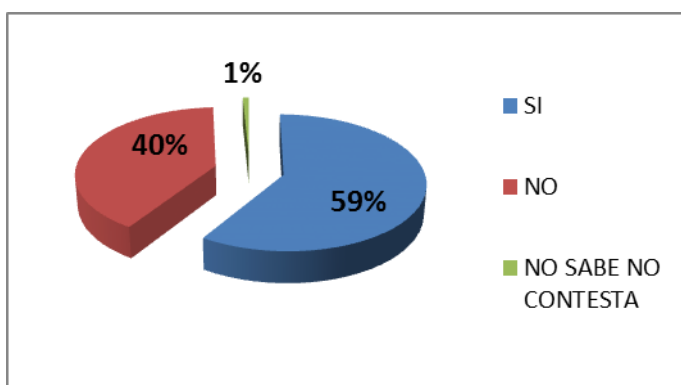
Cuadro 14 Disposición para emprender en caso de conocer como hacerlo

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	226	59%
NO	154	40%
NO SABE NO CONTESTA	3	1%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Autor : Heinar García

Figura 16



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Elaborado por: Heinar García

El 59% de los encuestados manifiesta que si conociera como iniciar una empresa optarían por hacerlo mientras que el 40% manifiesta que no, el 1% no sabe o no contesta, con esta pregunta se define que gran parte de los encuestados podría emprender si es necesario sin embargo con la condición de conocer como hacerlo.

15- ¿Cree usted que debe haber un centro en el que se enseñe a las personas a iniciar emprendimientos o administrar los ya existentes?

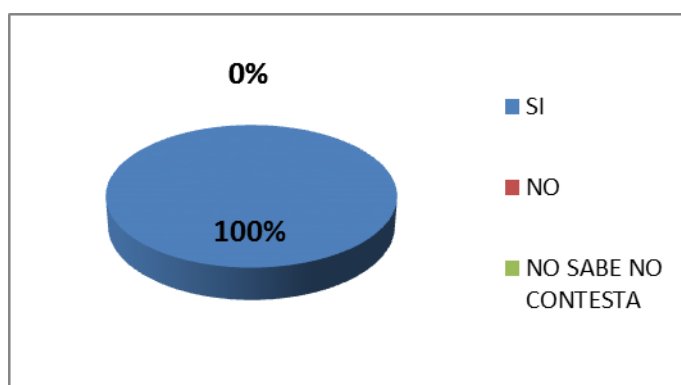
Cuadro 16 Necesidad de un centro de formación de emprendedores

OPCIONES	Respuesta	Porcentaje
SI	383	100%
NO	0	0%
NO SABE NO CONTESTA	0	0%
TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Elaborado por: Heinar García

Figura 17



Fuente: Habitantes de la ciudad de Milagro mayores de 18 años

Elaborado por: Heinar García

El 100% de los encuestados está de acuerdo que es necesario un centro que enseñe a los emprendedores sobre como iniciar y administrar nuevas empresas. Se comprueba la hipótesis particular 4 que sostiene que La desinformación en líneas de emprendimiento innovador está generando desconocimiento de líneas de emprendimiento innovador

Análisis:

Los resultados contundentes del estudio de investigación permiten a los investigadores a tener un diagnóstico de los que sucede en la ciudad con los emprendimientos y la razón por que no hay un número considerado de ellos que contribuyan con el desarrollo económico de la región, es evidente que no existe en el medio información relevante ni suficiente que contribuya con los emprendimientos, por la ausencia de algún ente que preste el servicio, además se presenta la ausencia de nuevas empresas que puedan considerarse emprendimientos durante los últimos 5 años, perdiéndose la oportunidad de generar empleo, ingresos para el país y que se acelere el cambio de la matriz productiva de la nación.

Recomendaciones:

Desarrollar un ente que realice un diagnóstico de la situación actual de los emprendimientos existentes, detecte las necesidades de capacitación, diseñe programas para formar a los nuevos emprendedores y emprendedores existentes, que oferte el servicio de asesoría y consultoría para colaborar con el desarrollo de las empresas del sector, a fin de proporcionar herramientas que permitan al sector emprendedor privado contribuir con el cambio de la matriz productiva y el desarrollo económico del país.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis general

Una vez realizado el análisis de las preguntas 1,2,3 y 4 se han obtenido los siguientes resultados:

- El 76% de las personas encuestada en Milagro no conoce los métodos eficaces para emprender.
- El 69% menciona que hay poca información en el medio de como formar nuevos emprendimientos
- El 95.04% de las personas interrogadas menciona no haber emprendido ni iniciado una nueva empresa
- El 78% afirma que no se han formado empresas que contribuyan al desarrollo económico de la región

En promedio las preguntas que comprueban la hipótesis tienen un 80% de respuestas a favor de lo planteado en ella por lo que los investigadores consideran que

Hipótesis Particular 1

Una vez realizado el análisis de las preguntas 5 y 6 se han obtenido los siguientes resultados

- El 77% de las personas menciona que si en este momento tuviera que administrar un emprendimiento no supiera como organizarlo
- El 94% responde que no ha tomado ningún curso o seminario de formación para emprender un nuevo negocio.

El 85.5% de las respuestas que comprueban la hipótesis particular número uno

Hipótesis Particular 2

Después del análisis realizado a las preguntas 7 y 8 se encontraron los siguientes resultados.

- El 71% de las personas a las que se encuestó no conoce como encontrar financiamiento en el sector financiero privado
- El 80% menciona que el conocer los medios de financiamiento produce desmotivación para empezar nuevas empresas
- El 80% respondió que no conocer los medios de financiamiento ocasiona desmotivación para emprender.

En virtud de esas respuestas, el 77% de ellas estuvieron de acuerdo con la hipótesis por lo que está comprobada.

Hipótesis Particular 3

Según las respuestas 9, 10 y 11

- El 96% de las personas sujeto de encuesta considera que las universidades no han generado información que contribuya al emprendimiento.
- El 76% de las personas que fueron encuestadas aseguran que no conocen la realidad de los emprendimientos en Milagro.

El 86% en promedio ha respuestas confirman la hipótesis particular 3

Hipótesis particular 4

Los resultados de las preguntas 13 y 14 muestran los siguientes resultados:

- El 83% no conoce cuales son las líneas de emprendimiento innovador.
- El 91% dice que es poca la información sobre líneas de emprendimiento innovador

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de la Empresa Pública Escuela de Emprendedores y directivos en la Universidad Estatal de Milagro

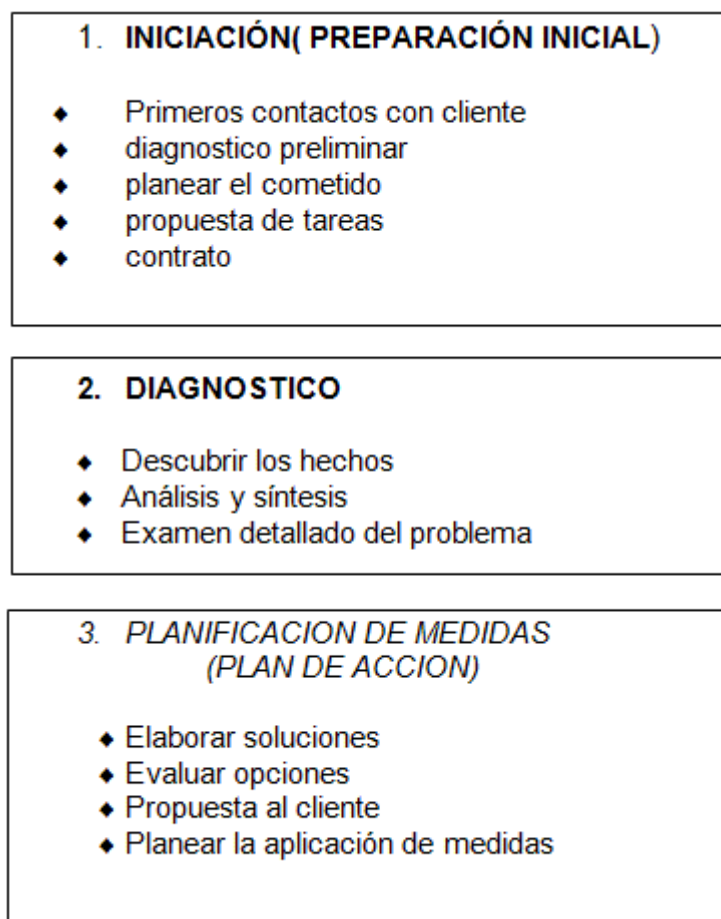
5.2 FUNDAMENTACIÓN

Consultoría

La consultoría se practica de muchas formas diferentes, esas formas reflejan la diversidad de las organizaciones y los entornos en que actúan, sus propios consultores y los diversos enfoques para realizarla que estén en disposición de aceptar como validos y que desde luego estarán muy influidos, por los enfoques y métodos de intervención que propongan los consultores internos. Este material pretende dar una visión de conjunto del PROCESO DE CONSULTORÍA así como una panorámica de SUS ETAPAS GENERALMENTE ACEPTADAS , partiendo en esencia de lo referido en la literatura contemporánea y las ideas que son utilizadas en nuestra experiencia , que pueden ser de interés para consultores, profesores , investigadores y estudiantes. Desde hace mucho tiempo se ha reconocido a la consultoría de empresas u organizacional en general como un servicio profesional de gran utilidad para ayudar a los directivos de las organizaciones a identificar y definir los principales problemas que afectan a sus organizaciones para alcanzar sus propósitos fundamentales, sus objetivos emanados de la misión, analizar las causas que lo provocan, identificando las causas raíces y proyectar acciones para su perfeccionamiento y que estas se implemente. La labor actual del

consultor como “agente de cambio”, implica la transferencia de conocimientos, Know How y la capacitación del personal de las organizaciones, de forma implícita o explícita.¹⁴

Figura 18 Fases de implementación de la consultoría



Fuente: Gestiópilis

Autor : Gestiópilis

Asesora Administrativa

El objetivo de la asesoría administrativa es brindar apoyo a los clientes en la toma oportuna de decisiones y el adecuado manejo de su empresa incluyendo análisis a nivel de estructura administrativa considerando para ello la distribución de funciones para cada uno de los puestos laborales de la empresa provocando desarrollo eficiente y eficaz.

¹⁴ CONSEJERÍA EMPRESARIAL; FRANKLIN ALVARADO Principios Básicos de la Consultoría Empresarial

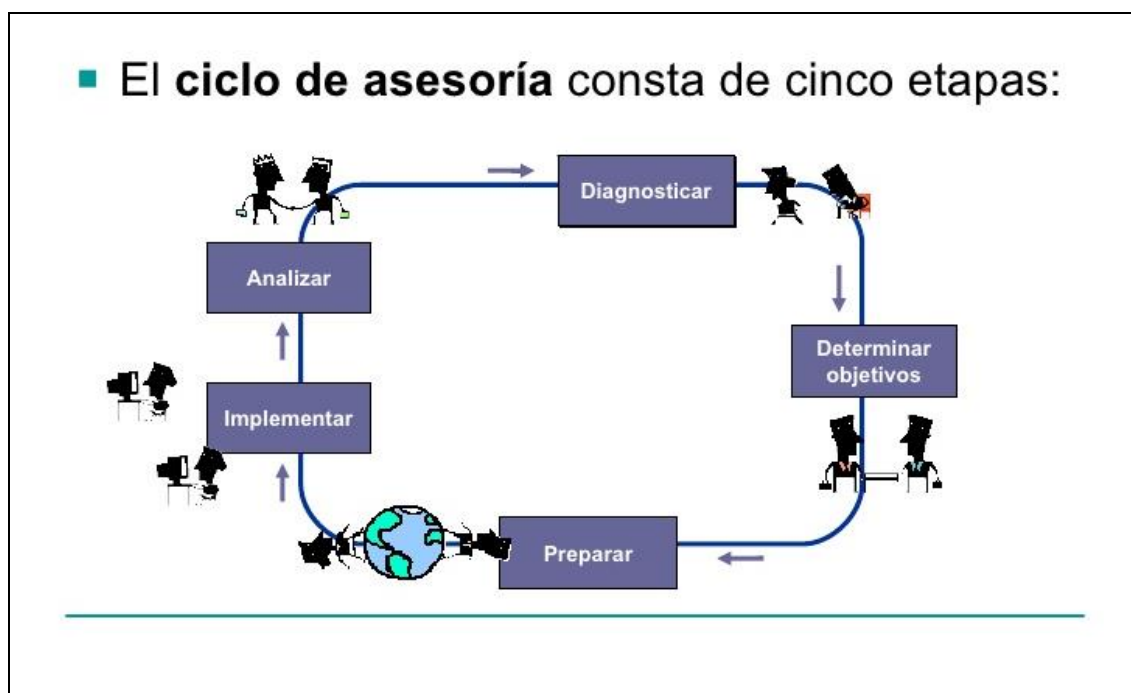
Generalmente se aplica en todas las empresas y pequeños negocios que están por emprenderse; la asesoría administrativa nos señala, por ejemplo, la presentación de diferentes proyectos para poder obtener un buen financiamiento, también la elaboración de diferentes manuales o libros que lleven registros del funcionamiento de la empresa, y por supuesto, el sector más importante en el cual la asesoría administrativa nos ayuda muchísimo, es en la selección del personal, el pago de los salarios correspondientes, los planes de desarrollo y capacitación del personal. También nos encontramos con la asesoría contable cuya función es informarnos acerca de cómo realizar el cálculo y el registro del pago de los empleados que trabajan en la empresa o negocio.

A su vez nos ayuda a realizar los trámites y ejercer el cumplimiento de las obligaciones frente a las diferentes autoridades; nos facilita la tarea de determinar los costos y beneficios que se obtienen por la fabricación y venta de los productos a los que la empresa se dedica a comercializar. Además una buena asesoría contable nos facilita el acceso a las maneras más fáciles para cumplir las determinadas obligaciones que se presentan en una empresa o en un negocio.

SERVICIOS DE ASESORÍA ADMINISTRATIVA

Los Servicios de Asesoría Administrativa consisten en la actividad contable concerniente a la reestructuración y mejoramiento del sistema contable del cliente; además, asesoría sobre planeación, presupuestos, pronósticos y todos los demás aspectos de la contabilidad.

Figura 19 Ciclo de la asesoría administrativa



Fuente: Gestipolis

Autor: Gestipolis

5.3 JUSTIFICACIÓN

Ante la desinformación general que existe en el medio acerca de los emprendimientos, su interacción, la maneras y métodos técnicos de llevarlos a cabo y todo lo relacionado con la concepción o dirección de este tipo de negocios, es imperante que exista un ente que preste el servicio, que a la vez se encargue de formar emprendedores altamente técnicos preparados para generar riqueza y desarrollo.

Se justifica la ejecución de la propuesta debido a que Milagro está declarada como cede de la zona 5, es la ciudad que posee la Universidad con la mayor infraestructura de la región, por lo tanto está llamada a ser la ciudad que genere conocimiento y desarrollo sostenible en el tiempo, al implementarse la propuesta se macará el hito en el desarrollo empresarial de esta parte del país.

Es de conocimiento también que actualmente el gobierno nacional está empeñado en el cambio de la matriz productiva, como lo dice unos de los puntos de la planificación de la producción:

Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas- refinera, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.¹⁵

En vista del norte al que apunta la economía del país que tiene como eje de desarrollo al cambio de la matriz productiva en el que se espera el surgimiento de nuevos negocios de todo tipo, es de real importancia un ente como el que se propone en el presente estudio y se constituya en una herramienta eficaz de apoyo a la economía y el sector empresarial de la región

5.4 OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General de la propuesta

Incrementar la productividad de los emprendimientos en la ciudad y el desarrollo económico de la región, mediante la formación de una escuela de emprendedores y directivos, en la Universidad Estatal de Milagro.

5.4.2. Objetivos Específicos de la propuesta

- Proporcionar formación técnica en gestión y dirección de emprendimientos futuros y actuales emprendedores.
-

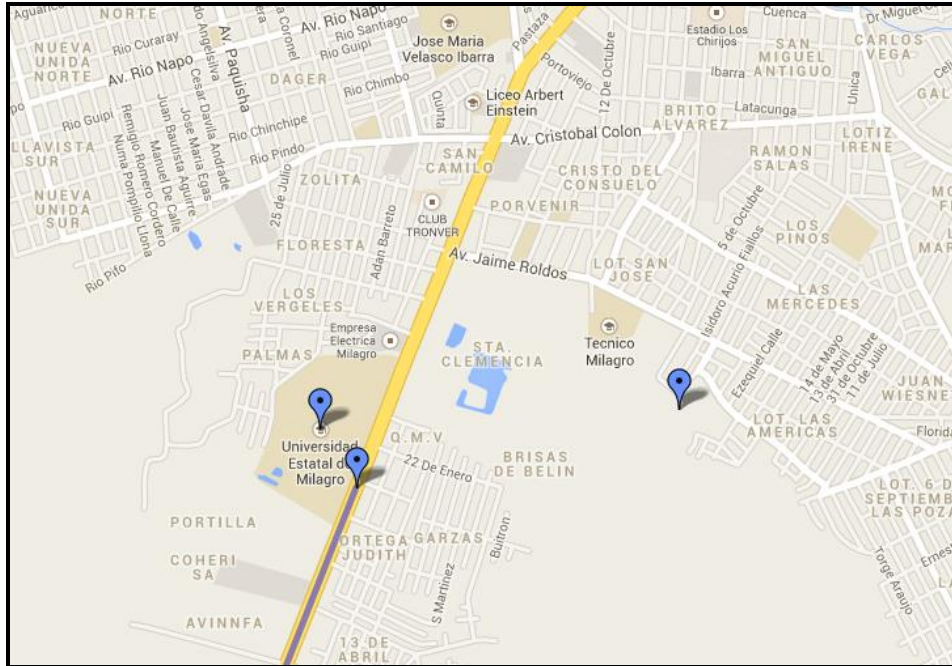
Constituyen las metas específicas que se lograría con la implementación de la propuesta.

¹⁵ SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO:” *Transformar la matriz productiva para alcanzar el Ecuador del Buen Vivir*, Quito 2012

5.5 UBICACIÓN

Las oficinas administrativas de la Escuela de Emprendedores estará ubicada en la Universidad Estatal de Milagro en el bloque N ocupando las oficinas de la desaparecida Unidad de Educación a Distancia.

Figura 19 Mapa de ubicación geográfica de UNEMI



Elaborado por: Heinar García

5.6 FACTIBILIDAD

Nombre de la empresa : Emprendéxito

Slogan: Tu ventaja competitiva

Figura 20 Logotipo de la empresa



Elaborado por: Heinar García

Significado del gráfico:

Está compuesto por el nombre de la empresa que significa emprender para tener éxito, en el fondo tiene un color celeste claro que significa la inmensidad en la que se puede transitar dentro de el desarrollo empresarial, las letras azules y verdes mencionan la tranquilidad que se puede obtener al formarse en la empresa por el hecho de estar aprendiendo a dirigir su organización, mezclado con las letras rojas que traen el mensaje de constante acción a medida que se capacita y forma como empresario, a la izquierda se ha colocado la imagen de 6 personas colocadas en forma piramidal sosteniendo una flecha de indicador ascendente, esto nos da el mensaje que las acciones de un empresario se multiplican cuando se conoce técnicamente el trabajo y esto beneficia el crecimiento personal y de la empresa

Elementos para la planeación estratégica

Quienes Somos

Somos una empresa pública, que forma emprendedores y directivos en busca de colaborar con el desarrollo económico del país, tenemos entre nuestro staff a profesionales con experiencia en el sector privado, con formación investigativa y excelencia académica, combinación que garantiza calidad de formación.

Misión

Somos una empresa pública de formación de emprendedores y directivos, mediante un modelo de enseñanza holístico, que busca formar líderes empresariales para contribuir al desarrollo económico de la región.

Visión

Dentro de 5 años constituirnos en una escuela de formación que sea el pilar fundamental del nacimiento y desarrollo de emprendimientos exitosos en Milagro y la región, reconocido por formar directivos honestos, humanistas y socialmente responsables, que lideren el desarrollo económico del país.

Figura 21 análisis FODA

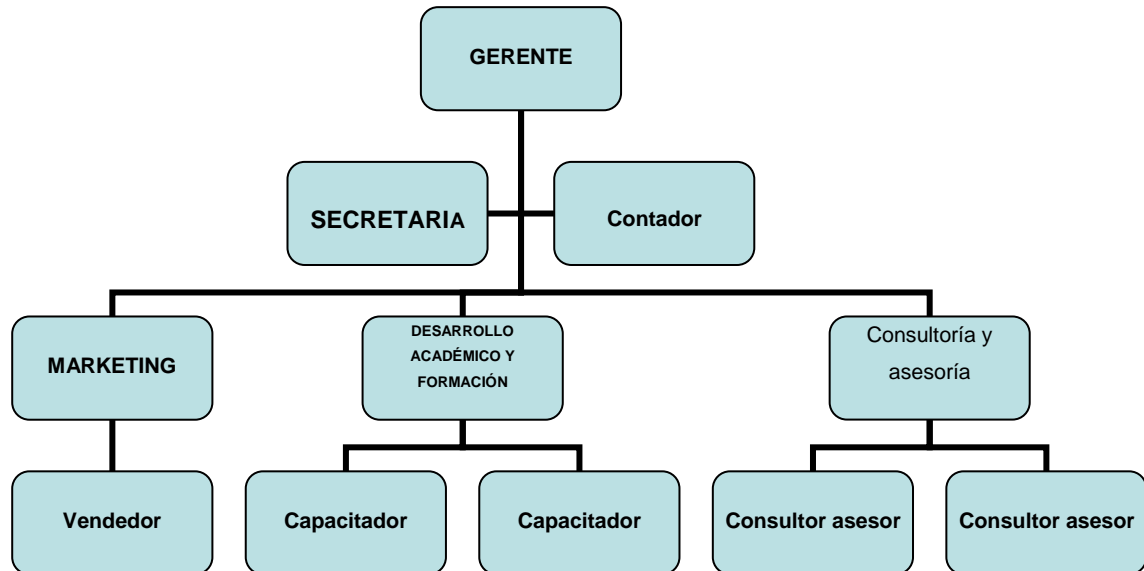
ANÁLISIS FODA	
FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Infraestructura de la UNEMI</p> <p>Bajos costos</p> <p>Precios módicos</p> <p>No hay competencia</p> <p>Estar en la cede regional</p>	<p>Ser nuevos en el mercado</p> <p>Poca percepción de la necesidad del negocio</p> <p>Proyectos anteriores que no han funcionado</p> <p>Pocos profesionales con experiencia a nivel privado</p> <p>Falta de procesos de investigación científica</p>
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Financiamiento del estado para nuevos emprendimientos</p> <p>Cambio de la matriz productiva</p> <p>Desempleo en el país</p> <p>Fortalecimiento de la educación superior</p> <p>Financiamiento para migrantes emprendedores</p>	<p>Universidades de elite</p> <p>Empirismo</p> <p>Proceso de acreditación</p>

Elaborado por: Heinar García

Organigrama

Figura 22 Organigrama de Emprendéxito

Elaborado por: Heinar García



Cuadro 17 Descripción de Cargo: Gerente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Gerente
JEFE INMEDIATO	Junta Directiva
PERSONAS A SU CARGO	7
DESCRIPCION GENERAL	
Es el responsable de la administración de la empresa y su funcionamiento en todas sus áreas, es la máxima autoridad antes los demás colaboradores de la organización	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Dirige toda las áreas de la empresa. - Diseña y hace ejecutar estrategias para lograr los objetivos propuestos. - Administrar efectivamente los recursos de la empresa - Proporcionar calidad de servicio a clientes internos y externos - Administrar para garantizar la continuidad del negocio 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo: Indistinto - Edad 35 años en adelante - Discapacidad admitida: Motriz hasta 30% 	
REQUISITOS INTELECTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de 3^{er} nivel en Ingeniería comercial o licenciatura en Administración de empresas - Título de 4 nivel en Administración de empresas o afines - 120 horas de capacitación extracurricular en dirección estratégica 	
EXPERIENCIA	
- 5 años administrando empresas de servicios	

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Cuadro 18 Descripción de Cargo: Secretaria

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Secretaria
JEFE INMEDIATO	Gerente General
PERSONAS A SU CARGO	0
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Coordinación operativa de asuntos de la empresa como oficios y comunicaciones, recepción, información a visitantes y archivo	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Redacta correspondencia, oficios, actas, memorando, anuncios y otros documentos. - Recibir la documentación de los clientes. - Responsable del archivo de la empresa. - Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado. - Elabora informes periódicos de las actividades realizadas 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo: Femenino - Edad 25 años en adelante - Discapacidad admitida: Ninguna 	
REQUISITOS INTELECTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de 3^{er} nivel en Ingeniería comercial o afines - 60 horas de capacitación técnica afín al cargo 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> - 3 años en posiciones similares 	

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Cuadro 19 Descripción de Cargo: Contador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Contador(a)
JEFE INMEDIATO	Gerente General
PERSONAS A SU CARGO	0
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Está a cargo de los registros contables de la organización, elaboración de balances e informes	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Manejo registros contables - Elaboración de los estados financieros - Elaboración del rol de pagos - Coordinación de los movimientos de cuentas bancarias bajo supervisión del Gerente General 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo: Indistinto - Edad 25 años en adelante - Discapacidad admitida: Motriz hasta 30% 	
REQUISITOS INTELECTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de 3^{er} nivel en Ingeniería CPA - 60 horas de capacitación técnica tributaria 	
EXPERIENCIA	
- 3 años en posiciones similares	

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Cuadro 20 Descripción de Cargo: Vendedor

DESCRIPCION DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Vendedor
JEFE INMEDIATO	Gerente General
PERSONAS A SU CARGO	0
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Responsable de establecer relaciones a largo plazo entre la organización y el cliente para ejecutar la venta de los servicios que ofrece la empresa cumpliendo con las políticas y presupuestos asignados	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar la base de datos recibida para ejecutar ventas. - Diligenciar contratos con los clientes para su aprobación. - Recepción de documentos habilitantes - Monitorear los niveles de satisfacción del clientes con el servicio 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo: Indistinto - Edad 25 años en adelante - Discapacidad admitida: Ninguna 	
REQUISITOS INTELECTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de 3er nivel en Marketing, Administración de empresas o afines - 60 horas de capacitación en técnicas de ventas y/ o Marketing relacional 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> - 3 años en posiciones similares 	

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Cuadro 21 Descripción de Cargo; Capacitador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Capacitador
JEFE INMEDIATO	Gerente General
PERSONAS A SU CARGO	0
DESCRIPCIÓN GENERAL	
Planifica y Lleva a cabo la enseñanza en los programas de formación que ofrece la empresa	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Planifica el contenido de los programas de formación. - Prepara material de apoyo. - Analiza y propone cambios o innovaciones en los contenidos. - Evalúa y califica a los participantes 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo: Indistinto - Edad 30 años en adelante - Discapacidad admitida: Motriz 30% 	
REQUISITOS INTELECTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de 3^{er} nivel en Ingeniería comercial o licenciatura en Administración de empresas - Título de 4 nivel en Administración de empresas o afines - 120 horas de capacitación extracurricular en técnicas de enseñanza 	
EXPERIENCIA	
- 1200 horas dictadas en temas afines en programas de 4 ^{to} nivel académico	

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Cuadro 22 Descripción de Cargo Consultor - asesor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Consultor - Asesor
JEFE INMEDIATO	Gerente General
PERSONAS A SU CARGO	0
DESCRIPCIÓN GENERAL	
<p>Diagnostica, recomienda y lleva a cabo la labor de consultoría y/o asesoría a emprendimientos nuevos o existentes</p>	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> - Diagnosticar la situación de la empresa. - Presentar informe en concejo. - Propone soluciones, cambios o servicios que necesite la empresa. - Ejecuta y guía a los clientes en el desarrollo de la asesoría. 	
PERFIL DEL CARGO	
REQUISITOS GENERALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Sexo: Indistinto - Edad 30 años en adelante - Discapacidad admitida: Motriz 30% 	
REQUISITOS INTELECTUALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de 3er nivel en Ingeniería comercial o licenciatura en Administración de empresas - Título de 4 nivel en Administración de empresas o afines - 1200 horas de asesoría o consultoría prestada a empresas familiares o PYMES 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> - 3 años en posiciones similares 	

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Estrategia de Mercado.

Segmentación.

1. Geográfica:

Región 5: Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar. Sede administrativa: Milagro¹⁶

- Bolívar 182,744
- Guayas 986,913 *
- Santa Elena 301,168
- Los Ríos 765,274

Total 2 818099 habitantes

*Excepto Guayaquil y Durán¹⁷

2. Demográfica:

- Edad: 18 años en adelante 1690859¹⁸
- Sexo: Indistinto

3. Psicográfica:

- Con deseos de emprender un negocio propio 997607

(Fuente Estudio de investigación)

Estrategia de producto:

Llegaremos a la población con una propuesta que cubre las necesidades que refleja el estudio, en el mismo que el 100% de las personas encuestadas

¹⁶ Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, www.senplades.gob.ec, extraído 1 septiembre 2013

¹⁷ Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, www.inec.gob.ec, extraído 15 de septiembre de 2013

¹⁸ Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, www.inec.gob.ec, extraído 15 de septiembre de 2013

manifiesta que es necesaria la presencia de una escuela de emprendedores y directivos, en la que se lanzarán al mercado los siguientes productos:

- **Consultoría Administrativa Pack 40 horas**

Consiste en el servicio de diagnóstico o estudio de las áreas o situaciones solicitadas por el cliente con el fin de presentar un informe de la situación que se está presentando, se oferta un mínimo de 40 horas, y se añadirán horas de acuerdo a la necesidad de la organización o directivo al que se esté prestando servicio.

- **Asesoría estratégica Pack 40 horas**

Este producto nacerá como consecuencia del informe de una consultoría o después de un programa de formación, el objetivo es trabajar en conjunto con los directivos de la empresa en la administración o la formación de la misma, comprometiéndonos con los resultados establecidos.

- **Programa de formación habilidades Gerenciales para directivos 80 horas**

Programa de formación que suplirá las necesidades de conocimiento de métodos técnicos de administración y formación de emprendimientos, este programa estará dirigido para empresarios emprendedores que necesiten potenciar sus conocimientos para dirigir su empresa con éxito

- **Programa de formación de emprendedores directivos 120 HORAS**

Dirigido a aquellos nuevos emprendedores que desean empezar un nueva empresa y desean obtener los conocimientos al respecto, incluya la información necesaria para formar y administrar una empresa con éxito

Para otorgarle mayor valor agregado a los programas mencionados la organización contratará a Capacitadores y consultores que se hayan ganado un renombre en el área y que cuenten con la experiencia en administración de

empresas y negocios, esto garantizará una inversión rentable para el participante.

Estrategia de precio.

Se ha definido los precios en base a los costos que los servicios demandarán para colocarlos en el mercado y la capacidad de pago del mercado objetivo

Cuadro 23 Precios de los productos

PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO
Consultoría Administrativa Pack 40 horas	240,00
Asesoría estratégica Pack 40 horas	400,00
Programa de formación habilidades Gerenciales para directivos 80 horas	400,00
Programa de formación de emprendedores directivos 120 horas	448,00

Fuente: Propuesta

Autor: Heinar García

Definir el precio de nuestros productos, nos permitirán realizar las estrategias adecuadas, ya que con ello también podremos definir a que públicos del mercado nos dirigimos.

Estrategia de Plaza

La plaza en que se comercializará el producto será la ciudad de Milagro y la región 5 según lo que comprende la división administrativa del SENPLADES, lo que corresponder las provincias de Guayas excepto Guayaquil y Durán, Los Ríos, Bolívar y Santa Elena, las oficinas estarán ubicadas en la Universidad Estatal de Milagro, según la descripción proporcionada en 5.5.

El servicio se comercializará directamente de la empresa al cliente por medio de un representante de la misma que será parte del area de ventas.

Estrategia de Promoción

Factibilidad Legal

Constitución de la República del Ecuador Sección novena Personas usuarias y consumidoras Art. 52.-Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. Art. 54.-Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Capítulo tercero Soberanía alimentaria Art. 281.- La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente. Para ello, será responsabilidad del Estado:

104

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria. 2. Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que protejan al sector agroalimentario y pesquero nacional, para evitar la dependencia de importaciones de alimentos. 4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos. 8. Asegurar el desarrollo de la investigación científica y de la innovación tecnológica apropiada para garantizar la soberanía alimentaria. 10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como las de comercializaciones y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos. Capítulo cuarto Soberanía económica Sección primera Sistema

económico y política económica Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción. Capítulo sexto Trabajo y producción Sección primera Formas de organización de la producción y su gestión

105

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. Las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. Reglamento de la Ley de economía popular y solidaria Capítulo II Integración Económica Artículo 175.- Integración económica.- Los organismos de integración económica, bajo cualquier denominación que adopten, se constituirán, en forma temporal o permanente, por dos o más organizaciones comunitarias, asociaciones EPS o cooperativas, de la misma o distinta clase, para complementar sus actividades creando, organizando o contratando, en común, bienes o servicios de suministros, comercialización, industrialización, financiamiento, desarrollo tecnológico y cualquiera otros relacionados, para abaratar costos, generar economías de escala y estructurar cadenas y circuitos, que les permitan incidir en la regulación de precios. Plan nacional del buen vivir OBJETIVO N°: 5 Garantizar la soberanía y la paz e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana Política 5.6. Promover relaciones exteriores soberanas y estratégicas, complementarias y solidarias. e.-Diversificar las exportaciones ecuatorianas al mundo, priorizando las complementariedades con las economías del Sur, con un comercio justo que proteja la producción y el consumo nacional.

106

f.-Incorporar nuevos actores en el comercio exterior, particularmente provenientes de la micro, pequeña y mediana producción y del sector artesanal, impulsando iniciativas ambientalmente responsables y generadoras de trabajo. g.-Establecer mecanismos internacionales de garantías de exportaciones, en particular para MIPYMES, empresas solidarias y organizaciones populares, dando prioridad a aquellas que integren a mujeres diversas, grupos de atención prioritaria, pueblos y nacionalidades. OBJETIVO N° 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible Política 11.1. Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción. b.-Aplicar incentivos para el desarrollo de actividades generadoras de valor, especialmente aquellas de los sectores industrial y de servicios, con particular énfasis en el turismo, en el marco de su reconversión a líneas compatibles con el nuevo patrón productivo y energético, y considerando la generación de empleo local, la innovación tecnológica, la producción limpia y la diversificación productiva. d.-Diversificar las formas de producción y prestación de servicios, y sus capacidades de agregación de valor, para ampliar la oferta nacional y exportable. Política 11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. c.-Apoyar la producción artesanal de calidad en todas las ramas, fortaleciendo los talleres como unidades integrales de trabajo y capacitación, y recuperando saberes y prácticas locales. f.-Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional.

107

Política 11.8. Identificar, controlar y sancionar las prácticas de competencia desleales, y toda violación a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos para fomentar la igualdad de condiciones y oportunidades en los mercados. b.-Impulsar el acceso público a información de precios y producción. Código De La Producción TÍTULO I Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Capítulo II De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes: d.- Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional; e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES. TÍTULO II De la Democratización de la Transformación Productiva y el Acceso a los Factores de Producción

Art. 57.- Democratización productiva.- En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y

108

recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas. El Estado protegerá a la agricultura familiar y comunitaria como garantes de la soberanía alimentaria, así como también a la artesanía, al sector informal urbano y al micro, pequeña y mediana empresa, implementando políticas que regulen sus intercambios con el sector privado. El Estado promoverá políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción. Art. 59.- Objetivos de democratización.- La política de democratización de la transformación productiva tendrá los siguientes objetivos: c. Apoyar el desarrollo de la productividad de las MIPYMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y nuevos procesos productivos; e. Apoyar el desarrollo de procesos de innovación en las empresas ecuatorianas, a través del diseño e implementación de herramientas

que permitan a las empresas ser más eficientes y atractivas, tanto en el mercado nacional como en el internacional.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La empresa estará lista para dar inicio en marzo de 2014, sin embargo las actividades para su desarrollo se empezarán a desarrollar desde principios de ese año el espacio físico se lo distribuirá de la siguiente manera:

Figura 23: Oficina Gerencia



Fuente: Propuesta
Autor: Ofidesk

Figura 24 Secretaría



Fuente: Propuesta
Autor: Ofidesk

Figura 25: Sala de Ventas y asesores



Fuente: Propuesta
Autor: Ofidesk

Figura 26 Sala de capacitación



Fuente: Desarrollo de la propuesta
Autor UNEMI

5.7.1 Actividades

- Obtener el Crédito
- Adquisición de activos fijos
- Contratación de personal

- Adecuación de las oficinas
- Planificación de los contenidos
- Lanzamiento
- Publicitar en Medios
- Empezar las operaciones

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Inversión en activos fijos.

Cuadro 24 Inversión Activos fijos

Descripción	Cantidades	
	CANTIDAD	VALOR USD.
Muebles de oficina		
Escritorios grandes.	6	3.000,00
Escritorios medianos.	2	600,00
Sillas giratorias.	8	480,00
Archivadores	2	300,00
Sillas de espera	6	108,00
TOTAL MUEBLES DE OFICINA		4.488,00
EQUIPO DE COMPUTO		
Computadoras	8	5.200,00
Teléfonos Convencionales	8	240,00
Impresora	4	800,00
Laptop	1	700,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO		6.940,00
Total Activos fijos		11.428,00

Autor: Heinar García

Fuente: Propuesta

Cuadro 25 Depreciación

INVERSIÓN	DEPRECIACIÓN	ANUAL
Escritorios grandes.	10%	300,00
Escritorios medianos.	10%	60,00
Sillas giratorias.	10%	48,00
Archivadores	10%	30,00
Sillas de espera	10%	10,80
Computadoras	33%	1.736,80
Teléfonos Convencionales	10%	24,00
Impresora	33%	267,20
Laptop	33%	233,80
TOTAL		2.410,60

Autor: Heinar García

Fuente: Propuesta

Suministros

Cuadro 25 Suministros de oficina

CANT	SUMINISTRO DE OFICINA	AÑO 1
1,00	Resma de papel	5,00
4,00	Folder para archivar	3,50
30,00	Carpetas Manila	0,45
1,00	Perforadora	4,00
20,00	Bolígrafos	6,00
20,00	Lápices	5,00
2,00	Cajas de clips	0,50
4,00	Grapadoras	3,00
1,00	Caja de grapas	1,50
		28,95

Autor: Heinar García

Fuente: Propuesta

Cuadro 26 Suministros de Limpieza

CANT	SUMINISTRO DE LIMPIEZA	AÑO 1
1	Escoba	2,50
1	Trapero de piso	4,00
8	Tachos de basura	48,00
1	Paquete papel higiénico	1,00
2	Jabón tocador	4,00
2	Desinfectante baño	6,00
		65,50

Autor: Heinar García

Fuente: Propuesta

Cuadro 27 Gastos

Nomina	en 2014	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ag 2014	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	AÑO 1	2015	2016	2017	2018	TOTAL15-18
DIRECTOR	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	1522,30	18267,60	14904,00	15425,64	16042,67	16844,80	63217,10
FINANCIERO	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	1023,70	12284,40	9936,00	10283,76	10695,11	11229,87	42144,74
SECRETARIA	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	724,54	8694,48	6955,20	7198,63	7486,58	7860,91	29501,32
VENDEDOR	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	961,38	11536,50	9315,00	9641,03	10026,67	10528,00	39510,69
CAPACITADOR	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	13780,20	11178,00	11569,23	12032,00	12633,60	47412,83
CAPACITADOR	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	1148,35	13780,20	11178,00	11569,23	12032,00	12633,60	47412,83
APORTE PATRONAL	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	620,87	7450,38	7711,14	7981,03	8300,27	8715,29	32707,74
DECIMO TERCERO	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	425,83	5110,00	5288,85	5473,96	5692,92	5977,56	22433,29
DECIMO CUARTO	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	159,00	1908,00	1919,13	1930,65	1944,28	1961,99	7756,04
FONDOS DE RESERVA													0,00	18619,86	19271,55	20042,41	21044,53	78978,36
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	7734,31	92811,76	97005,18	100344,71	104294,90	109430,15	411074,94
GASTOS GENERALES	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	año 1	2015	2016	2017	2018	TOTAL15-18
ARRIENDO	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22	10861,52
SERVICIOS BASICOS	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44	2172,30
PUBLICIDAD	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91	8146,14
TRANSPORTE	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30	2715,38
SUMINISTROS DE OFICINA	28,95	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	2,41	55,49	58,26	61,17	64,23	67,45	251,12
SERVICIOS DE INTERNET	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16	3258,45
MANTENIMIENTO (VARIOS)	65,50	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	5,46	125,54	131,82	138,41	145,33	152,60	568,16
UNIFORMES	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65	1357,69
CAPACITACIONES	1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52	13576,89
ALIMENTACION	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79	814,61
SEGURIDAD	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86	43446,06
	3.209,45	1.322,87	1.322,87	1.322,87	1.322,87	2.822,87	1.322,87	1.322,87	1.322,87	1.322,87	1.322,87	1.322,87	19.261,03	20.224,08	21.235,28	22.297,05	23.411,90	42907,64
GASTOS VENTAS (COSTOS)	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	año 1	2015	2016	2017	2018	TOTAL15-18
Planificación del programa	37.620,00	33.972,75	14.753,68	9.870,00	18.810,00	22.460,00	22.460,00	22.460,00	22.740,00	30.970,00	37.620,00	47.210,00	320.946,43	381.823,58	501.143,44	684.060,80	139.407,38	30.970,00
	37.620,00	33.972,75	14.753,68	9.870,00	18.810,00	22.460,00	22.460,00	22.460,00	22.740,00	30.970,00	37.620,00	47.210,00	320.946,43	381.823,58	501.143,44	684.060,80	139.407,38	30970,00
GASTOS financieros	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14	año 1	2015	2016	2017	2018	TOTAL14-18
INTERESES	81,67	80,72	79,76	78,79	77,81	76,82	75,81	74,80	73,77	72,73	71,68	70,61	914,97	759,72	581,28	376,20	140,49	2.772,67
	81,67	80,72	79,76	78,79	77,81	76,82	75,81	74,80	73,77	72,73	71,68	70,61	914,97	759,72	581,28	376,20	140,49	2772,67

Autor: Heinar García

Fuente: Propuesta

Cuadro 28 Estado de resultado

AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS					
VENTAS	505.936,00	610.917,72	801.829,51	1.094.497,28	1.493.988,78
COSTO DE VENTA	320.946,43	381.823,58	501.143,44	684.060,80	933.742,99
UTILIDAD BRUTA	184.989,57	229.094,15	300.686,07	410.436,48	560.245,79
GASTOS GENERALES	89.489,41	97.681,80	109.629,60	147.878,81	128.325,79
DEPRECIACIÓN	2.410,60	2.410,60	2.410,60	2.410,60	2.410,60
U.A.I.I	93.089,56	129.001,74	188.645,87	260.147,07	429.509,40
INTERESES	914,97	759,72	581,28	376,20	140,49
U.A 15%TRABAJAD	92.174,59	128.242,02	188.064,59	259.770,87	429.368,91
15%UTILIDADES	13.826,19	19.236,30	28.209,69	38.965,63	64.405,34
U.A.IMPUESTOS	78.348,40	109.005,72	159.854,90	220.805,24	364.963,57
IMPUESTOS	18.020,13	25.071,32	36.766,63	50.785,20	83.941,62
UTILIDAD NETA	60.328,27	83.934,40	123.088,27	170.020,03	281.021,95

Autor: Heinar García

Fuente: Propuesta

Cuadro 29 Balance General

BALANCE GENERAL AL 2013					
CUENTAS	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVOS	105.135,03	158.368,71	251.517,12	376.725,33	602.120,58
ACTIVO CORRIENTE	96.117,63	151.761,91	245.063,55	372.682,36	600.488,21
CAJA-BANCOS	77.233,63	128.959,48	215.135,36	331.830,38	544.725,26
CUENTAS POR COBRAR	18.884,00	22.802,43	29.928,19	40.851,98	55.762,95
ACTIVOS FIJOS	9.017,40	6.606,80	6.453,57	4.042,97	1.632,37
ACTIVOS FIJOS BRUTOS	11.428,00	11.428,00	13.685,37	13.685,37	13.685,37
DEPRECIACION	2.410,60	4.821,20	7.231,80	9.642,40	12.053,00
PASIVOS	37.806,76	49.073,24	68.368,69	91.564,88	148.346,96
PASIVO CIRCULANTE	18.020,13	25.071,32	36.766,63	50.785,20	83.941,62
CUENTAS POR PAGAR					
IMPUESTOS POR PAGAR	18.020,13	25.071,32	36.766,63	50.785,20	83.941,62
PRESTAMOS BANCARIOS	5.960,44	4765,62	3.392,38	1.814,04	
OTROS PRESTAMOS					
15% TRABAJO POR PAGAR	13.826,19	19.236,30	28.209,69	38.965,63	64.405,34
PATRIMONIO	67.328,27	109.295,47	183.148,43	285.160,45	453.773,62
CAPITAL	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00	7.000,00
UTILIDAD	60.328,27	83.934,40	123.088,27	170.020,03	281.021,95
UTILIDAD RETENIDA		60.328,27	102.295,47	176.148,43	278.160,45
PAGO DE DIVIDENDOS		41.967,20	49.235,31	68.008,01	112.408,78
RESERVA LEGAL					
PASIVO + PATRIMONIO	105.135,03	158.368,71	251.517,12	376.725,33	602.120,58

Autor: Heinar García
Fuente: Propuesta

5.7.3 Impacto

Debido a la generación de conocimiento y desarrollo que se dará con la implementación de la propuesta los impactos que se podrán percibir en el medio serán:

Impacto Económico: Será de gran ayuda al desarrollo de la región y a nivel económico se sentirá la generación de empleo, la dinamización de la economía y el aporte de la propuesta a la transformación de la matriz productiva para cambiar el modelo extractivista, por estas razones los resultados se dejarán ver de tal forma que la región se podrá constituir en el ejemplo de el resto del país.

Impacto Financiero: El mismo que será visible en el incremento de la liquidez en los negocios, mejorarán los niveles de ventas e ingresos en general, el sector bancario podrá captar nuevos clientes, otorgar nuevos créditos seguros en nichos que ahora le son muy difíciles de operar, el consumo se incrementará de forma que se generará un círculo virtuoso para el desarrollo.

Impacto ambiental: Al llevar a cabo la labor de formar directivos con conciencia ambiental estamos previniendo las agresiones futuras que se pueden dar al medio ambiente, formando también en este ámbito un círculo virtuoso visto desde un enfoque sistémico, los emprendedores capacitados con la empresa producirán un ambiente amigable lo que será bien recibido por los participantes directos e indirectos que devolverán ese mismo trato por el lugar en donde viven.

5.7.4 Cronograma.

ACTIVIDADES	DURACIÓN (DÍAS)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ajustar el anteproyecto	■	■	■												
Establecer contactos	■	■													
Elaborar marco teórico		■	■	■											
Procesar todos los datos			■	■	■	■	■								
Analizar todos los resultados				■	■	■	■	■	■	■	■				
Aplicar instrumentos (cuestionarios)								■	■	■	■	■	■		
Elaborar el informe final											■	■	■	■	
Entregar el informe final														■	■

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

A fin que la propuesta sea considerada de gran utilidad para la región en el ámbito empresarial, social y económico se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- El surgimiento de por lo menos 50 nuevos emprendimientos por año
- La continuidad de el 90% de ellos como mínimo después del tercer año y el 80% después del quinto año.
- La propuesta deberá colaborar con la generación de empleo para los alumnos de la UNEMI
- La generación de ingresos para el estado por medio de impuestos detibado de las empresas que se cree o se asesore
- En 5 años tener todas la información para que empresa tengo su propio departamento de investigación y desarrollo.
-
-

CONCLUSIONES

- La desinformación general en cuanto a emprendimientos en la ciudad de Milagro ocasiona estacionamiento en las nuevas empresas, y este problema está afectando al desarrollo económico de la región.
- Como cede la zona 5, es imperioso que la ciudad sea el modelo de desarrollo y esté a la vanguardia en todos los aspectos, sobre todo en los económicos.
- Los conocimientos o la valoración que los habitantes de la ciudad le dan al conocimiento de métodos y técnicas administrativas inciden negativamente a la hora de emprender.
- Un importante 28% de las personas dicen si conocer los medios de financiamiento que existen en el mercado, sin embargo no es suficiente conocerlos sino conocer los métodos para conseguir este financiamiento, poder navegar entre las opciones que da el estado incluso a créditos no rembolsables.
- El hecho que el proyecto nazca desde la Universidad Estatal de Milagro significará un cambio de rumbo en la historia productiva de la región, ya que por primera vez existe la oportunidad de ser un aporte significativo para el sector emprendedor.
- Los nuevos emprendimientos que se generen a partir de la puesta en marcha de la propuesta solo tendrán éxito en la medida que representen una alternativa de cambio, de innovación y de generación de empleo e impuestos para el erario nacional.

RECOMENDACIONES

- Utilizar los servicios de la empresa como un factor multiplicador de información, se podría adherir a cada nombre o marca de los emprendimientos generados a partir de la empresa o asesorado una frase que indique el apoyo técnico de emprendéxito.
- Para futuros estudios se recomienda determinar con más exactitud lo que se refleja en la pregunta 5 en que el 19% de personas manifiesta que tiene los conocimientos necesarios para emprender, indagar que conocimientos posee y como los adquirió.
- Que la universidad Estatal de Milagro, inicie procesos de Investigación científica con personal altamente calificado y que conozca el medio para generar aportes en cuanto a conocimiento que incrementen los niveles de desarrollo y la vinculación de la Universidad con la sociedad civil.
- Buscar alianzas estratégicas con los entes gubernamentales que otorgan financiamiento para emprender, con el fin que ellos evalúen los proyectos generados y asesorados por la empresa y puedan ofrecer líneas de crédito para sus operaciones.
- Extraer toda información que se genere de la dinámica de los procesos de la empresa para utilizarla en procesos de mejora e investigación.

BIBLIOGRAFÍA

KANTIS, Hugo, ANGELELLI, Pablo: Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia? Editorial Rivadavia, Buenos Aires, 2008.

JURADO, Daniela: Indicadores de éxito de un emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios,p10

SMITH Janet, SMITH Richard, BLISS Richard: Entrepreneurial Finance: Strategy, Valuation, and Deal Structure, Stanford University, California 2011

HESBELIN, Frances, GODSMITH Marshall, BECKHAR Richard: La Organization del future, Editorial Garnica, Buenos Aires, 2011.0

HINDLE, Kevien, KLIVER, Kim: Research on New Venture Creations, Edward Edgar Publishing limited, Cheltenham 2001 p43

GLOSARIO DE EMPRENDIMIENTOS, glosariocreame.blogspot.com

DIETERICH, Heinz: Socialismo de Siglo XXI, Editorial Bolivariana, Caracas 2011.

RIVADENEIRA, Juan, Economía social de mercado, Fundación Konrad Adenauer, Quito 2009

RESICO, Marcelo: Introducción a la Economía Social de Mercado, Conrad Adenauer Stiftung, México (2010)

AGOTE, Ignacio: Pensamiento Social Cristiano, Esic editorial, Madrid, 2011.

AHMED, P. e. (2012.). *Admiistración de la innovación*,. Honduras,: Pearson Educación,.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL: LASSIO, Virginia, ARTEAGA, María, CAICEDO, Guido,. (2010.). *Global Entrepreneurship Monitor*,. Guayaquil,: Monsalve Moreno.

FUNIBER. (2011). *Administración y Dirección de Empresas*. Valladolid: Fundación Universitaria Iberoamericana.

GARCÍA - IBARROLA, D. (2009). *Mejores prácticas de emprendimiento innovador en España*. Madrid: Fundación EOI.

Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura,. (2010,). *Manual de capacitación para emprendimientos rurales*,. San José,: Edisa SA,.

PUCHOL, L. (2012.). *El libro del emprendedor*, . Madrid, : Ediciones Díaz Santos, .

Wikipedia. (18 de Septiembre de 2012). *Wikipedia*. Recuperado el 6 de Abril de 2013, de www.wikipedia.com

KANTIS, Hugo, ANGELELLI, Pablo: *Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: de qué depende su creación y supervivencia?* Editorial Rivadavia, Buenos Aires, 2008.

JURADO, Daniela: *Indicadores de éxito de un emprendimiento en etapa de crecimiento dentro del sector de los servicios,p10*

SMITH Janet, SMITH Richard, BLISS Richard: *Entrepreneurial Finance: Strategy, Valuation, and Deal Structure*, Stanford University, California 2011

HESBELIN, Frances, GODSMITH Marshall, BECKHAR Richard: *La Organization del future*, Editorial Garnica, Buenos Aires, 2011.

HINDLE, Kevien, KLIVER, Kim: *Research on New Venture Creations*, Edward Edgar Publishing limited, Cheltenham 2001 p43

GLOSARIO DE EMPRENDIMIENTOS, glosariocreame.blogspot.com

DIETERICH, Heinz: *Socialismo de Siglo XXI*, Editorial Bolivariana, Caracas 2011.

RIVADENEIRA, Juan, *Economía social de mercado*, Fundación Konrad Adenauer, Quito 2009

RESICO, Marcelo: *Introducción a la Economía Social de Mercado*, Conrad Adenauer Stiftung, México (2010)

AGOTE, Ignacio: *Pensamiento Social Cristiano*, Esic editorial, Madrid, 2011.

ANEXOS

Preguntas

1- ¿Si usted decidiera iniciar una empresa en este momento conoce los pasos y métodos para hacerlo?

SI NO NO SABE NO CONTESTA

2- Según su criterio la información que existe en el medio de como generar nuevas empresas (emprendimientos) es

MUCHA POCA NO SABE NO CONTESTA

3- De acuerdo a su apreciación en los últimos 5 años se han formado en Milagro empresas (emprendimientos) que contribuyan con el desarrollo de la región

SI NO NO SABE NO CONTESTA

4- Ha realizado en los últimos 5 años algún curso o seminario que lo (a) instruya en cuanto a métodos técnicos de formar nuevos emprendimientos (empresas)

SI NO NO SABE NO CONTESTA

5- Si en este momento tuviera que administrar un emprendimiento (empresa) usted contaría con el conocimiento de como organizar cada parte de ella ej. Finanzas, personal, funciones.?

SI NO NO SABE NO CONTESTA

6- Conoce usted los medios por los que puede conseguir financiamiento privado para empresas (emprendimientos)

SI NO NO SABE NO CONTESTA

7- ¿Piensa usted que el no conocer los medios de como financiar emprendimientos produce desmotivación para iniciar nuevas empresas?

SI NO NO SABE NO CONTESTA

8- Conoce usted los medios por los que puede conseguir financiamiento público para empresas (emprendimientos)

SI NO NO SABE NO CONTESTA

9- ¿Considera usted que en los últimos 5 años se ha generado información de parte de las Universidades del país que contribuya a iniciar o mejorar emprendimientos en Milagro?

SI NO NO SABE NO CONTESTA

10-¿Conoce usted en que situación se encuentra Milagro en cuanto a emprendimientos? Que negocios son rentables, cuales no, que opciones de negocios son necesarias en el medio, que negocios están en crecimiento o cuales están decayendo?

SI NO NO SABE NO CONTESTA

11- ¿conoce usted en que líneas de negocio es conveniente emprender por su innovación?

SI NO NO SABE NO CONTESTA

12-Cree que la información que existe en el medio en cuanto a líneas de emprendimiento innovador en

MUCHA POCA NO SABE NO CONTESTA

DIAGRAMA DE ISHIKAWA

