



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el Cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014”.

**Tesis previa a la obtención del
título de: Ingeniero/a Comercial**

Autores: Nancy Estefanía Ullauri Ullauri.

Carlos Armando Romero Galarza.

Director: Ingeniero. Jorge Arturo Campoverde Campoverde.

CUENCA – ECUADOR

2014

RESUMEN

Esta tesis tiene como finalidad presentar una “**Propuesta de un Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y Pymes en el Cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014**”, lugar que cuenta con grandes potenciales en el sector productivo y comercial que aún no han sido aprovechadas por la Ciudadanía para generar desarrollo en el Cantón, es por ello que el Centro está orientado a fortalecer las capacidades y habilidades emprendedoras de los habitantes, brindándoles herramientas necesarias para generar ideas que les permita crear empresas innovadoras con un buen nivel competitivo en el mercado, así como también brindar apoyo y asesoría a empresas existentes. Debido a esto se ha diseñado y aplicado dos modelos de encuestas donde se pudieron determinar algunas variables, entre ellas la factibilidad del Centro de un 87,50% según la población económicamente activa (PEA) y del 86,57% para los propietarios de negocios existentes.

Los principales servicios que ofertará el Centro son los siguientes; talleres, seminarios, brindar asesorías, visitas técnicas, elaborar planes de negocio y estudios de mejora.

En el análisis financiero realizado para la propuesta se determinó que el Centro necesitará una inversión inicial de \$17.608,51; de los cuales los socios financiarán el 43,21% (\$7.608,51) con recursos propios y el 56,79% (\$ 10.000,00) con recursos externos. Esta inversión se recuperará en un año cuatro meses según el indicador PayBack y obtendremos una tasa interna de retorno (TIR) del 75.37%.



PALABRAS CLAVES:

Capacitación, Centro de Capacitación, competitividad, desarrollo, emprendedor, emprendimiento, empresa, estructura organizacional, innovación, negocios familiares, matriz productiva, PEA, Pymes y seguimiento.



ABSTRACT

The aim of this thesis is to present a “Proposal for a training center for SMEs and entrepreneurship in family business in the San Felipe de Oña, 2013-2014 period”, a place that has great potential in the production and trade sector that have not yet been exploited by citizenship to develop the county, that is why the center is oriented at strengthening the skills and entrepreneurial skills of the people by providing tools to generate ideas that allow them to create innovative companies with a good competitive level in the market, as well as provide support and advice to existing businesses. Thus it is designed and implemented two models of surveys where some variables could be determined, including the feasibility of the center of a 87.50 % according to the economically active population (EAP) and 86.57 % for business owners existing.

The main services that the center will offer are as follows; workshops and seminars provide consulting, technical visits, develop business plans and improvement studies.

In the financial analysis for the proposal was determined that the center will need an initial investment of \$ 17.608,51 of which the partners fund the equity 43,21% (\$7.608,51) to 56,79% (\$ 10.000,00) and external resources. This investment will recover in one year four months according to the PayBack indicator and internal rate of return (IRR) of 75.37 %.



KEYWORDS:

Training, center for training, competitiveness, development, entrepreneur, entrepreneurship, company, organizational structure, innovation, family businesses, production matrix, PEA, SMEs y monitoring.



CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	21
<u>CAPÍTULO I</u>	23
MARCO DE REFERENCIA DE LA CREACIÓN DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTO.	23
• 1.1. Objetivos del Capítulo.	23
1.1.1. General.....	23
1.1.2. Específicos.	23
• 1.2. Caracterización del Cantón Oña.	24
1.2.1. Historia del Cantón.	24
1.2.2. Ubicación.....	28
1.2.3. Clima.	29
1.2.4. Población.....	29
1.2.5. Economía y Empleo.....	32
1.2.6. Infraestructura Básica.....	33
1.2.7. Educación.....	34
• 1.3. Sistemas de la Organización del Desarrollo Local.	35
1.3.1. Antecedentes del Desarrollo Productivo del Cantón.....	35
1.3.2. Producción Según Comunidades.	36
1.3.3. Distribución de Negocios por Sector Productivo.....	36
1.3.4. Alcance en el Mercado de las Empresas del Cantón.	37
1.3.4.1. Cobertura y Distribución.....	37
1.3.4.2. Publicidad.....	37
• 1.4. Conceptos Básicos de la Creación del Centro de Capacitación. ...	38
1.4.1. Capacitación.....	38
1.4.2. Centro de Capacitación.	38
1.4.3. Emprendimiento.....	39
1.1.1. Matriz Productiva:	40
1.1.2. Negocios Familiares.	40
1.1.3. Pymes.....	40
1.1.4. Empresa.	41
1.1.5. Estructura Organizacional.	42
1.1.6. Seguimiento.....	42
1.1.7. Competitividad.....	42



1.1.8. Emprendedor.....	43
1.1.9. Innovación.	43
1.1.10. Desarrollo.....	44
1.1.10.1. Desarrollo Económico.....	44
1.1.10.2. Desarrollo Local.	44
1.1.11. Diferencia entre Curso, Taller, Seminarios.....	45
1.1.11.1. Curso.....	45
1.1.11.2. Taller.	45
1.1.11.3. Seminario.	46
<u>CAPÍTULO II</u>	47
DISEÑO DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN DEL CENTRO DE CPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTO.	47
• 2.1. Objetivos del Capítulo.	47
2.1.1. General.....	47
2.1.2. Específicos.	47
• 2.2. Aspectos General de la Propuesta	48
2.2.1. Razón Social.....	48
2.2.2. Nombre Comercial.....	48
2.2.3. Dirección y Contactos.....	48
2.2.4. Misión.	49
2.2.5. Visión.....	49
2.2.6. Objetivos del Centro de Capacitación.....	49
2.2.6.1. General.	49
2.2.6.2. Específicos.....	49
2.2.7. Principios y Valores.	50
• 2.3. Estudio de Mercado	51
2.3.1. Definición de la Investigación.	51
2.3.2. Objetivos de la Investigación.	52
2.3.2.1. Principal.	52
2.3.2.2. Específicos.....	52
2.3.3. Alcance de la Investigación.	52
2.3.4. Diseño de Muestra.....	53
2.3.4.1. Determinación del Tamaño de la Muestra para Negocios Existentes.....	53
2.3.4.2. Determinación del Tamaño de la Muestra para Futuros Emprendedores.....	54



2.3.5.	Diseño de la Encuesta y Levantamiento de Información.....	55
2.3.6.	Interpretación y Análisis del Estudió de Mercado.....	55
2.3.6.1.	Encuesta Aplicada a los Futuros Emprendedores (PEA).....	56
2.3.6.2.	Encuesta Aplicada a los Negocios Existentes.....	66
• 2.4.	Descripción de Servicios Ofertados.....	74
2.4.1.	Servicios de Asesoría y Seguimiento.....	74
2.4.2.	Cursos, Talleres, Seminarios.....	75
2.4.3.	Elaboración de Planes de Negocio.....	75
2.4.4.	Proyectos de Mejora.....	75
• 2.5.	Actividades por Resultados.....	75
2.5.1.	Organización de la Unidad Operativa.....	75
2.5.1.1.	Organigrama.....	75
2.5.1.2.	Personal Ocasional.....	77
2.5.1.3.	Descripción de Puesto.....	78
2.5.1.4.	Manejo de Personal.....	84
2.5.1.5.	Evaluación del Desempeño.....	85
2.5.2.	Funcionamiento de la Unidad Operativa.....	85
2.5.2.1.	Ubicación.....	85
2.5.2.2.	Edificación.....	88
2.5.3.	Tamaño o Capacidad.....	88
2.5.3.1.	Equipos e Instalaciones.....	90
2.5.3.2.	Distribución de la Planta.....	92
CAPÍTULO III	93
DOCUMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN	93
• 3.1.	Objetivos del Capítulo.....	93
3.1.1.	General.....	93
3.1.2.	Específico.....	93
• 3.2.	Plan Estratégico.....	94
3.2.1.	Análisis PETS.....	94
3.2.1.1.	Factores Políticos – Legales.....	94
3.2.1.2.	Factores Económicos.....	95
3.2.1.3.	Factores Tecnológicos.....	97
3.2.1.4.	Factores Sociológicos.....	97
3.2.1.5.	Factores Geográficos.....	98
3.2.2.	Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter.....	98
3.2.2.1.	Amenaza de Nuevas Empresas.....	99



3.2.2.2.	Amenaza de Productos Sustitutos.	99
3.2.2.3.	Poder Negociador de los Compradores.	99
3.2.2.4.	Poder Negociador de los Proveedores.	99
3.2.2.5.	Rivalidad entre los Actuales Competidores.	100
3.2.3.	Factores Internos.	100
3.2.3.1.	Capacidad Directiva.	100
3.2.3.2.	Capacidad Competitiva.	100
3.2.3.3.	Capacidad Financiera.	101
3.2.3.4.	Talento Humano.	101
3.2.3.5.	Capacidad Técnica o Tecnológica.	102
• 3.3.	Análisis Situacional “MATRIZ FODA”	103
3.3.1.	Estrategias Empresariales.	104
3.3.1.1.	Estrategias Reactivas o Defensivas “FA”	104
3.3.1.2.	Estrategias Ofensivas “FO”	104
3.3.1.3.	Estrategias de Supervivencia “DA”	105
3.3.1.4.	Estrategias Adaptativas o de Orientación “DO”	105
3.3.2.	FODA Cruzado.	107
• 3.4.	Plan de Marketing.	109
3.4.1.	Necesidades Que Satisface Nuestro Servicio.	109
3.4.2.	Características el Cliente.	109
3.4.3.	Servicios Ofertados.	109
3.4.4.	Zonas a Cubrir con el Servicio.	112
3.4.5.	Publicidad.	112
• 3.5.	Manual de Políticas y Procedimientos de los Servicios.	113
3.5.1.	Políticas.	113
3.5.2.	Procedimiento a Seguir para la Prestación de los Servicios.	114
• 3.6.	Impactos.	116
3.6.1.	Impactos Sociales.	116
3.6.2.	Impactos Ambientales.	117
3.6.3.	Impactos Económicos.	117
• 3.7.	Diseño de Flujo de trámites.	118
3.7.1.	Requisitos para la constitución.	118
3.7.2.	Procedimientos para la constitución	119
• 3.8.	Análisis Económico.	122
3.8.1.	Plan de Inversiones.	122
3.8.2.	Estado de Situación Inicial.	123



3.8.3. Análisis de Costos e Ingresos.....	124
3.8.3.1. Total de Ingresos Mensuales por Servicios Prestados.	125
3.8.4. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	126
3.8.5. Flujo de Caja.....	127
3.8.6. Financiamiento de la Propuesta.	128
<u>CAPÍTULO VI</u>	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	129
• 4.1. CONCLUSIONES.	129
• 4.2. RECOMENDACIONES.....	131
BIBLIOGRAFÍA	132
ANEXOS	133
GLOSARIO	164



ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Fotografía Panorámica del Centro Cantonal Oña	24
Ilustración 2. Mapa de las Comunidades del Cantón Oña.	27
Ilustración 3. Mapa Político del Cantón Oña.	28
Ilustración 4. Foto Satelital de la Ubicación del Centro a Nivel Macro	86
Ilustración 5. Foto Satelital de la Ubicación del Centro a Nivel Micro.....	87
Ilustración 6. LAY OUT del Centro de Capacitación.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Población por Sexo.....	29
Gráfico 2. Población Migrante por Sexo.	30
Gráfico 3. Composición de la Población Cantón Oña por Edad.....	31
Gráfico 4. Población por NBI.....	32
Gráfico 5. Organigrama del Centro de Capacitación para Emprendimiento.....	76
Gráfico 6. Cinco Fuerzas Identificadas por Michael Porter.	98
Gráfico 7. Análisis FODA Del Centro de Capacitación.....	103
Gráfico 8. FODA Cruzado del Centro de Emprendimiento.	107
Gráfico 9. Flujograma Del Servicio.....	111
Gráfico 10. Características para la Constitución De Una Compañía De Responsabilidad Limitada.	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. PET, PEA, PEI Del Cantón Oña.....	33
Tabla 2. Porcentaje de las Personas que Asisten o Asistieron a Algún Nivel de Instrucción.....	34
Tabla 3. Distribución de Negocios por Sector Productivo.	36
Tabla 4. Características de las Pymes.....	41
Tabla 5. PIB del Ecuador en Millones de Dólares.	95
Tabla 6. Ranking del Índice Global de Competitividad.....	96
Tabla 7. Financiamiento de la Propuesta	128



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta Emprendedores (PEA)	134
Anexo 2. Encuesta Negocios	136
Anexo 3. Sindicato de choferes, Oña.	139
Anexo 4. Proformas de los Equipos de Computación e Instalación.	140
Anexo 5. Proforma de Equipos de Oficina.	145
Anexo 6. Proforma de Muebles y Enseres	146
Anexo 7. Proforma de Suministros de Oficina	148
Anexo 8. Sueldos y Beneficios.	149
Anexo 9. Distribución de Gastos Operacionales para el Costo de los Servicios.	149
Anexo 10. Rol de Pagos y Provisiones.	150
Anexo 11. Tabla de Depreciación	151
Anexo 12. (Tabla de Amortización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo).	152
Anexo 13. Parámetros Utilizados.	153
Anexo 14. Proforma de la Cooperativa Jardín Azuayo.....	154
Anexo 15. Diseño de Tesis.....	155



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Nancy Estefanía Ullauri Ullauri, autor de la tesis "Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 1 de abril del 2014

Nancy Estefanía Ullauri Ullauri

0106277445

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca – Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Carlos Armando Romero Galarza, autor de la tesis "Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniero Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 1 de abril del 2014

Carlos Armando Romero Galarza
0104927348

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca – Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Nancy Estefanía Ullauri Ullauri, autor de la tesis "Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 1 de abril del 2014

Nancy Estefanía Ullauri Ullauri.

0106277445

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca – Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Carlos Armando Romero Galarza, autor de la tesis "Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el cantón San Felipe de Oña, periodo 2013-2014", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 1 de abril del 2014

Carlos Armando Romero Galarza.
0104927348

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca – Ecuador



AGRADECIMIENTO

Siempre muy agradecida con Dios por permitirme culminar con éxitos este ciclo universitario de mi vida y a la santísima Virgen por interceder y protegerme con su manto.

A mis queridísimos padres Hartman y Nancy por ser los pilares fundamentales de mi vida brindándome su amor y apoyo incondicional para que esta meta se pueda hacer realidad y a las mejores hermanas del mundo por protegerme y aconsejarme.

Finalmente a todos mis amigos en especial a Gaby, Priscy, Santy y Armando quién me ha acompañado en este arduo trabajo de vida universitaria y por supuesto a nuestro director de tesis Ing. Jorge Campoverde por guiarnos con sus conocimientos en la elaboración de esta.

Estefanía Ullauri....



AGRADECIMIENTO

“El secreto de la gratitud está en dar gracias por todo lo que damos a los demás y todo lo que recibimos de ellos” (Louise L. Hay)....

En primer lugar me gustaría agradecer a Dios y a la Virgen ya que gracias a sus bendiciones he podido salir adelante; a mis amigos y compañeros con quienes hemos compartido tantos momentos felices al igual que tristes y de esfuerzo en las aulas de clase.

Agradecer también a mi amiga y compañera de tesis “Estefanía” ya que de no ser por su dedicación, esfuerzo y empeño no hubiésemos podido cumplir con nuestra meta, por último hago un agradecimiento especial a mi director de tesis Ing. Jorge Campoverde, quién supo guiarnos de la mejor manera hasta cumplir con nuestro objetivo.

Armando Romero....



DEDICATORIA

Esta tesis la quiero dedicar con mucho cariño a mis padres celestiales por darme primeramente el regalo más grande que es la vida y el de llenarme de bendiciones como es el de haber nacido en una familia tan maravillosa que me ha dado tanto amor, buen ejemplo y apoyo incondicional, siendo ellos la razón de mi existencia y el motor de mi vida, dedicándoles también este logro

Estefanía Ullauri....



DEDICATORIA

Al haber cumplido una meta más en mi vida, quiero dedicar la realización de esta tesis a mis padres; Carlos Romero y Magdalena Galarza, por ser ellos quienes con su amor y esfuerzo me brindaron su ayuda para hoy poder cumplir este sueño tan anhelado.

También la dedico a mis hermanos; Yadira y Wilson, ellos con su ejemplo de perseverancia y dedicación inspiraron en mí el deseo de formarme como profesional.

Armando Romero....

INTRODUCCIÓN

Hoy en día hablar de temas emprendimiento se ha vuelto más frecuente debido a que es el pilar y motor fundamental para que la población crezca económicamente mediante la generación de plazas de trabajo y a la vez que se aporta al cambio de la matriz productiva, contribuyendo de esta manera al desarrollo y crecimiento de nuestro país.

Por esta razón ha nacido la idea de proponer un Centro de Capacitación para Emprendimiento en el Cantón San Felipe de Oña, destinado a formar a la población oñense para que tengan las bases fundamentales para iniciar un emprendimiento y también para capacitar tanto a los negocios familiares y Pymes existentes en el Cantón para que puedan crecer y competir en el mercado.

También cabe recalcar que en el Cantón no existe otra empresa con la misma actividad económica que la nuestra por lo que hemos visto una oportunidad de incursionar en el mercado, existiendo así un monopolio en este tipo de servicios.

El desarrollo de la propuesta del Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y Pymes consta de cuatro capítulos, que se detallan a continuación:

Capítulo 1; Marco de Referencia de la Creación del Centro de Capacitación.

En este capítulo se ha realizado un análisis situacional del Cantón Oña, donde se da a conocer todas las variables del sector social, comercial, productivo y económico. Además se ha creado una base de conceptos teóricos que han servido de fundamento para el desarrollo de la documentación del Centro.



Capítulo 2; Diseño de la Propuesta de Creación del Centro de Capacitación.

En este capítulo se describe los aspectos generales de la empresa, el nivel de aceptación que tendría el Centro dentro del Cantón, los servicios que se ofertarían, el talento humano que se necesitaría contratar de acuerdo a las funciones que vayan a desempeñar y el lugar donde funcionaría el Centro con su respectiva distribución (LAYOUT).

Capítulo 3; Documentación de la Propuesta de Creación.

En el contenido de este capítulo se presenta de manera detallada la documentación que respalda la elaboración de la propuesta: plan estratégico, plan de marketing, manual de políticas y procedimientos, impactos; sociales, económicos y ambientales que tendría esta propuesta, la personalidad jurídica y análisis financiero.

Capítulo 4; Conclusiones y Recomendaciones.



CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA DE LA CREACIÓN DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTO.

1.1. Objetivos del Capítulo.

1.1.1. General.

Hacer un análisis situacional del Cantón Oña, de manera que nos permita conocer todas las variables del sector social, comercial, productivo y económico que tendremos que considerar en el desarrollo de la propuesta a ser realizada, además de crear una base de conceptos teóricos que sirven de fundamento para el desarrollo de la propuesta del Centro.

1.1.2. Específicos.

- Conocer la situación socioeconómica del Cantón, de manera que nos permita relacionar todas las actividades económicas con los servicios que se pretende ofertar dentro del Centro.
- Distinguir todas las actividades productivas a las que se dedican los habitantes del Cantón.
- Hacer un diagnóstico del nivel académico de la población que nos proporcione una visión del tipo de cliente objetivo que tendrá el Centro.
- Elaborar una base de conceptos que sirven de fundamento para el desarrollo de la propuesta.

1.2. Caracterización del Cantón Oña.

1.2.1. Historia del Cantón¹.

Ilustración 1. Fotografía Panorámica del Centro Cantonal Oña



Fotografía tomada por Byron Calle.

¹http://www.eruditos.net/mediawiki/index.php?title=Historia_del_Cant%C3%B3n_O%C3%B1a.



Oña, es uno de los asentos coloniales más antiguos del Azuay. Su fundación data el 3 de mayo de 1539, con el nombre de San Felipe de Oña, fecha en la que un grupo de soldados españoles al mando de Esteban Morales y Cabrera, por orden de Gonzalo Pizarro, entonces gobernador de Quito, funda este asiento para proteger el camino Real que comunicaba a Quito con el Cuzco. Se la nominó Oña en honor a la villa de Oña, en la provincia de Burgos de España, por la similitud topográfica entre las dos localidades.

Hay dos versiones en torno al nombre de Oña, la más difundida y con cierta aceptación dice que proviene del hebreo OÑIA, que significa barco; la otra más reciente sostiene que proviene del vocablo ONI, que quiere decir al pie de la montaña.

La categoría de parroquia civil alcanzó el 1ro. De septiembre del año 1852. En el plano religioso, y de acuerdo a los archivos parroquiales existen partidas bautismales desde el año 1691; su nombre eclesiástico es en honor al patrono “San Felipe”.

Su fecha de cantonización es el 10 de Mayo de 1991 y el 28 de marzo del 2013 se otorga la declaración de “Patrimonio Cultural de la Humanidad”.

- **Comunidades:** El Cantón cuenta con dos parroquias Susudel y Oña, de las cuales se derivan una serie de comunidades.

Comunidades de la parroquia Susudel

Susudel Centro

Cuchudel

Sanglia

Tamboloma-Patalín



Pullicanga

Ingapirca

Comunidades de la parroquia Oña

Morasloma

Mautapamba

Baijón

Chacapata

Rambrán

Paredones

Hornillos

Cuscudoma

Las Cochas-Putupano

Zhila-Tardel

Chacahuisho

Bayanal

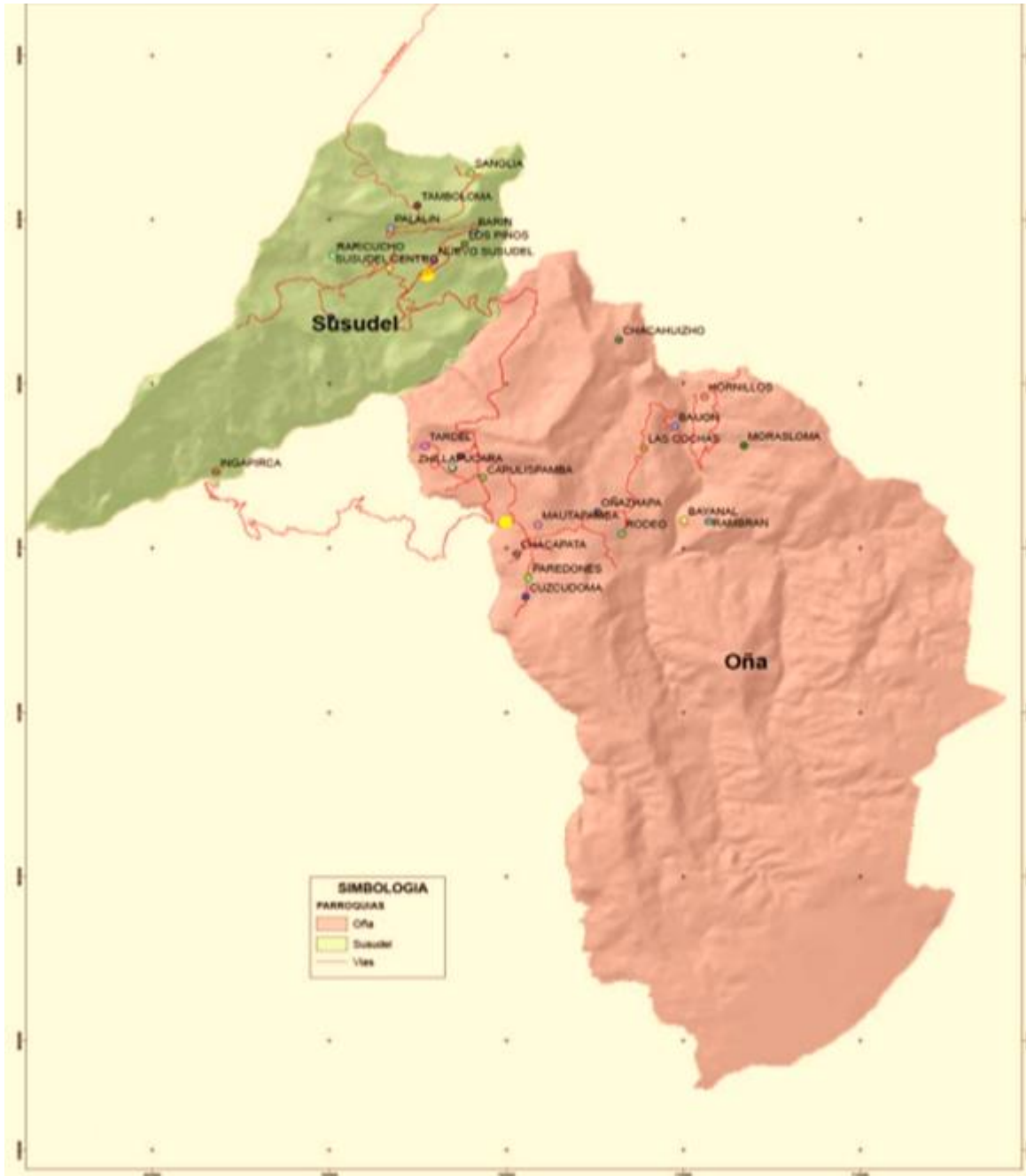
Rodeo

Oña Centro

Oñazhapa

A continuación se presenta el siguiente mapa de las comunidades del Cantón Oña:

Ilustración 2. Mapa de las Comunidades del Cantón Oña.



Fuente: Equipo Técnico del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Oña, 2011.

1.2.2. Ubicación².

Ilustración 3. Mapa Político del Cantón Oña.



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón Oña.

² h <http://prezi.com/jkgygyajdnt/san-felipe-de-ona/>

El Cantón Oña, es uno de los 15 cantones de la provincia del Azua y se sitúa al sur del Ecuador, limita al norte y occidente con el Cantón Nabón, al sur con el Cantón Saraguro y al este con el Cantón Yacuambi.

1.2.3. Clima³.

Oña registra una temperatura promedio de 15 °C y presenta una estación de lluvias de enero a mayo, el resto del año es soleado, con cielos despejados. Su suelo es bastante accidentado y se eleva entre los 2.400 y 3.500 m.s.n.m., por lo que presenta una diversidad de pisos climáticos que posibilitan el cultivo de una diversidad de productos, entre ellos, frutales como la caña de azúcar, tomate riñón, hortalizas y cereales.

1.2.4. Población.

- **Población por Sexo.**

Gráfico 1. Población por Sexo.



Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

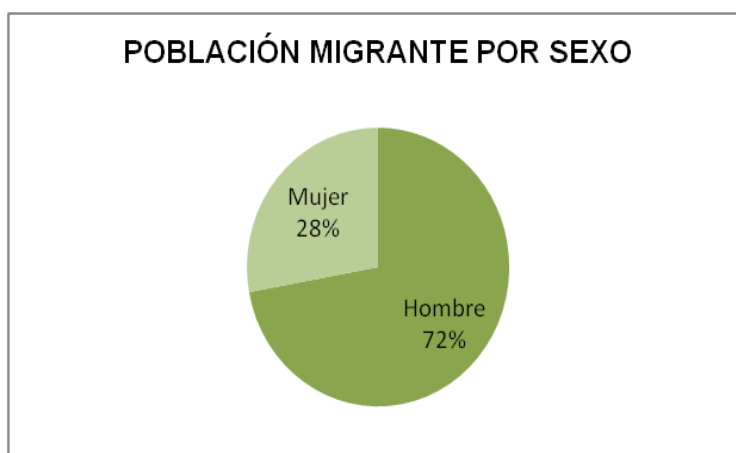
³ <http://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=472>.



Según el último Censo de Población y Vivienda 2010, Oña registra una población de 3.583 habitantes, de los cuales el 46% son hombres y el 54% son mujeres.

- **Población Migrante por Sexo.**

Gráfico 2. Población Migrante por Sexo.

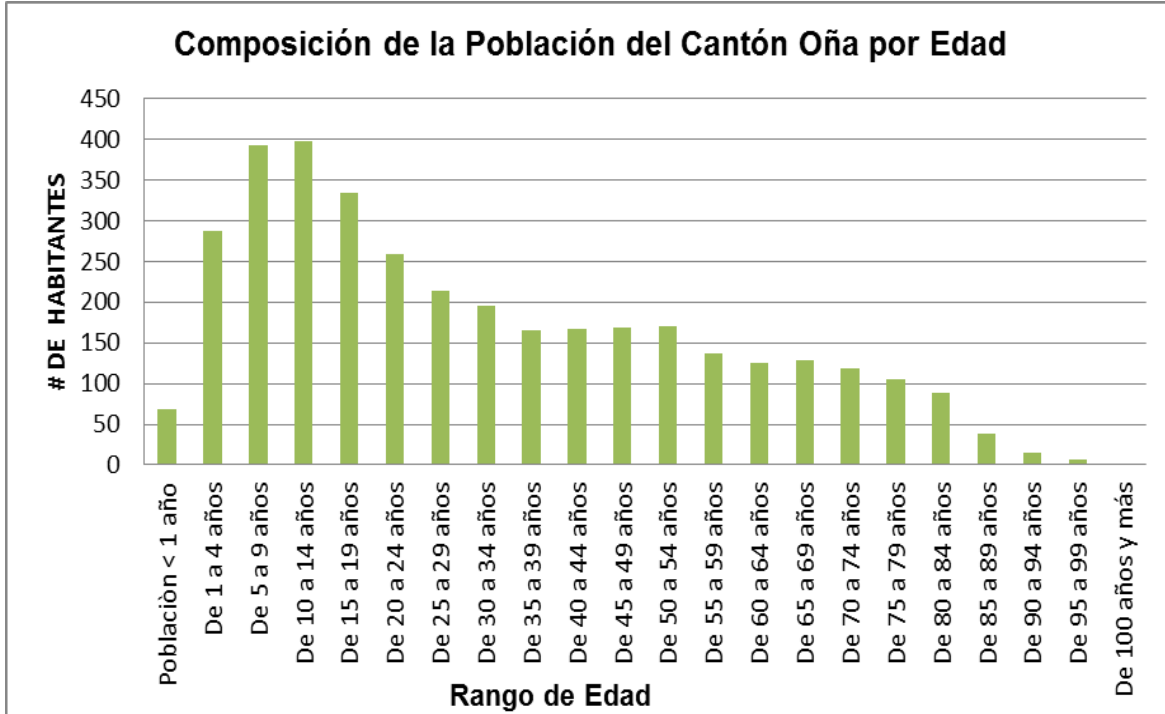


Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

Como se puede ver en el gráfico N°2, en el Cantón existe mayor migración por parte de la población masculina que representa el 72%, que por lo general se da hacia las Ciudades de Cuenca y Pasaje.

- Composición de la Población del Cantón Oña.

Gráfico 3. Composición de la Población Cantón Oña por Edad.



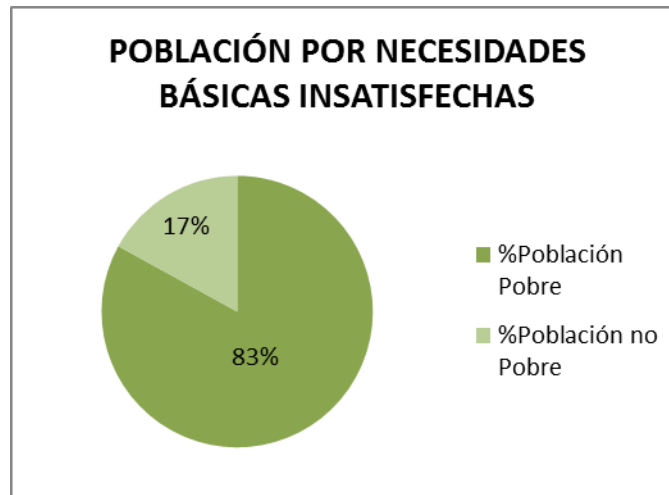
Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

Como se puede observar en el gráfico N°3, la mayor parte de la población del Cantón Oña se concentra entre el rango de 1 a 29 años, por lo que existe un alto porcentaje de población joven. La edad promedio es de 32 años.

1.2.5. Economía y Empleo.

- Población por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI).

Gráfico 4. Población por NBI.



Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

Según se puede observar en el gráfico N° 4, el 83% de las personas que viven en el Cantón son pobres porque su nivel de ingreso no les permite satisfacer todas sus necesidades básicas, en tanto que, el otro 17% de la población que vive en condiciones aceptables y su nivel de ingreso les permite ubicarse en una segmentación socio económica media en adelante.



- **PET⁴, PEA⁵, PEI⁶.**

Tabla 1. PET, PEA, PEI Del Cantón Oña.

PET	PEA	PEI
2835	55,3%	44,7%

Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

En el Cantón Oña, la población en edad de trabajar (PET) es de 2835 personas, la población económicamente activa (PEA) e inactiva (PEI) constituyen el 55,3% y 44,7% de las personas respectivamente.

El dato correspondiente al porcentaje del PEA, servirá posteriormente en el *Capítulo 2* para el levantamiento de la información correspondiente al estudio de mercado.

1.2.6. Infraestructura Básica.

Según el último Censo de Población y Vivienda 2010, el 100% y el 95% de la población del Cantón Oña posee servicios de energía eléctrica y procedencia de agua por tubería respectivamente. El acceso a conexión celular ha permitido cubrir el déficit telefónico en casi todo el Cantón.

También el Cantón tiene un sistema de alcantarillado en el Centro cantonal y en la parroquia Susudel.

⁴ PET: Población en Edad de Trabajar.

⁵ PEA: Población Económicamente Activa.

⁶ PEI: Población Económicamente Inactiva.

1.2.7. Educación.

Tabla 2. Porcentaje de las Personas que Asisten o Asistieron a Algún Nivel de Instrucción.

Sexo	Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió											
	Ninguno	Centro de Alfabetización	Preescolar	Primario	Secundario	Educación Básica	Bachillerato	Ciclo Postbachillerato	Superior	Postgrado	Se ignora	Total
Hombre	5.46	0.96	0.61	39.62	14.07	23.22	9.29	0.34	4.78	-	1.64	100.00
Mujer	12.71	2.78	0.57	42.43	10.32	16.90	7.43	0.51	4.65	0.17	1.53	100.00
Total	9.42	1.95	0.59	41.15	12.02	19.77	8.27	0.43	4.71	0.09	1.58	100.00

Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

Según se observa en la tabla N° 2, la primaria es el nivel de instrucción más alto que han culminado casi la mitad de la población del Cantón Oña, las personas que han terminado o están cursando la secundaria representan el 12,02% y los que tiene un nivel de instrucción superior y postgrado les corresponden el 4,71% y 0,09% respectivamente.

En definitiva, un gran parte de la población no tiene títulos universitarios, siendo esto no beneficioso para el Cantón, al no tener personas instruidas académicamente.

El índice de analfabetismo representa el 14.6% según el Censo INEC 2010, porcentaje que ha disminuido notablemente en comparación con años anteriores debido a la implementación de programas de alfabetización.



1.3. Sistemas de la Organización del Desarrollo Local⁷.

1.3.1. Antecedentes del Desarrollo Productivo del Cantón.

La principal actividad económica del Cantón Oña es y ha sido la agricultura; en donde sobresalen los cultivos de: tomate riñón, cebolla, ajos, café, caña de azúcar, hortalizas y frutas de clima subtropical⁸; en la parte alta, se cultivan productos de clima frío como: maíz, fréjol, trigo, cebada, arveja entre otros. Es importante la fruticultura⁹ principalmente de tomate de árbol. Dentro de la artesanía está la cestería¹⁰, el tejido de los sombreros de ramo, los juegos pirotécnicos en los caseríos de Paredones, Chacapata, Loma de las Piedras y las fábricas de ladrillos, son las actividades productivas en la que se ocupan los oñenses.

También hay otras actividades económicas, como son: el comercio, la rama de los servicios, de transporte, administración pública, enseñanza y servicio doméstico como los más representativos.

En el marco de las experiencias micro empresariales emprendidas por varios pobladores se destaca la fábrica de destilado de tequila y producción de miel de penco. Los cultivos de tomate de árbol, especialmente en la comunidad de Morasloma, la presencia de fábricas de ladrillo en la parroquia Susudel, los cultivos de mora y granadilla. Varias han sido las actividades económicas desarrolladas por las comunidades, destacándose el cultivo de tuna, y la cochinilla, tornándose una experiencia, que al ser realizada sin el debido control

⁷ Revista: *Oña Mi Tierra Querida*. Publicada por la Municipalidad del Cantón Oña, 2010. Pag. 4-5

⁸ Las frutas de clima subtropical, no soportan el frío y pueden ser dañadas o tener trastornos en el desarrollo cuando la temperatura cae por debajo de 4 °C.² Ejm. papaya, granadilla.

⁹ Fruticultura, es el cultivo de todas aquellas plantas que producen frutos.

¹⁰ Cestería, es una de las artes más antiguas de la humanidad, practicada a partir de tiras o fibras de origen vegetal, animal o cabello humano, hoy en día procedentes también de materias sintéticas.



técnico, fue un fracaso y la consecuente falta de credibilidad de la población en los proyectos de desarrollo.

1.3.2. Producción Según Comunidades.

Existen diferentes tipos de artesanías, cuyo origen se pierde en el tiempo; entre ellas, por ejemplo, en las comunidades de Rodeo, Oñazhapa, Shaushi, Mautapamba, Baijón, Cuzcudoma se fabrican tejidos en telares, sombreros de ramos, canastas y aventadores. En Susudel existe un Centro Artesanal, en el que se elaboran diferentes artículos en lana de oveja, como ponchos, chalinas, cobijas, chales, etc. También se confeccionan polleras, pero en menor cantidad. A 15 minutos del Centro del Cantón se encuentra la población de Paredones, en donde algunas familias se dedican a la fabricación de juegos pirotécnicos: castillos, cohetes, ruedas de luces, figuras, curiquirengas, camaretas, etc.

1.3.3. Distribución de Negocios por Sector Productivo.

Tabla 3. Distribución de Negocios por Sector Productivo.

	Frecuencia	Porcentaje
Manufactura	7	4,38
Comercio	84	52,50
Servicios	58	36,25
Otros (Minas)	11	6,87
Total	160	100
Interpretación Realizada en SPSS, Tomando Como Base Datos del CENSO INEC, 2010.		

En el Cantón Oña existe un total de 160 negocios, de los cuales la mayor parte de estos pertenecen al sector comercial ubicándose así en el 53%, valor



que está por encima del sector de servicios y manufactura quienes están con el 36% y 4% respectivamente.

El 7% restante se ubican en la categoría “Otros” como por ejemplo productos provenientes de la ganadería, crianza de animales de corral y demás.

1.3.4. Alcance en el Mercado de las Empresas del Cantón.

1.3.4.1. Cobertura y Distribución¹¹.

Lo que se produce en el Cantón Oña se distribuye para la población del mismo Cantón y para la ciudad de Cuenca y otras ciudades aledañas. El medio de transporte utilizado para la movilización de los productos es el alquiler de camiones del propio sector, los mismos que entregan los productos en los mercados mayoristas, por ejemplo; mercado “Feria Libre” del Cantón Cuenca.

El caso más grande de distribución de los negocios del Cantón es la empresa envasadora de agua “Fuente Natural El Pogllo” que entrega sus productos a los mercados de Pasaje, El Guabo, Machala, Santa Rosa, Puerto Bolívar y Huaquillas.

1.3.4.2. Publicidad.

Según pudimos observar en el Cantón, muy pocas empresas como tiendas, restaurantes y cooperativas de ahorro – crédito, no hacen uso de medios publicitarios como de los servicios que presta la radio “Panamericana” existente en el Cantón para difundirse en el mercado.

¹¹ Revista: *Oña mi tierra Querida*. Publicada por la Municipalidad del Cantón Oña, 2013. Pag. 6



La radio 89.3 “Panamericana”, es la única emisora que tiene el Cantón Oña y se encuentra ubicada en el Centro cantonal con cobertura local y para otros cantones vecinos como Nabón y Saraguro.

En términos generales se puede decir que los negocios no tienen grandes estrategias de publicidad lo cual es un limitante para su crecimiento organizacional.

1.4. Conceptos Básicos de la Creación del Centro de Capacitación.

A continuación se presenta una serie de definiciones que sirven de base y fundamento para el desarrollo de la propuesta:

1.4.1. Capacitación.

"La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores." (Siliceo; 1996).

1.4.2. Centro de Capacitación.

“Se concibe como un espacio destinado a asesorar, apoyar, fortalecer, facilitar y fomentar las iniciativas emprendedoras, mediante la creación de nuevas empresas impulsando así el espíritu emprendedor, las actividades empresariales y la cooperación entre ellas”.



(<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>.)

Nuestro Centro de Capacitación está orientado a fortalecer las capacidades y habilidades emprendedoras de los habitantes del Cantón Oña, brindándoles herramientas necesarias para generar ideas innovadoras que les permita crear empresas potenciales e innovadoras con un buen nivel competitivo en el mercado y así como también brindar apoyo y asesoría a empresas existentes.

1.4.3. Emprendimiento.

“Proviene del término francés *entrepreneur* que significa pionero y hace referencia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo; también es utilizado para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto y que en la actualidad es aplicado también a empresarios que innovan o agregan valor a un producto o proceso ya existente”.
(www.gerencie.com/emprendimiento.html.)

Según la definición mencionada anteriormente podemos decir que un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte sus recursos económicos e intelectuales con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. Siendo esto de suma importancia debido a que las personas pueden obtener sus propios ingresos a través de su espíritu innovador que les motiva a crear su propia empresa y a cambiar el rol de empleado a empleador gracias a la generación de empleo, además que contribuyen al desarrollo económico del país.



1.1.1. Matriz Productiva¹²:

“Está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología”.

Una de las finalidades de esta propuesta está enmarcada a este importante cambio que va a tener nuestro país como es el cambio de la matriz productiva por lo que el Centro ayudará a capacitar a los emprendedores con ideas de negocio que generen un valor agregado a la economía.

1.1.2. Negocios Familiares.

“Son actividades comerciales que realizan los miembros de una determinada familia ya que estos se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones y cumplir ciertas tareas. La propiedad y gestión de la empresa están en las mismas manos y cuya actividad de desarrollo y continuidad en el mercado depende de los miembros de la empresa”.

(www.cienciasempresariales.info/definicion-de-empresa-familiar-y-conceptos-afines/).

1.1.3. Pymes.

“Se conoce al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de

¹² <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>.



producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.” (<http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>).

Según la definición antes mencionada podemos decir que las empresas que pertenecen a este segmento dan un gran aporte económico y social al desarrollo de nuestro país, debido a que generan riqueza y plazas de trabajo.

A continuación detallamos las características que tienen las empresas que pertenecen al segmento Pymes:

Tabla 4. Características de las Pymes.

	Pequeñas	Medianas
Número de Empleados.	9 hasta 49	50 hasta 199
Valor Bruto de Ventas Anuales.	100.001,00 hasta 1.000.000,00	1.000.0001,00 hasta 5.000.000, 00
Valor Activos Totales.	100.001,00 hasta 750.000,00	750.001,00 hasta 4.000.000,00.

Fuente: Cámara de la Pequeña Industria.

1.1.4. Empresa.

Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro *Hacer Empresa: Un Reto*, la empresa se la puede considerar como “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado”.



1.1.5. Estructura Organizacional.

“Comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización”. (<http://admiempresas.blogspot.com/conceptos-sobre-estructura.html>)

Kast y Rosenzweig, consideran como el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización, es decir, se refieren a las operaciones reales y al comportamiento en sí de la organización.

Siendo entonces la estructura organizacional una forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de la organización como las tareas del directivo, la división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía de la organización y la coordinación.

1.1.6. Seguimiento.

El seguimiento en nuestra propuesta consiste en realizar visitas técnicas a los clientes, es decir monitorear sus avances de acuerdo a los objetivos planificados.

1.1.7. Competitividad.

“Capacidad de una persona, organización o país, para mantener sistemáticamente ventajas comparativas y/o competitivas que le permitan



alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico”. (Mintzberg, Henry: 2000).

1.1.8. Emprendedor.

“Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella”. (Freire, 2005).

Según esta definición podemos decir que un emprendedor va a ver una oportunidad donde otros ven una debilidad y en función a ella crea una organización que junto a terceros pueden formar un grupo humano capaz de alcanzar lo que otros creían imposible.

1.1.9. Innovación.

“Entendida esta como la necesidad de generar productos, servicios y procesos diferenciados que garanticen a la organización su participación en el mercado competitivo, eliminando el mito de que la innovación sólo está asociada a procesos de alta tecnología”. ACUDIR-INNPULSAR, Centro de Emprendimiento Cantonal, Pag 35.

La innovación es un elemento indispensable para que las empresas puedan competir ya que esta se pueda encontrar en cualquier parte de la cadena de valor, es decir desde la obtención de la materia prima hasta la fabricación del producto terminado.



1.1.10. Desarrollo.

“Hace referencia al incremento, ampliación, agrandamiento de alguna característica física o abstracta”. (<http://definicion.de/desarrollo/>)

Dentro del desarrollo de nuestra propuesta hemos visto importante citar dos conceptos relevantes que hacen referencia al desarrollo en cualquiera de sus manifestaciones, estos son; desarrollo económico y local.

1.1.10.1. Desarrollo Económico.

“Se entiende por desarrollo económico al proceso en el cual la producción de bienes y servicios se encuentra en estado creciente y al alcance de todos los miembros de una comunidad. Los conceptos que están íntimamente relacionados con el desarrollo económico son: aumento del ingreso real per cápita y aumento de la productividad per cápita real en todas las ramas económicas que se encuentren afectadas”. (Montoya A. Realidad-Revista de Ciencias Sociales y Humanidades (UCA), 2007).

1.1.10.2. Desarrollo Local.

“Se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o Ciudad, considerando como potencialidades endógenas¹³ de cada territorio al conjunto de factores económicos y no económicos, teniendo como no económicos los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc”. (Albuquerque,F.

¹³ Endógena, que se origina o nace en el interior.



Metodología para el Desarrollo Económico Local, Dirección de Desarrollo y Gestión Local. ILPES, febrero 2000).

1.1.11. Diferencia entre Curso, Taller, Seminarios.

En este punto se explica en qué se diferencian cada una de estas palabras, debido a que estos eventos formarían parte de los servicios que ofertaría el Centro.

1.1.11.1. Curso.

“Comprende aquella actividad centrada en la transmisión de conocimientos a través de exposiciones teóricas, prácticas demostrativas, etc. Que tendrá por finalidad ofrecer actualizaciones y/o capacitaciones en algún área del conocimiento”

(http://www.artes.unam.edu.ar/pdf/docs_extension/guia_presentacion_cursos_seminarios_talleres.pdf).

1.1.11.2. Taller.

“Es una situación natural de aprendizaje del cual, las operaciones mentales y la afectividad forman una parte constitutiva. Es un lugar de co-aprendizaje¹⁴, donde todos sus participantes construyen socialmente conocimientos y valores, desarrollan habilidades y actitudes, a partir de sus propias experiencias”.¹ (<http://www.conocimientosweb.net/zip/article4978.html>).

¹⁴ Co-aprendizaje, Es un término que se da al método de intercambio de conocimientos dentro de dos, o más, colectivos distintos y que buscan el desarrollo de todos sus participante.



1.1.11.3. Seminario.

“Es una reunión especializada que tiene naturaleza técnica y académica cuyo objeto es realizar un estudio profundo de determinadas materias con un tratamiento que requiere una interactividad entre los especialistas. Se considera seminario a las reuniones que presentan estas características siempre que tengan una duración mínima de seis horas y un número mínimo de cincuenta participantes”. (<http://www.conocimientosweb.net/zip/article4978.html>).



CAPÍTULO II

DISEÑO DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN DEL CENTRO DE CPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTO.

2.1. Objetivos del Capítulo.

2.1.1. General.

Realizar el diseño para la propuesta de creación del Centro; donde se dé a conocer los aspectos generales de la empresa, su nivel de aceptación dentro del Cantón Oña, los servicios a ofertar, la forma de organización y el lugar de funcionamiento del Centro de Capacitación.

2.1.2. Específicos.

- Proponer los aspectos generales de la propuesta en lo referente al nombre comercial y jurídico, ubicación, misión, visión, objetivos y políticas del Centro.
- Realizar un estudio de mercado que permita hacer un diagnóstico acerca del nivel de aceptación que tendría el Centro de Capacitación dentro del Cantón, además de recopilar información que ayudaría a solventar la importancia de la propuesta.
- Presentar la forma de organización de la unidad operativa.
- Describir los servicios a ofertar en el Centro.
- Proponer el lugar donde estaría ubicada la empresa, e indicar la distribución de sus instalaciones.



2.2. Aspectos General de la Propuesta.

2.2.1. Razón Social.

Romero & Ullauri Compañía Limitada.

2.2.2. Nombre Comercial.

“CDECE OÑA”

CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y CAPACITACIÓN PARA EMPRENDIMIENTOS.

2.2.3. Dirección y Contactos.

- El Centro se ubicaría a 30 metros del Centro Cantonal Oña, en la Av. 24 de Mayo s/n y Arsenio Ullauri, edificio Sindicato de Choferes, segunda planta alta.
- Telf: 2434-059
Cel: 0986463224.
cdece@hotmail.com
- Horario de atención en oficina:
Lunes, martes, jueves, viernes de 08am -12am y 13pm-17pm.
Domingos de 08am- 16pm.



2.2.4. Misión.

Prestar servicios de capacitación y asesoría para nuevos y existentes negocios familiares, PYMES en el Cantón San Felipe de Oña, además de fomentar el emprendimiento mediante un personal altamente calificado quienes se caracterizarán por la actualización de sus conocimientos e innovación en técnicas administrativas y gerenciales.

2.2.5. Visión.

Ser una empresa líder en la formación y capacitación en emprendimientos a nivel regional, mediante la personalización en el servicio y la investigación continua, manteniendo un soporte humano y tecnológico para brindar un servicio de calidad que nos permita aportar al crecimiento del sector.

2.2.6. Objetivos del Centro de Capacitación.

2.2.6.1. General.

Capacitar y asesorar a los nuevos emprendimientos y fortalecer la estructura organizacional de los negocios familiares y PYMES en el Cantón San Felipe de Oña.

2.2.6.2. Específicos.

- Fortalecer el desarrollo y la innovación de los negocios existentes en el Cantón.



- Brindar apoyo en la gestión, especialmente en el desarrollo de los planes de negocios.
- Brindar un servicio personalizado con un personal altamente calificado.
- Desarrollar habilidades y características en los usuarios que les permitan lograr un desarrollo sustentable de las empresas.
- Ampliar el mercado de comercialización de la producción local.
- Disminuir el índice de migración del Cantón mediante la creación de fuentes de empleo.
- Contribuir al desarrollo productivo y económico del Cantón.
- Fomentar una cultura emprendedora del Cantón.

2.2.7. Principios y Valores.

- **Mejora continua:** mediante la investigación de actuales técnicas administrativas y gerenciales para alcanzar la competitividad.
- **Liderazgo:** en la generación de nuevas ideas de negocio.
- **Cooperación y trabajo en equipo:** apoyo mutuo entre todos los empleados y funcionarios que conformen el Centro.
- **Sinergia:** con las habilidades de los empleados para lograr mejores resultados.
- **Honestidad:** debida transparencia en todas las actividades que realice la empresa.
- **Responsabilidad:** en la ejecución del trabajo que realice el personal de acuerdo al manual de funciones.
- **Respeto:** entre todos los miembros que conformen el Centro y el cliente.
- **Lealtad:** por parte de los empleados hacia la empresa y al cliente, sabiendo que la información que se maneje es de alto grado de confidencialidad.
- **Pasión:** entusiasmo por parte de la empresa en cada idea de negocio que tenga el emprendedor para convertirla en una realidad.



- **Calidad:** en la prestación del servicio debido a que se contará con personal altamente calificado y un trato personalizado con el cliente.

2.3. Estudio de Mercado.

2.3.1. Definición de la Investigación.

Dentro del proceso de creación del Centro de Capacitación en el Cantón Oña y ante la ausencia de una empresa en este lugar que preste los mismo servicios que ofertaría nuestro Centro, se hace importante conocer la percepción de las personas y de las empresas en cuanto al desarrollo de emprendimientos o ideas de negocio y también de saber las necesidades existentes en las empresas independientemente del sector productivo al que pertenezcan como el de la población.

Esta investigación también nos servirá para crear nuestro portafolio de servicios a ofertar, y el conocimiento de nuestro nicho de mercado, como también de un conjunto de variables importantes que determinarán la viabilidad y sostenibilidad del Centro.

En la investigación se tomará como poblaciones para el levantamiento de información a todos los negocios registrados según el CENSO 2010 realizado por el INEC, esto para la encuesta que estará orientada a los propietarios de negocios existentes y para la encuesta dirigida a los futuros emprendedores, se considerará como población a la PEA (Población Económicamente Activa), la cual nos permite incluir a todos los ecuatorianos(as) que a más de estar en edad de trabajar se encuentran realizando actividades remuneradas, o si bien es el caso están dispuestos o tienen la capacidad de generar producción de bienes y servicios en algún momento.



2.3.2. Objetivos de la Investigación.

2.3.2.1. Principal.

Hacer un diagnóstico acerca del nivel de aceptación que tendría el Centro de Capacitación dentro del Cantón y levantar información que nos ayude a validar la importancia de la propuesta.

2.3.2.2. Específicos.

- Hacer un análisis de viabilidad para la creación del Centro de Capacitación.
- Determinar el tipo de asesoría y capacitación que requieren los negocios existentes.
- Establecer un rango de importancia que dan los propietarios de negocios a los diferentes tipos de servicios a ser ofertados.
- Diagnosticar las principales necesidades del mercado objetivo.
- Diagnosticar la predisposición de los habitantes para generar emprendimientos o ideas de negocios.
- Conocer las razones por la que los habitantes no generan ideas de negocio.
- Analizar la existencia de posible competencia para la empresa.
- Estimar los posibles precios de los servicios ofertados.

2.3.3. Alcance de la Investigación.

La investigación se realizó mediante la aplicación de dos modelos de encuesta:

- Encuesta dirigida a los propietarios de los negocios existentes en el Cantón.



- Encuesta dirigida a la población económicamente activa (PEA) del Cantón.

La investigación se ha realizado dentro del Cantón Oña; en las parroquias Oña y Susudel, tanto en la zona urbana y en el sector rural.

2.3.4. Diseño de Muestra.

2.3.4.1. Determinación del Tamaño de la Muestra para Negocios Existentes.

Esta muestra se ha determinado en función al número de negocios existentes según datos del INEC obtenidos en el CENSO 2010.

	Frecuencia	Porcentaje
Manufactura	7	4,38
Comercio	84	52,50
Servicios	58	36,25
Otros (Minas)	11	6,87
Total	160	100
Interpretación Realizada en SPSS, Tomando Como Base Datos del CENSO INEC, 2010.		

Datos estadísticos:

Población(N) = 160

Varianza (P) = 50%

Error (E)= 8 %

Nivel de confianza= 92%

Z = 1,41

Fórmula:

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

Por lo tanto: Muestra = 69 encuestas. (Aplicando la fórmula)

Tipo de Negocios Según el Sector.	Muestra
Manufactura.	3
Servicio.	25
Comercio.	36
Otros.	5
Total	69

2.3.4.2. Determinación del Tamaño de la Muestra para Futuros Emprendedores.

PET	PEA	PEI
2835	55,3%	44,7%

Fuente: CENSO INEC. Censo de Población y Vivienda 2010.

De la población en edad para trabajar, la PEA representa un 55,3% que nos da un total de 1568 habitantes a considerar como el universo para el estudio de mercado.

Datos estadísticos:

Población (N) = 1568

Varianza (P) = 50%



Error (E) = 8 %

Nivel de confianza = 92%

Z = 1,41

Por lo tanto: Muestra = 112 encuestas.

2.3.5. Diseño de la Encuesta y Levantamiento de Información.

El proceso de levantamiento de información nos ha ayudado a cumplir con los objetivos planteados en este estudio y luego de su análisis se ha podido canalizar mejor nuestra propuesta, para esto se ha empleado la técnica de encuestas en las cuales se ha utilizado un número determinado de preguntas abiertas y cerradas que facilitaron la tabulación de los datos y la interpretación de los mismos. También se ha empleado el método de observación que nos ha permitido orientar de una mejor manera los análisis obtenidos.

Ver Anexo N°1 (Diseño de la Encuesta para Negocios Existentes).

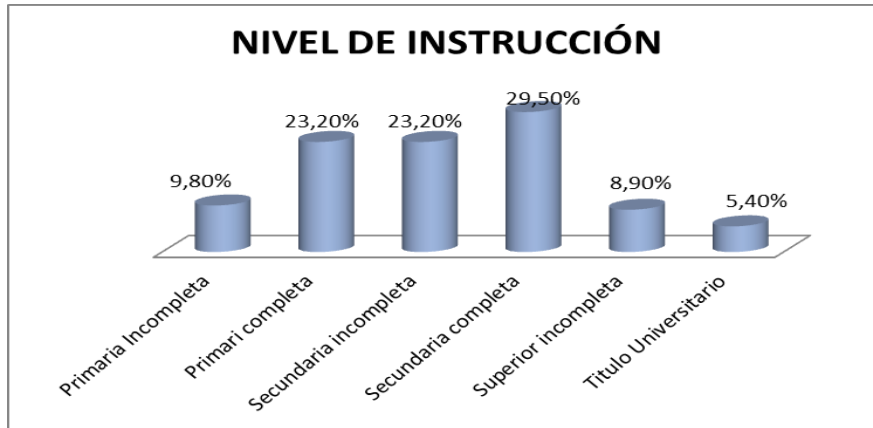
Ver Anexo N°2 (Diseño de la Encuesta para Emprendedores).

2.3.6. Interpretación y Análisis del Estudió de Mercado.

A continuación se presenta el análisis de los resultados obtenidos con el levantamiento de las encuestas aplicadas tanto a la PEA y a los negocios existentes en el Cantón Oña en concordancia con el método de observación.

2.3.6.1. Encuesta Aplicada a los Futuros Emprendedores (PEA).

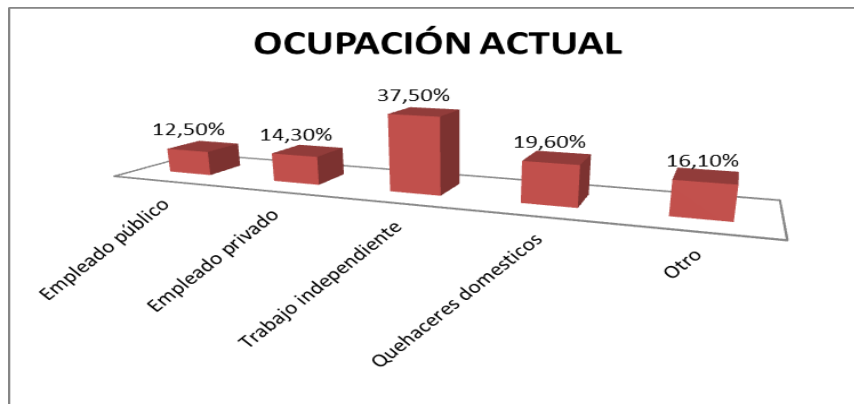
1. ¿Su nivel de Instrucción es?



Elaborado por: Los Autores.

Como se puede observar en los resultados la mayoría de la población tiene un bajo índice de preparación académica, esto puede ser un factor fundamental para explicar por qué el desarrollo económico no se ha dado en gran magnitud.

2. ¿Su ocupación actual es?

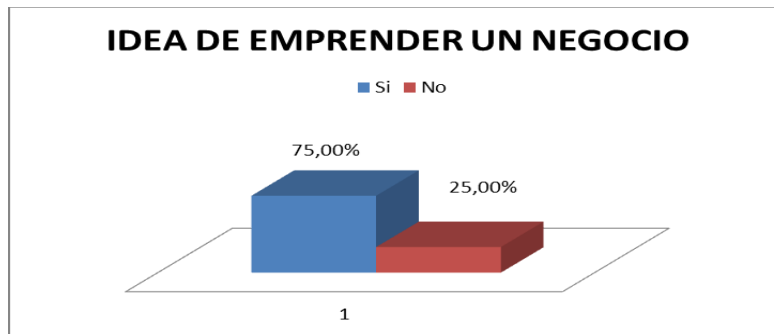


Elaborado por: Los Autores.

* Dentro de “otros” la principal ocupación se refiere a estudiantes.

La más importante variante en relación laboral que tienen las personas es el trabajo independiente, siendo aquí la agricultura y la ganadería las principales actividades realizadas.

3. ¿Ha tenido usted la idea de emprender su propio negocio?

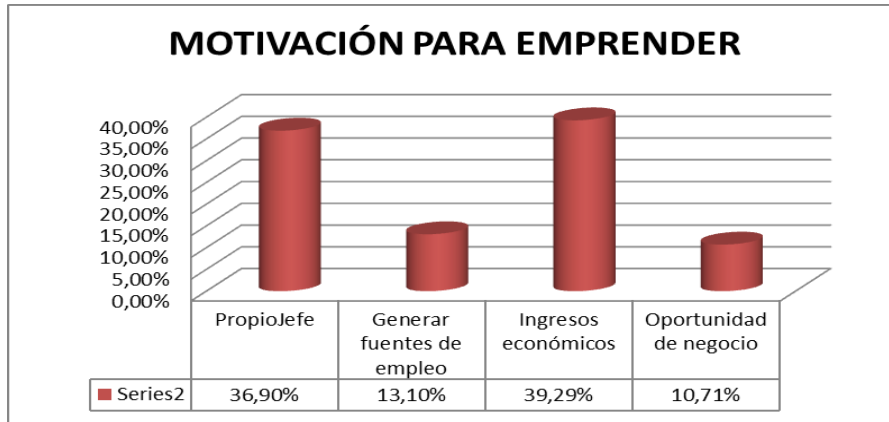


Elaborado por: Los Autores.

El 75% de personas han tenido alguna vez la idea de emprender, si ponderamos este porcentaje con el total de la población considerada para la muestra que es de 1568 habitantes, tenemos un total de 1176 personas que alguna vez han querido iniciar un negocio y no lo han podido consolidar.



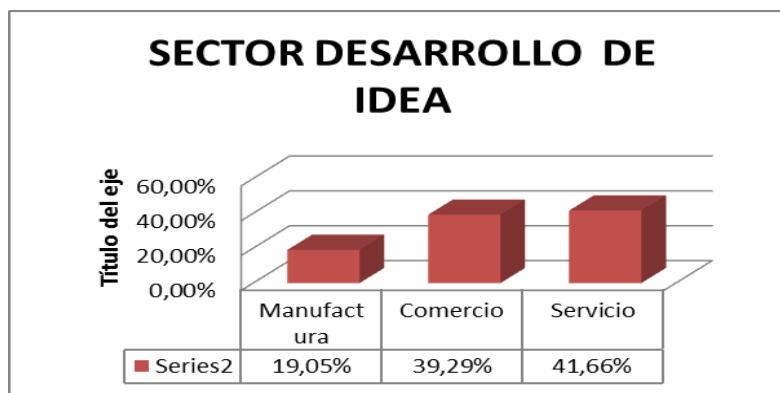
4.- ¿Qué es lo que le motivó para hacer esto?



Elaborado por: Los Autores.

La generación de ingresos económicos además de la posible satisfacción de ser sus propios jefes es lo que motiva a la población a generar o iniciar un emprendimiento, ubicando a estas dos variables en aproximadamente el 76,19%.

5. ¿En qué área le gustaría desarrollar su idea de negocio?

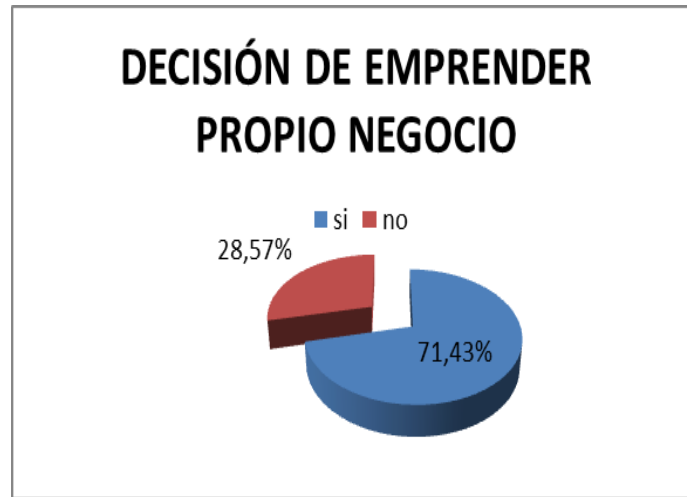


Elaborado por: Los Autores.

Según la percepción de los entrevistados la mayoría de ellos indican que les gustaría desarrollar su idea de negocio en el sector de servicios, esto se debe

a que la ubicación del Cantón se encuentra en un lugar de paso entre dos grandes Ciudades como son Cuenca y Loja, por este motivo las personas que viajan toman su descanso en este sector. Otra variable para generar ideas de prestación de servicios es que dentro de Oña se está empezando a fomentar el turismo, lo cual implica una ampliación para un futuro mercado objetivo para los negocios.

6. ¿Le gustaría iniciar un emprendimiento o negocio propio?



Elaborado por: Los Autores.

De la población que decía no haber tenido la idea de iniciar un negocio, observamos que le 71,42% de ellos al presentarles la propuesta de iniciar un negocio afirman que si lo harían.

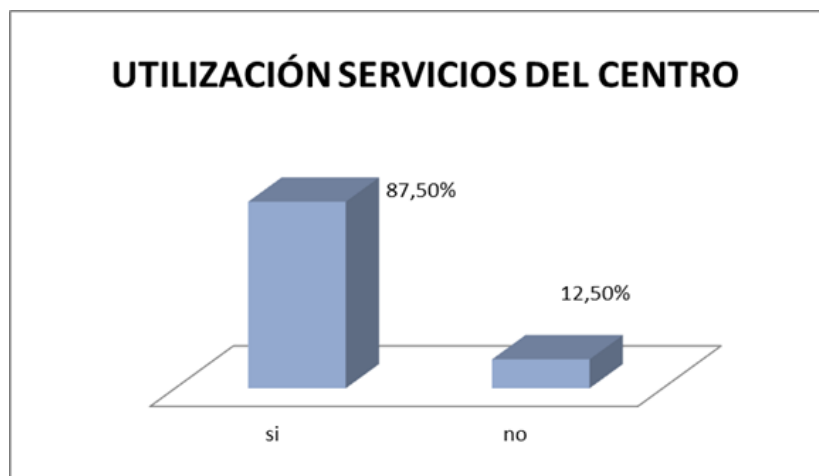
7. ¿Cuál de las siguientes variables influyen para que usted no pueda iniciar su negocio?



Elaborado por: Los Autores.

La mayoría de personas indican que la falta de recursos es un limitante para no generar actividades comerciales. Dentro de “otros” motivos el principal se refiere a la falta de interés por las personas, esto debido a que ya tienen trabajo.

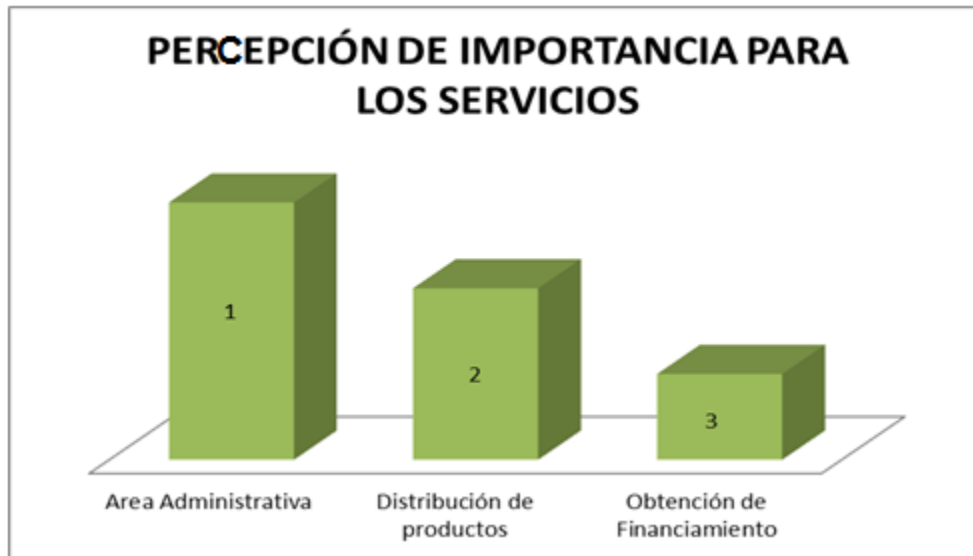
8. ¿Sí en el Cantón de Oña se implementaría un Centro dedicado a la asesoría, capacitación, y seguimiento para actividades comerciales estaría dispuesto a utilizar sus servicios?



Elaborado por: Los Autores.

El 87,50% de personas afirman estar dispuestos a utilizar los servicios del Centro, para ello tomamos la población inicial y calculamos que tenemos un total de 1372 personas que utilizarían los servicios del centro, de este total se considera el 70% para hacer un análisis más cercano a la realidad y esto nos da un total de 960 posibles clientes.

9. De los siguientes servicios de asesoría que se describen a continuación califique en orden de importancia los 3 servicios que más le gustaría que se brindaran en el Centro; siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.



Elaborado por: Los Autores.

Este gráfico indica que estas son las asesorías que la empresa deberá centrar su importancia, siendo las siguientes: área administrativa, distribución de productos y obtención de financiamiento, esto no implica que se deje a un lado las demás.

10. ¿Con qué frecuencia utilizaría los servicios de asesoría?

11. ¿Con qué frecuencia asistiría a un evento? (taller, curso, seminario)

12. Indique el número de veces al año que contrataría el servicio de realizar un plan de negocios.



13.- ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por una asesoría sería?

14.- ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por un evento (taller-curso-seminario) sería?

15. ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por la elaboración de un plan de negocios sería?

Las tablas siguientes presentan el análisis de las preguntas 10-15

Servicio	Media Precio	Precio Final
Asesoría	8, 57	10,00 USD
Taller una Semana	56,70	60,00 USD
Plan de Negocios	385, 63	400,00 USD

Elaborado por: Los Autores.

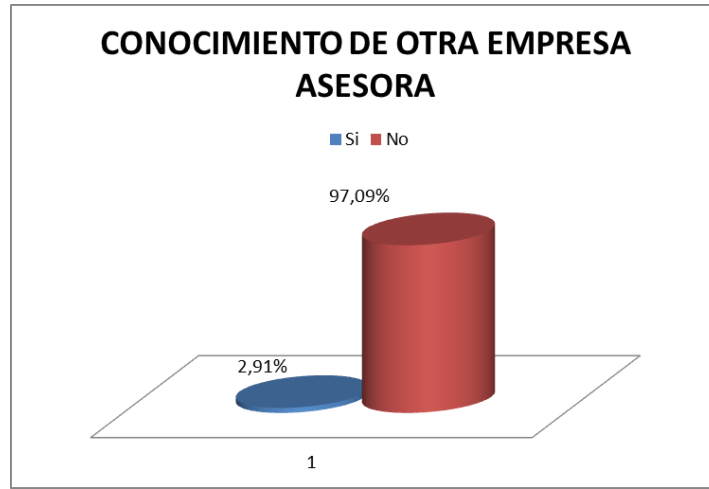
Estos precios fueron estimados según los valores tomados de la media generada por las opiniones de todos los encuestados.

	Frecuencia visita	Real	Frecuencia asistencia Taller	Real	Frecuencia elaboración plan de negocio	Real
Media	5,14	5	2,02	2	11,61	12

Elaborado por: Los Autores.

Esta tabla refleja las frecuencias de utilización de los servicios por parte de los futuros clientes.

16. ¿Conoce algún lugar o empresa que brinde este tipo de servicios?



Elaborado por: Los Autores.

Empresas que han brindado capacitación:

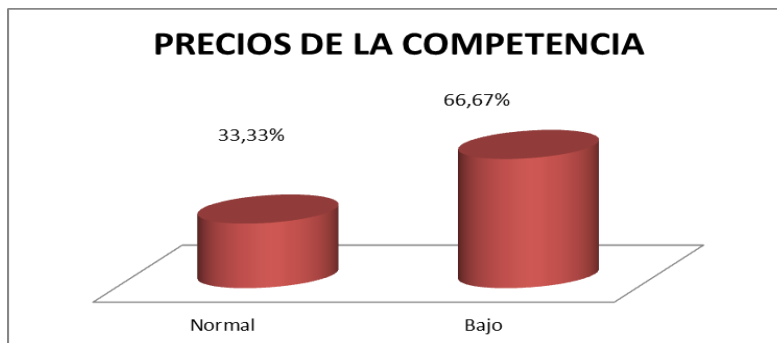
Cooperativa de ahorro y crédito “Jardín Azuayo”.

Ministerio de Industrias y Productividad “MIPRO”.

El 2,91% de encuestados afirma conocer alguna empresa que brinde este tipo de servicio, esto se debe a que ellos han recibido en alguna ocasión una capacitación realizada por las empresas antes mencionadas, mas no existe una empresa que se dedique a brindar este tipo de servicios de manera permanente en el Cantón. Por esta razón es que nuestro Centro de Capacitación para Emprendimiento sería un monopolio dentro de este tipo de servicios.

Cabe aclarar que las capacitaciones que han brindado tanto la Cooperativa de ahorro y crédito “Jardín Azuayo” y el “MIPRO” han sido sobre temas no afines a emprendimientos o similares.

17. ¿Los precios que cobra esta empresa le parecen?



Elaborado por: Los Autores.

Los resultados obtenidos en esta pregunta están en función de la pregunta anterior, es decir los precios que han cobrado las empresas que les brindaron capacitación.

2.3.6.2. Encuesta Aplicada a los Negocios Existentes.

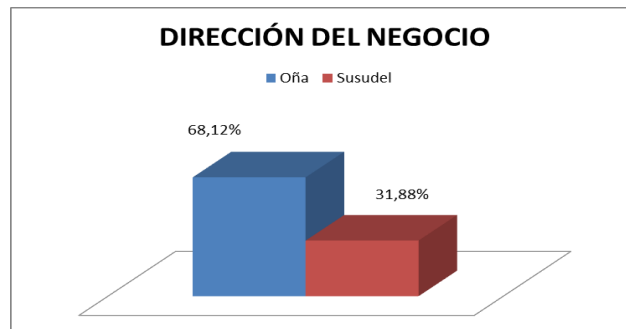
1. Sector Productivo.



Elaborado por: Los Autores.

Los sectores productivos que han tenido más desarrollo son el comercio y la prestación de servicios, ubicándose estos en un 98,40%, dentro del sector “otros” se encuentran las actividades relacionadas con la ganadería y cría de animales de corral.

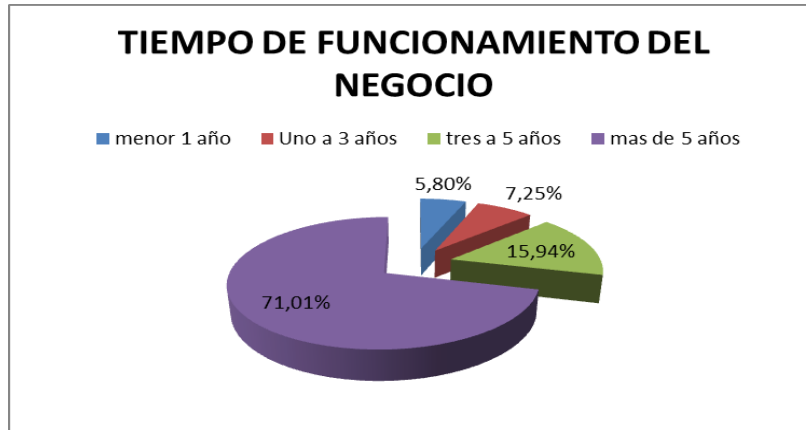
2. Dirección Negocio.



Elaborado por: Los Autores.

El mayor número de encuestas fue realizado en el Centro cantonal que es Oña, ya que es ahí donde existe la mayor concentración de negocios existentes.

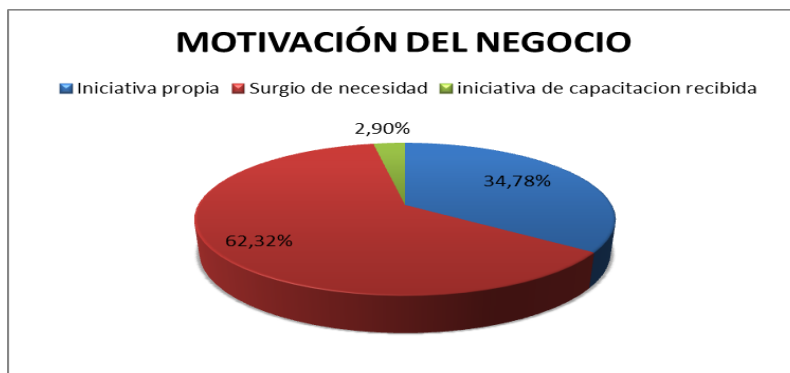
3. ¿Cuánto tiempo tiene de existencia su negocio?



Elaborado por: Los Autores.

La mayoría de negocios indica tener una duración de más de 5 años, por lo cual se estima que los negocios si pueden permanecer por largo tiempo en el mercado.

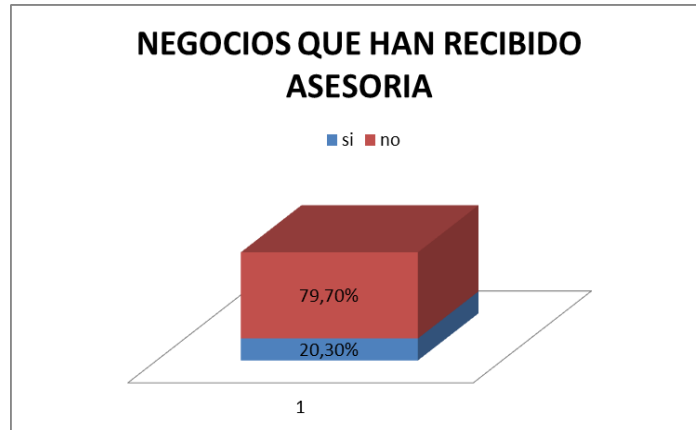
4. ¿Qué fue lo que le motivó a iniciar su negocio?



Elaborado por: Los Autores.

Más del 50% de negocios fueron implementados en función a la satisfacción de una necesidad para los propietarios así como para los demandantes.

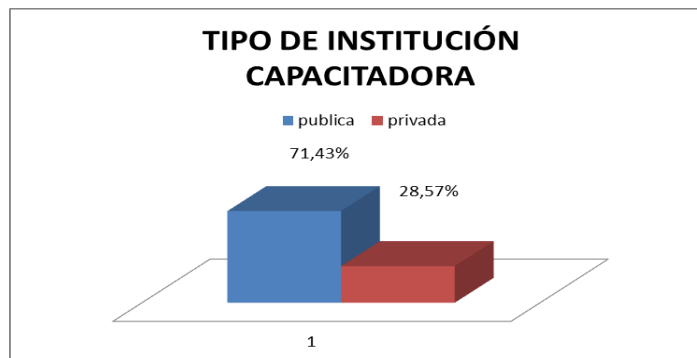
5. ¿Ha recibido algún tipo de asesoría que le ayude a mejorar en su negocio?



Elaborado por: Los Autores.

De los propietarios de negocios el 79,70% afirman no haber recibido capacitación.

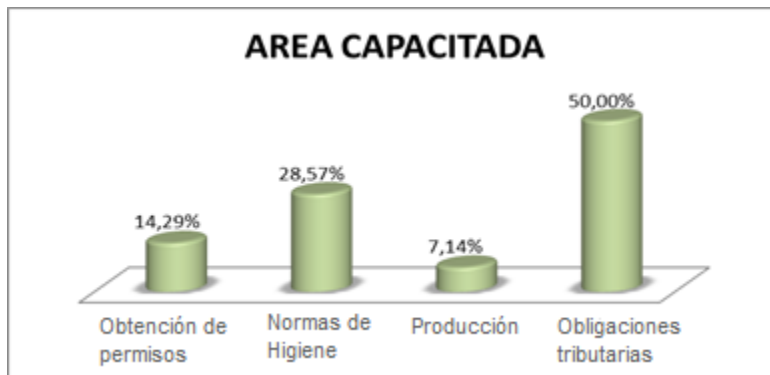
6. ¿Qué tipo de institución le brindó la asesoría? ¿Cuál?



Elaborado por: Los Autores.

Del total de encuestados el 71,43% afirman haber recibido algún tipo de capacitación por parte del sector público (Municipio y MIPRO), mientras que el 28,57% lo han recibido del sector privado (Cooperativa De Ahorro Y Crédito “Jardín Azuayo”), es decir de las empresas donde se encuentran laborando, es por ello que no existe competencia en el Cantón.

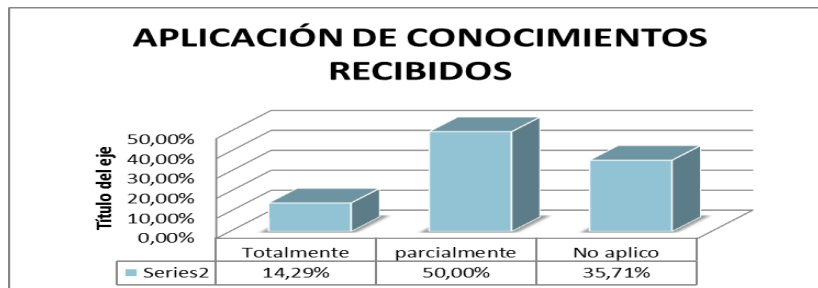
7. ¿En cuál de las siguientes ramas le brindaron la asesoría?



Elaborado por: Los Autores.

El levantamiento de información indica que los negocios que han recibido asesoría han sido encaminadas a estos temas, pero al ofertar nuestro servicio se puede ampliar la áreas a ser atendidas.

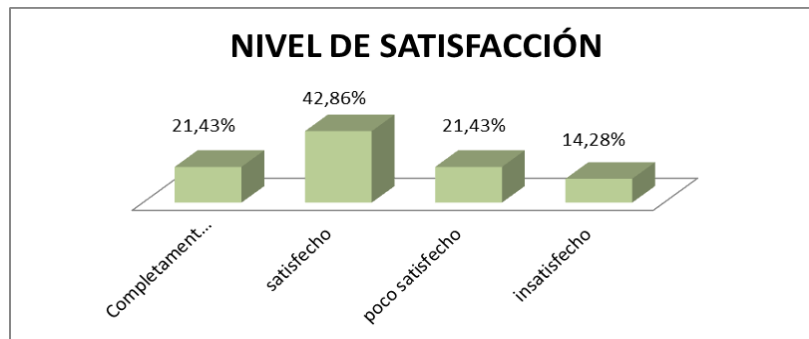
8. Luego de haber recibido la capacitación pudo aplicarla en su negocio.



Elaborado por: Los Autores.

Aproximadamente un 64,29% de encuestados indica haber aplicado de alguna manera lo aprendido, pero también existe un gran porcentaje que no lo ha realizado, esto indica que los conocimientos brindados por dicha empresas no cumple con las expectativas del cliente.

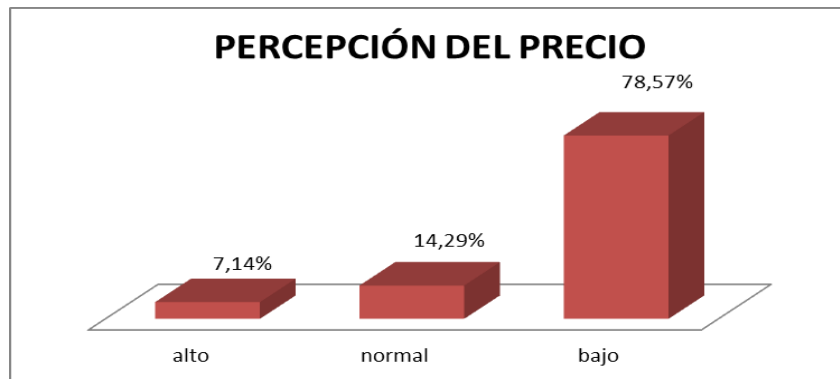
9. Indique el nivel de satisfacción personal luego de recibida la capacitación.



Elaborado por: Los Autores.

Aproximadamente el 64,29% afirma estar satisfecho o completamente satisfecho con el servicio recibido.

10. ¿El precio que pagó por dicha asesoría le pareció?



Elaborado por: Los Autores.

El porcentaje de personas que consideran que el precio es elevado es mínimo en comparación a quienes consideran que este es normal o bajo.

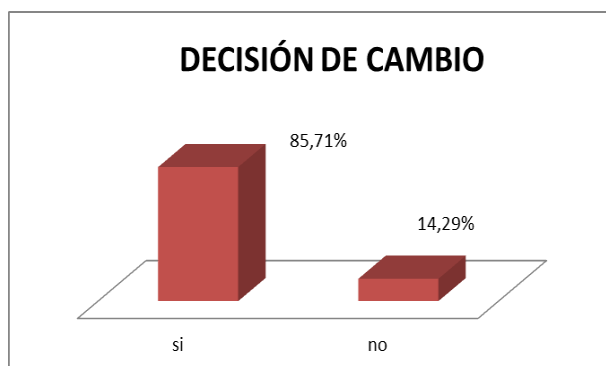
11. ¿Con qué frecuencia usted ha recibido la asesoría?

	Frecuencia Media	Real
Media	2,21	2

Elaborado por: Los Autores.

Frecuencia anual de haber recibido las capacitaciones.

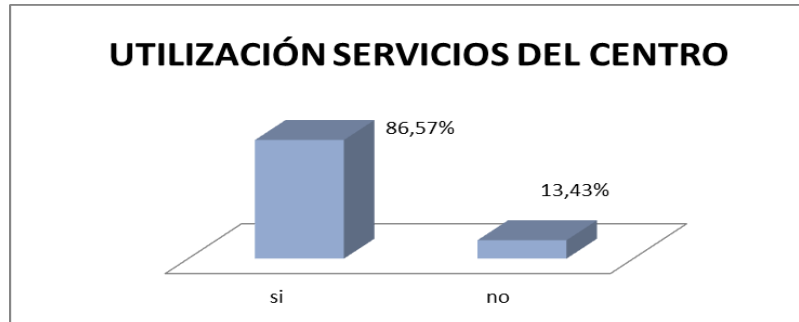
12.- ¿De existir en el Cantón un Centró que le brinde los mismos y mejores servicios cambiaría de capacitador?



Elaborado por: Los Autores.

El 85,71% de negocios indican que si cambiarían de preferencia para utilizar nuestros servicios.

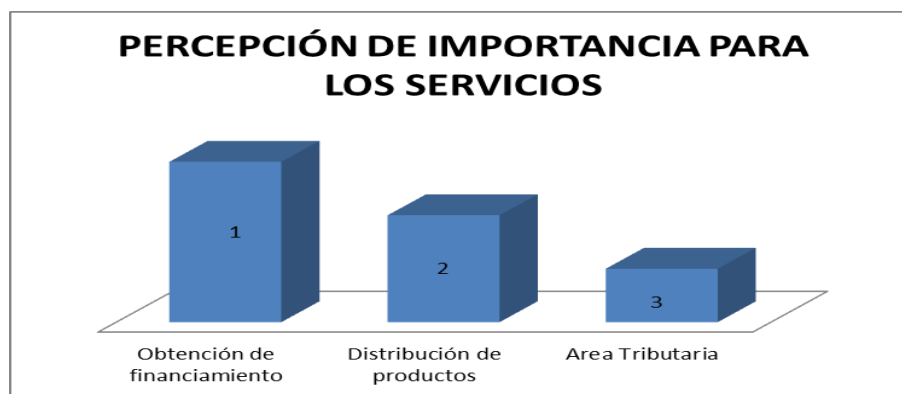
13. ¿Si en el Cantón de Oña se implementaría un Centro dedicado a la asesoría, capacitación, y seguimiento para actividades comerciales estaría dispuesto a utilizar sus servicios?



Elaborado por: Los Autores.

El 86,57% de negocios afirman estar dispuestos a utilizar los servicios del Centro, lo que tomando como base la muestra, nos da un total de 139 posibles clientes, de este total se considera el 70% para hacer un análisis más cercano a la realidad y esto nos da un total de 97 posibles clientes.

14.- De los siguientes servicios que se describen a continuación califique en orden de importancia los 3 servicios que más le gustaría se brindaran en el Centro; siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.



Elaborado por: Los Autores.



Este cuadro indica las áreas más importantes que la empresa deberá centrar su atención, estas son: Obtención de financiamiento, Distribución de productos y Área tributaria, esto no implica que se deje a un lado las demás áreas.

15. ¿Con qué frecuencia utilizaría los servicios de asesoría y seguimiento?

16. ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por una visita en procesos de asesoría y seguimiento sería?

17. ¿Con qué frecuencia asistiría a un evento (taller- curso- seminario)?

18. ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por un evento (taller-curso-seminario) sería?

19. Indique el número de veces al año que contrataría el servicio de realizar un estudio de mejora.

20. ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por la elaboración de un proyecto de mejora sería?

En las tablas se presenta el análisis de las preguntas 15-20

Servicio Ofertado	Media Precio	Precio Final
Seguimiento.	25,83	30,00 USD
Taller una Semana.	56, 70	70,00 USD
Estudio de Mejora.	274,46	300,00 USD

Elaborado por: Los Autores.



Estos precios fueron estimados según los valores tomados de la media generada por las opiniones de todos los encuestados.

	Frecuencia visita seguimiento	Real	Frecuencia asistencia Taller	Real	Frecuencia elaboración plan de mejora	Real
Media	5,68	6	2,01	2	12,38	12

Elaborado por: Los Autores.

Estas frecuencias de utilización de los servicios fueron estimados según los valores tomados de la medias generada por las opiniones de todos los encuestados.

2.4. Descripción de Servicios Ofertados.

2.4.1. Servicios de Asesoría y Seguimiento¹⁵.

La asesoría consiste en dar asistencia y apoyo a los clientes en base a las necesidades que se presente, además de existir una retroalimentación permanente durante el tiempo que dure el contrato. En cuanto al seguimiento consiste en realizar visitas técnicas, con el fin de constatar o verificar si se está cumpliendo con los objetivos planificados.

A quién va dirigido: Es ideal para clientes que desean aprender y/o fortalecer sus conocimientos en el diseño y desarrollo de proyectos. También para aquellas personas que quieran aprender nuevas técnicas administrativas para dirigir una empresa y para aquellas que quieran mejorar su desempeño en el trabajo.

¹⁵ <http://aulavirtual.habilis.com.mx/asesoria.pdf>



2.4.2. Cursos, Talleres, Seminarios.

Para realización de estos eventos se partirá de la planificación de los mismos, luego se realizará un proceso de promoción y difusión, posterior a ello se realizará la inscripción de los participantes y finalmente se dará el evento.

2.4.3. Elaboración de Planes de Negocio.

Consiste en desarrollar la estructura de la idea de negocio o proyecto que se pretende poner en marcha, parte desde la definición del proyecto hasta la forma concreta de llevarla a la práctica. Es un documento de trabajo abierto y dinámico que se actualiza a medida que avanza la idea. Es conciso, claro y no se ajusta a ningún modelo estándar.

2.4.4. Proyectos de Mejora.

Consiste en realizar un análisis situacional del negocio existente y en base a ello plantear un proyecto que ayude al crecimiento de dicho negocio.

2.5. Actividades por Resultados.

2.5.1. Organización de la Unidad Operativa.

2.5.1.1. Organigrama¹⁶.

El organigrama que se emplearía para el Centro es de tipo vertical, donde se muestran las jerarquías según una pirámide; es decir, de arriba hacia abajo.

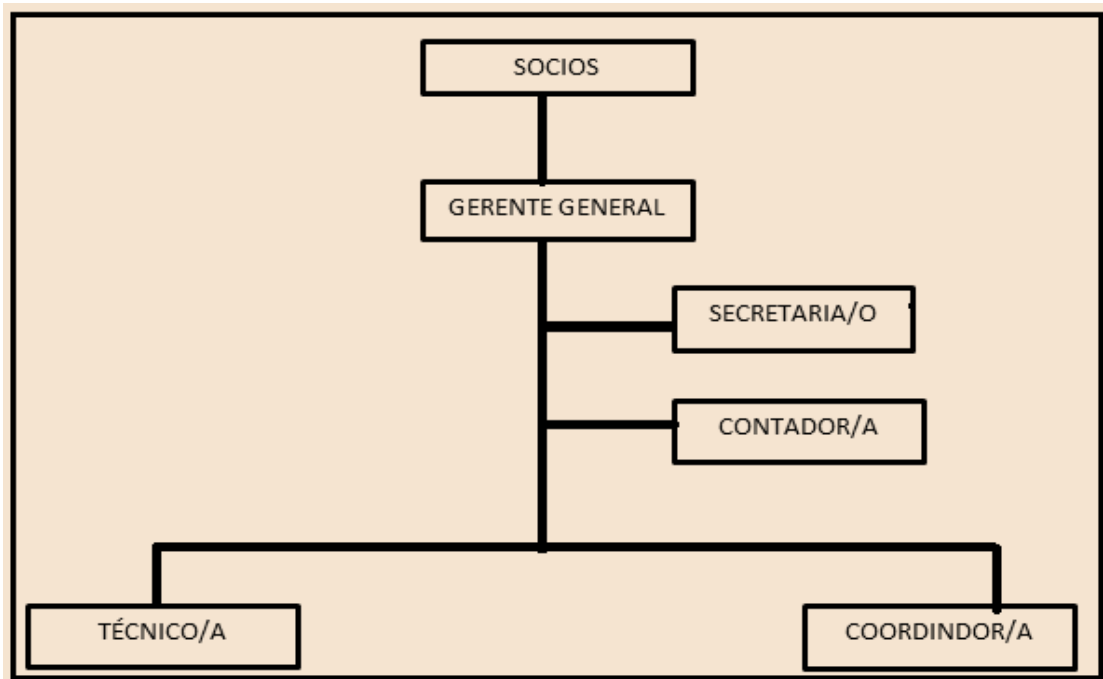
¹⁶ Un organigrama, es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad.

Dentro del personal que conformará el Centro están los siguientes:

- Un gerente.
- Una secretaria/o
- Un contador/a.
- Un técnico/a.
- Un coordinador/a.

A continuación se adjunta el organigrama del Centro de emprendimiento.

Gráfico 5. Organigrama del Centro de Capacitación para Emprendimiento.



Fuente: www.gerencie.com/emprendimiento.htm

Elaborado por: los autores.



2.5.1.2. Personal Ocasional.

- **Expositores/as:**

El Centro para brindar un adecuado servicio deberá contratar ocasionalmente expositores capacitados y calificados de acuerdo a las exigencias profesionales del momento.

El salario de los mismos estará en función de:

- El nivel académico del expositor.
- El nivel de exigencia del evento.
- El tiempo de duración del evento (horas, días, semana, et).

Las funciones a realizar son:

- Capacitar.
- Orientar.
- Guiar.
- Asesorar.
- Otras relacionadas.

- **Asesores de planes de negocio.**

Para la elaboración de los planes de negocio, el coordinador será el encargado de contratar al personal externo, quienes realizarán sus actividades en coordinación con el técnico de la empresa.

Los honorarios estarán en función a las actividades realizadas y el tiempo que le tome hacer las mismas.



Servicio de limpieza y guardianía: Están a cargo de la administración del edificio donde funcionará el Centro, por lo que el costo de estos se incluirá en el rubro de arrendamiento.

2.5.1.3. Descripción de Puestos.

Para la contratación del personal no se discriminará por su tipo de género, etnia, religión, rango socioeconómico, discapacidad, ideología, etc.

Los aspectos que se tomarán en cuenta están basados en el perfil académico de los aspirantes a los diferentes puestos.

A continuación se detallan los cargos, los perfiles y las funciones que deberán desempeñar cada uno:



Cargo	Perfil	Actividades A Realizar
<p>Gerente General</p>	<p>Título:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero Comercial o Economista. - Maestría en emprendimiento o similares . <p>Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Temáticas de emprendimiento y empresariales. - Formulación, evaluación de proyectos. - Gerencia de finanzas - Manejo de recursos humanos. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buen manejo de relaciones interpersonales. - Liderazgo compartido - Capacidad para la toma de decisiones. - Creatividad, iniciativa, tolerancia y persistencia. - Trabajo en equipo. <p>Experiencia: Mínimo tres años</p> <p>Sueldo: \$500 + beneficios de ley.</p>	<p>Función General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades de la empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por los socios. <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asistencia en la creación del Centro. - Contratar al personal de la empresa. - Elaboración del reglamento interno de la empresa. - Orientación en la elaboración de proyectos. - Elaboración de informes a socios. - Presentación de proyectos a socios de la empresa. - Firma de contratos y convenios para la elaboración de proyectos y otros servicios con los clientes. - Revisión y análisis de los estados financieros - Establecer y mantener contactos con los aliados. - Verificar el cumplimiento de las actividades planificadas. - Elaboración del presupuesto junto con los demás empleados de la empresa. - Aprobar y verificar el cumplimiento del Plan Operativo Anual. - Otros relacionados con el puesto.



Cargo	Perfil	Actividades A Realizar
<p>Secretaria/o</p>	<p>Título :</p> <p>Bachiller en Secretariado.</p> <p>Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejo de programas informáticos. (Word, Excel, Correo electrónico, Navegación de Internet). - Conocimiento de inglés básico. <p>Habilidades :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Facilidad de expresión oral y escrita. - Amabilidad y cortesía. - Eficiencia, eficacia y efectividad. - Facilidad en redacción y ortografía. (oficios, invitaciones, etc.) - Dinamismo y entusiasmo. - Buenas relaciones interpersonales. <p>Experiencia :</p> <p>Mínimo un año.</p> <p>Sueldo:</p> <p>\$ 340 + beneficios de ley.</p>	<p>Función General:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apoyar en todas las actividades que se desarrollen en el Centro de Capacitación. <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención y orientación al cliente. - Llevar la correspondencia. - Control y manejo de archivos. - Recepción de inscripciones para proyectos, eventos, etc. - Manejo de contactos de la empresa. - Hacer y recibir llamadas telefónicas en la realización de eventos, conferencias. - Ayudar en la coordinación y realización de eventos. - Ejecutar el POA de actividades. - Otros relacionados con el puesto.



CARGO	PERFIL	ACTIVIDADES A REALIZAR
Contador/a	Título: – Título de CPA Conocimiento: – Contables – Tributación – Análisis financiero Habilidades: – Rapidez mental – Responsabilidad. – Eficiencia, eficacia y efectividad. – Interpretación de documentos contables. Experiencia: Mínimo dos años. Sueldo: \$ 150 al mes.	Función General: – Llevar la contabilidad de la empresa y cumplir con todas las obligaciones tributarias. Funciones Específicas: – Apertura y realización de libros contables. – Establecimiento y manejo del sistema contable de la empresa. – Elaboración de declaraciones y pago de los gastos incurridos cada mes. – Elaboración de roles de pago y cancelación de salarios. – Proporcionar información contable oportuna. (estados financieros). – Estudio y análisis de estados financieros.
* El contador será contratado para prestar sus servicios profesionales.		



Cargo	Perfil	Actividades a Realizar
<p>Técnico</p>	<p>Título:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero comercial o Economista. <p>Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emprendimiento e innovación. - Desarrollo Productivo - Elaboración de planes de negocio y proyecto. - Contabilidad y tributación. <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trabajo en equipo. - Comunicativo. - Agilidad. - Amabilidad. - Eficiencia, eficacia y efectividad. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo dos años. <p>Tener disponibilidad de tiempo.</p> <p>Sueldo: \$500 + beneficios de ley</p>	<p>Función General :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar seguimiento, monitoreo y asesoría a las actividades realizadas durante la prestación de los servicios. <p>Función Específica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asesorar y guiar a las nuevas ideas de negocio durante su desarrollo y su ejecución. - Escuchar y resolver inquietudes de los clientes. - Asistencia técnica al personal encargado en la elaboración de planes de negocio. - Orientar a nuestros clientes en la obtención de financiamiento. - Aplicar mecanismos de control y evaluación en las visitas realizadas. - Informar al coordinador y gerente sobre las actividades realizadas cada mes. - Ejecutar el POA de actividades. - Otros relacionados con el puesto



Cargo	Perfil	Actividades A Realizar
Coordinador/a	<p>Título:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ingeniero comercial preferiblemente con diplomado o licenciatura en algunas de estas áreas: emprendimiento e innovación, pedagogía o trabajo social. <p>Conocimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promoción y ventas. - Elaboración de proyectos. - Planificación. - Metodologías de trabajo en equipo y comunicación. <p>Habilidades :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Comunicativo - Trabajo en equipo. - Orientación a personas. - Orientación a resultados. - Autocontrol. - Sentido del humor. - Eficiencia, eficacia y efectividad. <p>Experiencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mínimo 2 años. <p>Sueldo: \$500 + beneficios de ley</p>	<p>Función General :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hacer y coordinar el Plan Operativo Anual (POA)¹⁷ en base a los objetivos de la empresa y a los lineamientos estratégicos establecidos. <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programar y ejecutar servicios de asistencia constantes ante las necesidades de los clientes. - Ejecutar el POA de actividades. - Orientar a los integrantes de la empresa en el cumplimiento de las metas y objetivos del Centro. - Contratar a personal calificado para elaboración de proyectos. - Coordinar con los capacitadores o expositores los eventos a realizarse. - Informar al gerente sobre las actividades realizadas cada mes. - Otros relacionados con el puesto.

¹⁷POA, documento en el que los responsables de una organización enumeran los objetivos y las directrices que se deben cumplir en el corto plazo (1 año).

2.5.1.4. Manejo de Personal.

La modalidad a ser empleada para el manejo del personal será uno de los aspectos que permitirá alcanzar el éxito de la empresa. Para ello debemos tener presente que cada individuo tiene y maneja su propia filosofía, forma de pensar y actuar. En función a esto debemos establecer una serie de lineamientos que permitan una comunicación efectiva entre los empleados, gerencia y las personas vinculadas al Centro.

Factores a considerar en este proceso:

- Dar a conocer las metas y objetivos que se quieran alcanzar, así como también todas las actividades que realizará la empresa.
- Comunicación efectiva entre el personal de la organización mediante la utilización notificaciones, oficios, letreros, entre otros.
- Fomentar el trabajo en equipo y generar roles de liderazgo mediante el ejemplo de los mandos superiores.
- Mantener un sistema de capacitación continua para todos los empleados
- Inculcar valores positivos como la puntualidad, honradez, respeto, esfuerzo, compañerismo, amistad, dedicación y otros que nos permitan el adecuado desarrollo de actividades.
- Dirigirse al personal de una manera adecuada.
- Mantener un sistema de control de actividades que se ajuste al desarrollo de las mismas.
- Manejar una política de enseñar haciendo, para con ello generar lazos de confianza, unión y compañerismo entre los miembros de la empresa.



2.5.1.5. Evaluación del Desempeño¹⁸.

Considerando que la evaluación del desempeño en el desarrollo de las actividades por parte de los trabajadores es un factor esencial para el cumplimiento de metas y objetivos se debe implementar un sistema de evaluación que garantice eficiencia, eficacia y efectividad.

Las evaluaciones deberán hacerse de manera periódica, donde se incluyan todos los integrantes incluyendo al personal administrativo.

Se deberá aplicar:

- Evaluaciones individuales.
- Evaluaciones grupales.
- Autoevaluaciones.

Las evaluaciones serán realizadas por personal interno y externo a la empresa.

2.5.2. Funcionamiento de la Unidad Operativa.

2.5.2.1. Ubicación.

- **Macro.**

El Centro para su funcionamiento se ubicará a nivel macro en la República del Ecuador, provincia del Azuay, Cantón San Felipe de Oña.

¹⁸ La evaluación del desempeño, consiste en la revisión periódica y formal de los resultados de trabajo, que se efectúa de manera conjunta entre jefe y colaborador.

Ilustración 4. Foto Satelital de la Ubicación del Centro a Nivel Macro



Fuente: <https://maps.google.com.ec>.

- **Micro.**

El Centro se ubicará a 30 metros del parque central de Oña, en la Av. 24 de Mayo s/n y Arsenio Ullauri, en el edificio Sindicato de Choferes, segunda planta alta.

Ilustración 5. Foto Satelital de la Ubicación del Centro a Nivel Micro



Fuente: <https://maps.google.com.ec>.



2.5.2.2. Edificación.

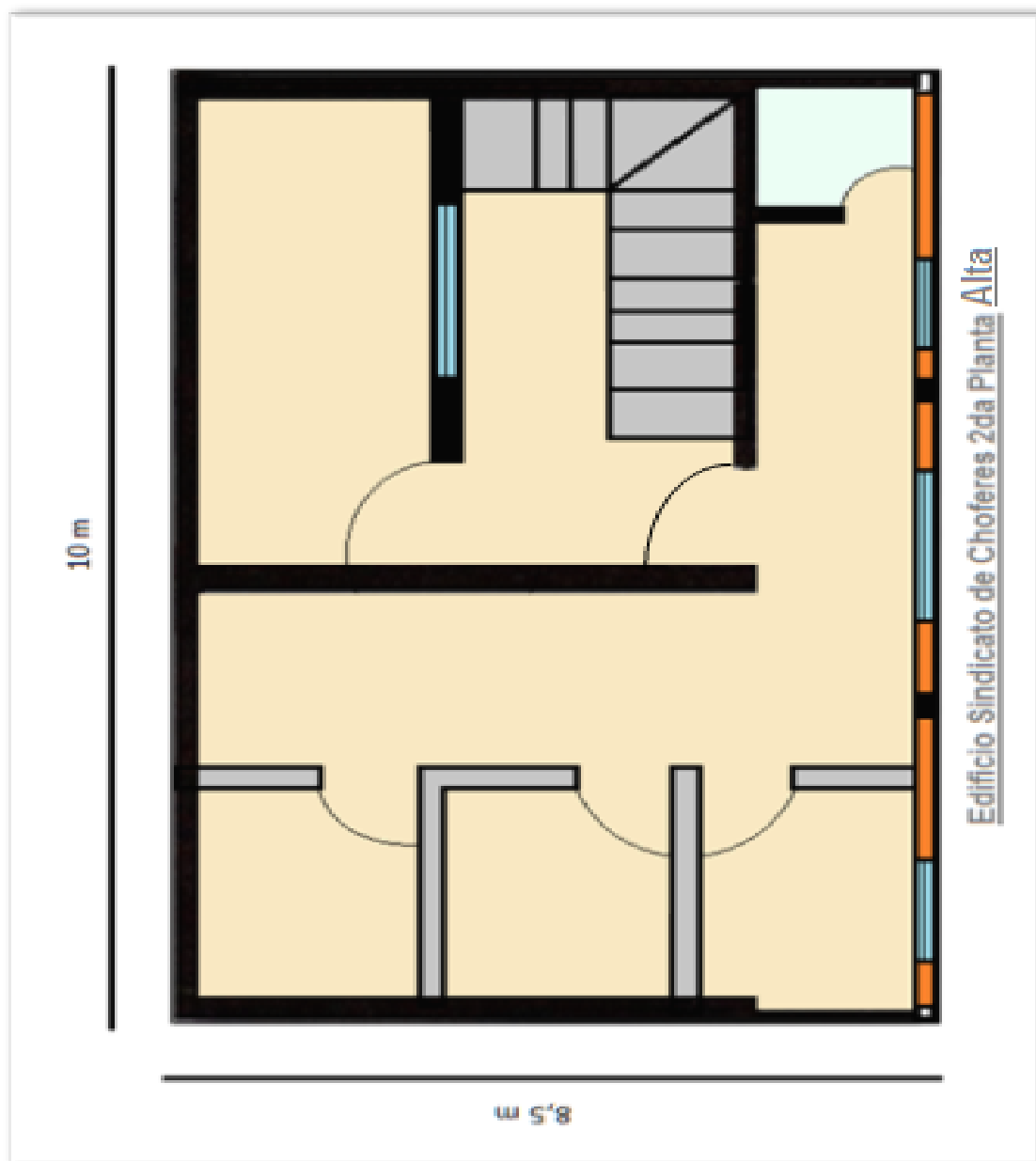
El edificio donde funcionará el Centro, está ubicado en una zona comercial. Tiene tres pisos y su estructura está hecha con materiales de ladrillo y hormigón, construcción de material mixto.

Ver Anexo N°3 (Edificio Sindicato de Choferes, Oña).

2.5.3. Tamaño o Capacidad.

De acuerdo al levantamiento planimétrico el área total de la segunda planta alta del edificio donde funcionará el Centro es de 85.00 m².

Ilustración 7. Plano del Espacio Físico Del Centro.



Fuente: Administracion del Edificio.

Editado por: Los autores.



2.5.3.1. Equipos e Instalaciones.

Actualmente la segunda planta alta está equipada con tres modulares y está diseñada de la siguiente manera:

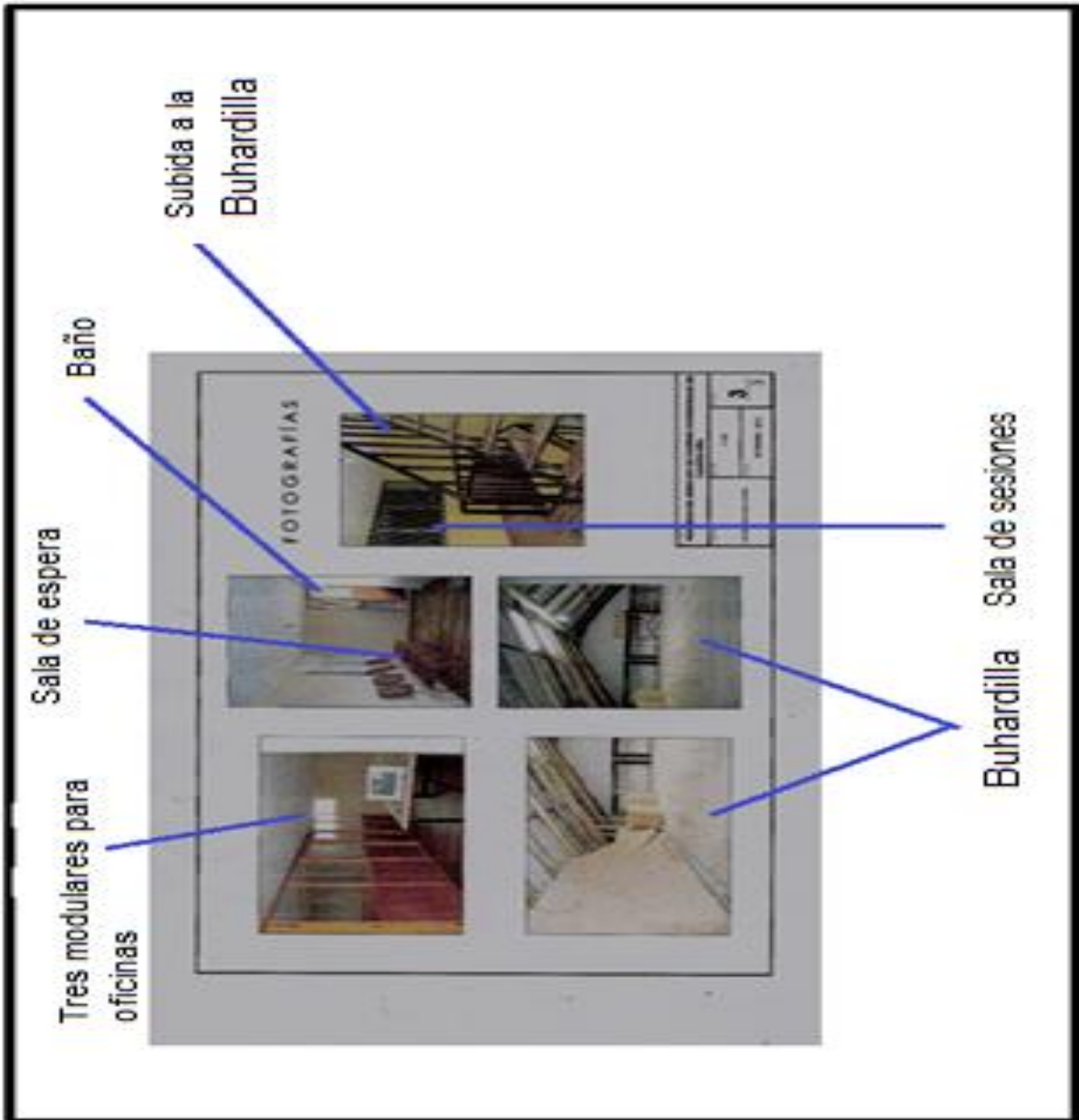
- Una sala de espera.
- Un baño.
- Una sala de sesiones.
- Una buhardilla.

Además el edificio cuenta con todos los servicios básicos como luz, agua potable, teléfono e internet, la calle principal es de pavimento rígido y las aledañas adoquinadas.

También para el funcionamiento del Centro se deberá equipar con:

- Computadoras.
- Teléfono y Fax.
- Impresoras
- Fotocopiadora.
- Escritorios.
- Mesas para reuniones.
- Sillas.
- Equipos de proyección
- Materiales de oficina
- Entre otros

Ilustración 8. Instalaciones del Centro Actuales.

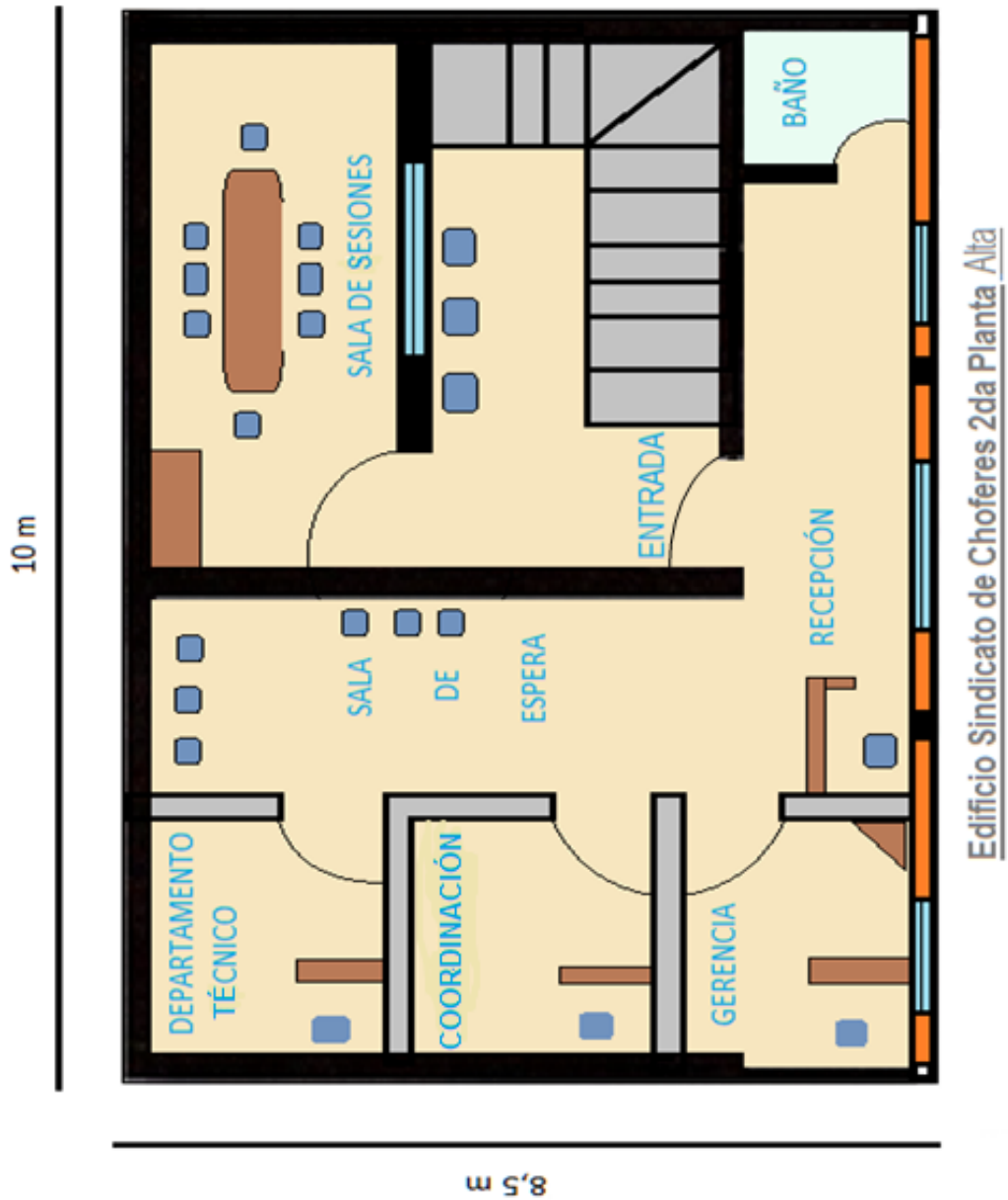


Fuente: Administración del Edificio.
Editado por: Los autores.

2.5.3.2. Distribución de la Planta.

El Centro de Capacitación estará distribuido como se muestra en la siguiente imagen:

Ilustración 6. LAY OUT del Centro de Capacitación



Fuente: Administración del Edificio.
Editado por: Los autores.



Los tres modulares existentes serán ocupados en el siguiente orden, primero el gerente, después el coordinador y finalmente el técnico. El área de cada oficina mide 2,5m x 2,83m. La sala de sesiones comprende un área total de 5m x 2,83m. Se adaptará un espacio para la secretaria la misma que estará frente a la oficina del gerente y a lado de esta se ubicará la sala de espera de los clientes.



CAPÍTULO III

DOCUMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN

3.1. Objetivos del Capítulo.

3.1.1. General.

Presentar de manera detallada la documentación que respalde la elaboración de la propuesta.

3.1.2. Específico.

- Diseñar el plan estratégico que nos permita conocer los factores internos y externos que podría afectar al Centro de Capacitación y en base aquello diseñar estrategias que permitan a la empresa competir y mantenerse en el mercado.
- Diseñar un plan de marketing que permita a la empresa darse a conocer en el mercado.
- Elaborar un manual de políticas y procedimientos que sirva de guía al personal de la empresa para prestar los servicios.
- Conocer los impactos que tendrá la propuesta de creación del Centro.
- Determinar la personalidad jurídica que tendrá el Centro de Capacitación y los requisitos que deberá cumplir.
- Realizar un análisis financiero que permita conocer la viabilidad y rentabilidad del Centro de Capacitación.



3.2. Plan Estratégico¹⁹.

Para el desarrollo del plan estratégico se han utilizado las siguientes herramientas; el análisis PETS y las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter y en base a estas se han diseñado algunas estrategias para que la empresa pueda competir en el mercado.

3.2.1. Análisis PETS²⁰.

Para el análisis PETS se ha identificado los factores del entorno general²¹, que podrían tener alguna influencia sobre la empresa.

3.2.1.1. Factores Políticos – Legales.

Sabiendo que el estado ecuatoriano juega un papel muy importante a la hora de empezar un negocio, se menciona a continuación este factor a tomar en cuenta:

Factor	Descripción	FODA
Reformas Gubernamentales	Transformación de la matriz productiva ²² con el fin de incrementar el nivel de producción y generar valor agregado a los productos.	Oportunidad

¹⁹ Plan estratégico, es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo.

²⁰ PETS: Político, económico, tecnológico y social.

²¹ Según Vicente Tena, entorno es el conjunto de intenciones o fuerzas externas que afectan al desempeño de las funciones en la empresa, pero sobre las que no se tiene control.

²² Matriz Productiva, La forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios tomando en cuenta las relaciones sociales resultantes de esos procesos.



3.2.1.2. Factores Económicos.

Se hará relación a los siguientes índices: PIB, ICG (Índice de Competitividad Global).

- PIB²³ (Producto Interno Bruto) del Ecuador.

Tabla 5. PIB del Ecuador en Millones de Dólares.

Industrias	VALOR AGREGADO BRUTO PETROLERO (*) Y NO PETROLERO										
	2002	2003	2004	tasas de variación		2007	2008	2009	2010	2011	2012
Valor Agregado Bruto Petrolero	-3,0	4,9	37,9	1,1	4,7	-7,1	0,7	0,4	-3,5	4,6	-0,7
Valor Agregado Bruto no Petrolero	4,6	3,0	4,0	6,2	4,6	3,6	7,0	1,8	3,5	8,0	5,7
Otros elementos del PIB	13,3	-6,1	7,3	3,3	0,3	7,0	10,0	-19,7	10,8	13,9	9,7
Producto Interno Bruto	4,1	2,7	8,2	5,3	4,4	2,2	6,4	0,6	3,0	7,8	5,1
PROMEDIO											4,5

Fuente: BCE (Banco Central del Ecuador) – ANUARIO.

Referencia: <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/327-ver-bolet%C3%ADn-anuario-por-a%C3%B1os> (Anuario N.- 35; Capítulo IV- 4.1).

En la última década el PIB ha tenido una tendencia creciente, con un promedio del 4,5%, siendo este factor positivo para el desarrollo del país.

²³ PIB, es la producción total de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un año, indiferentemente de que la propiedad sea nacional o extranjera, permitiendo determinar el decrecimiento o crecimiento económico real.



- Índice de Competitividad Global.²⁴

Tabla 6. Ranking del Índice Global de Competitividad.

PAÍS	ICG 2012 - 2013		ICG 2011 - 2012	Variación 2011-2012
	Posición	Puntaje	Posición	
SUIZA	1	5,72	1	→ 0
SINGAPUR	2	5,67	2	→ 0
FINLANDIA	3	5,55	4	↑ 1
SUECIA	4	5,53	3	↓ -1
HOLANDA	5	5,50	7	↑ 2
EE.UU.	7	5,47	5	↓ -2
CHILE	33	4,65	31	↓ -2
PANAMÁ	40	4,49	49	↑ 9
BRASIL	48	4,40	53	↑ 5
MÉXICO	53	4,36	58	↑ 5
COSTA RICA	57	4,34	61	↑ 4
PERÚ	61	4,28	67	↑ 6
COLOMBIA	69	4,18	68	↓ -1
URUGUAY	74	4,13	63	↓ -11
ECUADOR	86	3,94	101	↑ 15
ARGENTINA	94	3,87	85	↓ -9
BOLIVIA	104	3,78	103	↓ -1
NICARAGUA	108	3,73	115	↑ 7
PARAGUAY	116	3,67	122	↑ 6
VENEZUELA	126	3,46	124	↓ -2

Fuente: Foro Económico Mundial, <http://www.weforum.org/>.

El Foro Económico Mundial acaba de publicar el Informe de Competitividad Global (ICG) de 2012 – 2013, donde podemos destacar que Ecuador avanzó 15 puestos, pasando de la ubicación 101 de 142 economías analizadas en 2011 al puesto 86 de 144 economías analizadas en 2012.

Si bien este hecho es positivo para nuestro país, debido a que ha habido reformas para facilitar hacer negocios, pero aún estamos rezagados en relación a nuestros países vecinos.

²⁴El índice califica con un puntaje de 1 a 7; mientras más alto el puntaje mejor posición en la clasificación y más competitiva es la economía. El ICG mide si nuestro entorno es o no más favorable para hacer empresa que el de otras economías. Esta habilidad depende de cuán eficientemente un país utiliza sus recursos disponibles, proporcionando una visión general a largo plazo sobre la competitividad de las distintas economías a nivel global.

3.2.1.3. Factores Tecnológicos.

Factor	Descripción	FODA
Producción en el Cantón.	Oña es un Cantón agrícola razón por la cual no existe valor agregado en la mayoría de los bienes y servicios.	Oportunidad

3.2.1.4. Factores Sociológicos.

Se analizará en este punto aspectos relacionados con el modo de vida de las personas del Cantón Oña.

Factor	Descripción	FODA
Seguridad Ciudadana.	El Cantón se caracteriza por ser tranquilo, existen pocos casos de inseguridad.	Oportunidad
Pobreza.	El 83% de las personas que viven en el Cantón son pobres.	Oportunidad
Educación Superior.	Solamente el 4,71% tiene y/o está cursando el nivel de instrucción superior.	Amenaza
Analfabetismo.	El 14.6 % de la población es analfabeta.	Amenaza
Idioma	Español.	Oportunidad
Comunicación	Existencia de medios de comunicación dentro del Cantón. (Radio Panamericana)	Oportunidad

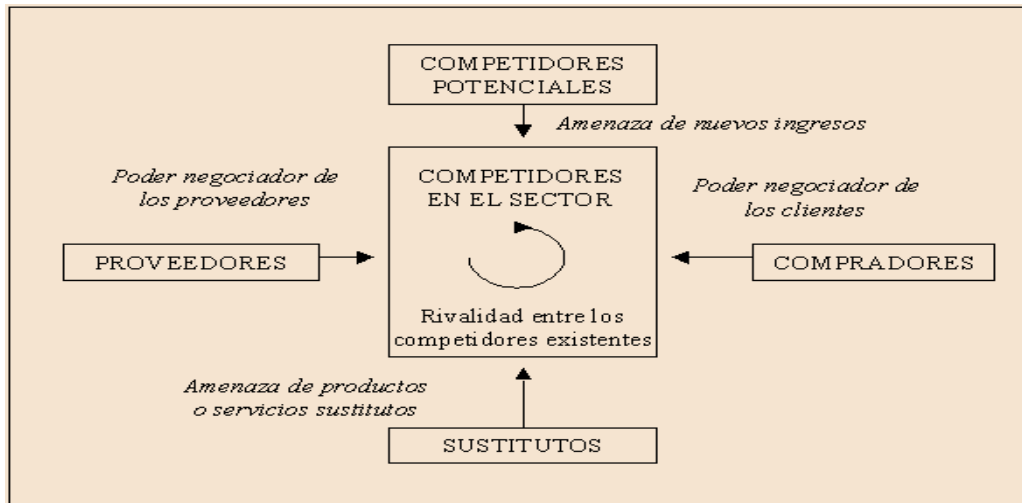
3.2.1.5. Factores Geográficos.

Factor	Descripción	FODA
Variedad de Pisos Climáticos.	Páramos y bosques secundarios ²⁵ hasta valles calientes en las zonas bajas junto a los ríos.	Oportunidad
Vías de Acceso.	Existen vías de acceso hacia todas las comunidades.	Oportunidad

3.2.2. Las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter.

Para evaluar la posición estratégica y la intensidad competitiva que tiene el Centro de capacitación en el mercado, se ha procedido a analizar las cinco fuerzas competitivas de Porter, las cuáles se detallan en el gráfico.

Gráfico 6. Cinco Fuerzas Identificadas por Michael Porter.



Fuente: Porter, “Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de Industrias y Competidores”, 1980.

²⁵ Bosque secundario se define como una vegetación leñosa de carácter sucesional que se desarrolla sobre tierras, originalmente destruida por actividades humanas.

3.2.2.1. Amenaza de Nuevas Empresas.

Factor	Descripción	FODA
Competencia.	No existe en el Cantón un Centro de Capacitación para emprendimiento.	Oportunidad

3.2.2.2. Amenaza de Productos Sustitutos.

	Descripción	FODA
Servicio Sustituto.	No existe en el Cantón otra empresa que brinde algún servicio similar como una consultora o un profesional	Oportunidad

3.2.2.3. Poder Negociador de los Compradores.

Factor	Descripción	FODA
Clientes.	Al no existir competencia el poder negociador de los clientes disminuye ya que la empresa se presenta como un monopolio dentro de esta actividad.	Oportunidad

3.2.2.4. Poder Negociador de los Proveedores.

Factor	Descripción	FODA
Empleados Eventuales.	Al no existir muchos profesionales en el Cantón, se dificulta la contratación de los mismos.	Debilidad



3.2.2.5. Rivalidad entre los Actuales Competidores.

Factor	Descripción	FODA
Empresas que Brindan el Mismo Servicio.	No existe en el Cantón empresas con la misma actividad comercial. (No hay competencia).	Oportunidad

3.2.3. Factores Internos.

Para identificar las fortalezas y debilidades del Centro se ha realizado el siguiente diagnóstico interno:

3.2.3.1. Capacidad Directiva.

Factor	Descripción	FODA
Toma de Decisiones.	Al ser una empresa privada tendrá autonomía en la asignación de sus recursos.	Fortaleza

3.2.3.2. Capacidad Competitiva.

Factor	Descripción	FODA
Calidad del Servicio y Lealtad con el Cliente	Seguimiento, monitoreo y confidencialidad con el cliente.	Fortaleza



Comunicación entre el Personal y el Cliente Externo.	Contacto permanente con el usuario para conocer de sus necesidades.	Fortaleza
Precio	Entrar al mercado con precios accesibles.	Fortaleza

3.2.3.3. Capacidad Financiera.

Factor	Descripción	FODA
Financiamiento Propio.	El 43,21% de la inversión inicial sería aportado por los socios.	Fortaleza
Financiamiento Externo.	El 56,79% de la inversión inicial se obtendría mediante un crédito a la cooperativa de ahorro y crédito "Jardín Azuayo".	Debilidad

3.2.3.4. Talento Humano.

Factor	Descripción	FODA
Sistema de Selección y Descripción de Funciones.	Donde se detallan los requisitos que el personal deberá cumplir acorde con las necesidades de la empresa y lo que deben realizar de acuerdo a sus puestos de trabajo. (Ver Descripción de Puestos, CAPÍTULO II)	Fortaleza

3.2.3.5. Capacidad Técnica o Tecnológica.

Factor	Descripción	FODA
TICS ²⁶ (Tecnologías de la información y de la comunicación).	Nos permite brindar un servicio de acuerdo a las exigencias tecnológicas.	Fortaleza
Infraestructura.	Optima y diseñada para el adecuado funcionamiento del Centro.	Fortaleza

²⁶ TICS, son aquellas tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información.

3.3. Análisis Situacional “MATRIZ FODA

Gráfico 7. Análisis FODA Del Centro de Capacitación.

FODA DEL CENTRO DE EMPRENDIMIENTO		
	Fortalezas (+)	Debilidades (-)
INTERNO	<p>F1. Autonomía de gestión de los recursos económicos al ser un centro privado.</p> <p>F2. Factibilidad del centro por parte de la población y de las empresas.</p> <p>F3. Sistema de selección y manual de funciones.</p> <p>F4. Infraestructura adecuada.</p> <p>F5. Financiación propia del 43,21% de la inversión inicial.</p>	<p>D1. El 56,79% de la inversión inicial se obtendría mediante un crédito a la cooperativa de ahorro y crédito “Jardín Azuayo”.</p> <p>D2. Posible personal no originario del Cantón.</p>
EXTERNO	<p>O1. Transformación de la matriz productiva.</p> <p>O2. No existe competencia en el Cantón.</p> <p>O3. Existencia de pymes y negocios familiares en el Cantón.</p> <p>O4. Existencia de medios de comunicación</p> <p>O5. Apoyo de las autoridades</p> <p>O6. No existe valor agregado en la mayoría de la producción del Cantón.</p> <p>O7. Existen pocos casos de inseguridad Ciudadana.</p> <p>O8. Diversidad de clima.</p>	<p>A1. Posible entrada de Centros de emprendimiento privados o públicos.</p> <p>A2. El nivel de instrucción superior en el Cantón es de 4,71%.</p> <p>A3. El 14.6 % de la población es analfabeta.</p>

Elaborado por: Los autores.

3.3.1. Estrategias Empresariales.

3.3.1.1. Estrategias Reactivas o Defensivas “FA”.

Estas estrategias están sustentadas en la posibilidad de apoyarse en una fortaleza para reducir la posibilidad de una amenaza. (Par de reacción).

- Realizar monitoreo y acompañamiento constante a los nuevos y existentes emprendimientos para que los clientes se vayan fidelizando con la empresa y perciban al servicio como único, poniendo de esta manera una barrera de entrada a la futura competencia.
- Realizar talleres en las comunidades abarcando temas de liderazgo, motivación, etc transmitiendo así un espíritu emprendedor.
- Difundir en prensa local - nacional y otros medios la búsqueda del talento humano para la descripción de puestos que se han mencionado en el *capítulo dos*.
- Usar metodologías de enseñanza sencillas para el entendimiento de todas las personas, en específico de los que no tienen previo conocimiento.

3.3.1.2. Estrategias Ofensivas “FO”.

Son las actuaciones orientadas para aprovechar mejor las oportunidades. (Par de éxito).

- Realizar concursos del proyecto más innovador, más tecnológico, emprendimientos juveniles, de creatividad, etc. Estos eventos tiene como objetivo promover el espíritu emprendedor en el Cantón.



- Crear redes, alianzas, es decir, de networking²⁷, con proveedores, instituciones financieras, municipios, ministerios, Centros nacionales e instituciones.
- Contar con un banco de datos de emprendedores con ideas de negocios y empresas en gestación, que motiven a las personas a explotar los recursos que tienen al Cantón y se inclinen en el camino de emprender.
- Ofrecer asesoría y otros servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes, especialmente en los siguientes campos: asesorías y visitas técnicas, elaboración de planes de negocios, estudios de mejoras, cursos, talleres, seminarios.

3.3.1.3. Estrategias de Supervivencia “DA”.

Son las actuaciones orientadas a reducir las debilidades para que no se incremente el riesgo de las amenazas. (Par de riesgo).

- Realizar convenios con organizaciones financieras que estén dispuestos a apoyar con líneas de crédito a la empresas del cantón.
- Llevar un registro de todos los datos de los clientes como dirección, teléfono, descripción de su vivienda o empresa y hacer uso de la tecnología GPS, para encontrar el lugar exacto del emprendimiento para realizar las visitas técnicas.

3.3.1.4. Estrategias Adaptativas o de Orientación “DO”.

Son las actuaciones orientadas a evitar que las debilidades impidan el aprovechamiento de las oportunidades (Par de adaptación).

²⁷Networking, Redes de trabajo que permiten entablar ventajas competitivas mediante la creación del capital relacional frente a competidores individuales, consiste en establecer contactos que a futuro sean a portantes de valor.



- Hacer uso de ferias, foros, entre otros eventos para promocionar el Centro de Capacitación y de los emprendimientos de nuestros clientes.
- Entrar al mercado con precios accesibles.
- Buscar una fuente crediticia con el más bajo interés para conseguir el préstamo.
- Difundir por la radio local y otros medios la existencia del Centro donde se apoya a la actividades de los emprendedores.



3.3.2. FODA Cruzado.

Gráfico 8. FODA Cruzado del Centro de Emprendimiento.

	Fortalezas (+)	Debilidades (-)
	<p>F1. Autonomía de gestión de los recursos económicos al ser un centro privado.</p> <p>F2. Factibilidad del centro por parte de la población y de las empresas.</p> <p>F3. Sistema de selección y manual de funciones.</p> <p>F4. Infraestructura adecuada.</p> <p>F5. Financiación propia del 43,21% de la inversión inicial.</p>	<p>D1. El 56,79% de la inversión inicial se obtendría mediante un crédito a la cooperativa de ahorro y crédito “Jardín Azuayo”.</p> <p>D2. Posible personal no originario del Cantón.</p>
Amenazas (-)	Estrategias FA. Estrategias Defensivas.	Estrategias DA. Estrategias Supervivencia.
<p>A1. Posible entrada de Centros de emprendimiento privados o públicos.</p> <p>A2. El nivel de instrucción superior en el Cantón es de 4,71%.</p> <p>A3. El 14.6 % de la población es analfabeta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar monitoreo y acompañamiento constante a los nuevos y existentes emprendimientos. • Realizar talleres en las comunidades y transmitir el espíritu emprendedor. • Para la contratación del personal difundir en prensa local - nacional y otros medios (internet). • Usar metodologías de enseñanza sencillas, en especial para personas que no tienen previo conocimiento. • Llevar a cabo programas que formen a las personas en temas destinados en descubrir sus habilidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar convenios con organizaciones financieras que apoyen con líneas de crédito al emprendedor, • Llevar un registro de todos los datos del emprendedor como dirección, teléfono, descripción de su vivienda o empresa.



Oportunidades (+)	Estrategias FO: Estrategias Ofensivas.	Estrategias DO. Estrategias de Adaptación.
<p>O1. Transformación de la matriz productiva.</p> <p>O2. No existe competencia en el Cantón.</p> <p>O3. Existencia de pymes y negocios familiares en el Cantón.</p> <p>O4. Existencia de medios de comunicación</p> <p>O5. Apoyo de las autoridades</p> <p>O6. No existe valor agregado en la mayoría de la producción del Cantón.</p> <p>O7. Existen pocos casos de inseguridad Ciudadana.</p> <p>O8. Diversidad de clima.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar concursos del proyecto más innovador. • Ofrecer asesoría de acuerdo a las necesidades de los clientes. • Crear redes, alianzas, es decir, de networking, con municipios, instituciones financieras, ministerios etc. • Contar con un banco de datos de emprendedores con ideas de negocios y empresas en gestación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer uso de ferias, foros, entre otros, para promocionar el Centro y los emprendimientos de los clientes. • Entrar al mercado con precios accesibles. • Difundir por la radio local y otros medios la existencia del Centro donde se apoya a la actividad emprendedora • Buscar una fuente crediticia con el más bajo interés para conseguir el préstamo.



3.4. Plan de Marketing.

3.4.1. Necesidades Que Satisface Nuestro Servicio.

Al encontrarse nuestro país fomentando el desarrollo de la matriz productiva es necesario brindar un servicio de asesoría el cual ayude a generar este desarrollo y en función al bienestar común contribuir a la satisfacción de las necesidades de autorrealización que tienen los individuos.

3.4.2. Características Del Cliente.

Nuestro servicio está dirigido a un amplio segmento de personas ya que no es excluyente, es decir, lo pueden utilizar personas de diferente edad, género, cultura, religión, condición socio-económica, etc. Nuestra clientela se encuentra dividida en dos segmentos; el primero se refiere a todas aquellas personas que tienen un negocio y sienten la necesidad de que este crezca y se desarrolle en el mercado; el segundo segmento se refiere a todos aquellos emprendedores que les gustaría iniciar una idea de negocio o que simplemente buscan incrementar sus conocimientos en términos empresariales.

3.4.3. Servicios Ofertados.

Nuestro servicio se encuentra dentro de enseñanza y capacitación, está orientado al desarrollo profesional, generación empresas y mejora de negocios ya existentes.



Nuestro portafolio de servicios se encuentra dividido en dos mercados principales futuros emprendedores y negocios existentes, además cada uno de estos tiene un contenido de tres tipos de servicios.

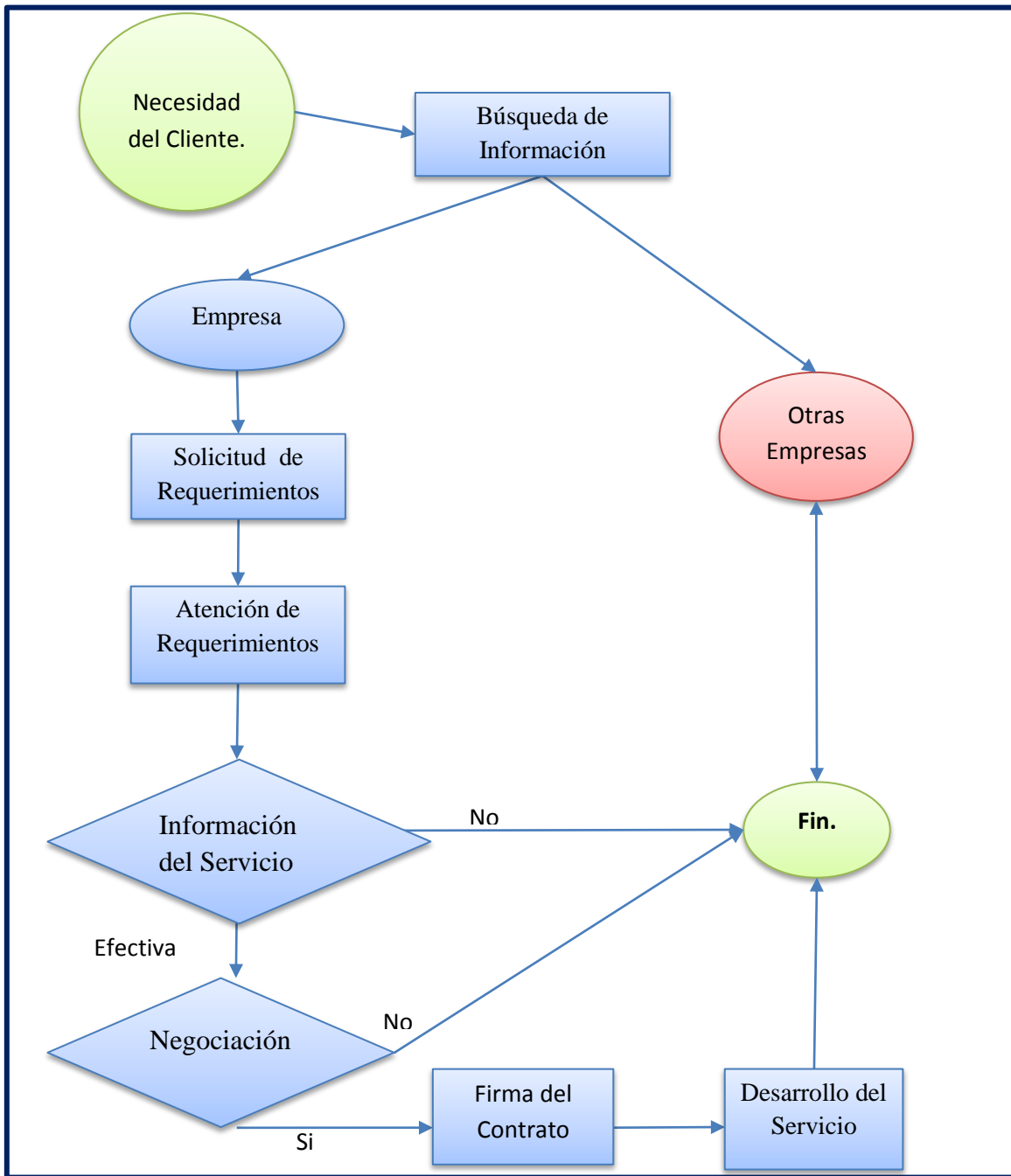
Servicios Para Emprendedores:

- * Asesoría.
- * Talleres.
- * Elaboración de plan de negocio.

Servicios Para Negocios Existentes:

- * Visita técnica.
- * Talleres.
- * Estudio de mejora.

Gráfico 9. Flujograma Del Servicio.



Elaborado por: Los autores.



El gráfico anterior se detalla el flujo grama de nuestro servicio, es decir detalla cada una de las fases por las cuales pasa para la correcta prestación del servicio.

Partimos de la necesidad del cliente, luego este buscará información en diferentes medios lo cual le orientará a nuestra empresa o de ser el caso a otra similar, si decide por nuestra empresa escucharemos sus necesidades y luego de eso le brindaremos información oportuna que le ayudará a satisfacer sus necesidad, si le parece apropiado al cliente procedemos a la negociación y firma de contratos respectivos, finalmente se realiza la prestación del servicio y termina al finalizar lo acordado.

3.4.4. Zonas a Cubrir con el Servicio.

En un inicio el servicio será brindado dentro del Cantón Oña, en sus dos parroquias Oña y Susudel. En un futuro la empresa tiene como visión ampliar su zona de cobertura hacia otros cantones y Ciudades.

3.4.5. Publicidad.

En nuestra campaña publicitaria se utilizará diferentes tipos de canales, de manera que estos puedan llegar a ser conocidos en toda la zona y con ello crear un posicionamiento de la empresa y así estar en la mente del consumidor.

Medios publicitarios.

- Radio.
- Prensa escrita (Revistas publicadas en el Cantón).



- Internet (la empresa contara con su propia página web).
- Afiches, Volantes, entre otros.

Una de las técnicas de marketing a utilizar será la conocida como BTL²⁸ (Below the line), ya que es un técnica nueva y que está generando buenos resultados en empresas que lo aplican.

3.5. Manual de Políticas y Procedimientos de los Servicios.²⁹

Este manual es una guía metodológica dirigida tanto al personal interno y externo de la empresa, con el fin de sugerir una serie de pasos con efectos de guiar la manera de prestar los servicios, lo que por supuesto podrá ser ampliado en el momento de la ejecución de la propuesta con el valor agregado de que cada profesional lo crea conveniente.

3.5.1. Políticas.

- Guardar cuidadosamente la información del cliente a la que se tenga acceso.
- Respetar los derechos de propiedad intelectual de los clientes.
- Dar consejos imparciales, objetivos e independientes.
- Dar soluciones realistas y prácticas para los problemas de los emprendedores.

²⁸ BTL, Son las estrategias conocidas como promoción y publicidad de productos fuera de los medios masivos dirigidas a segmentos específicos para el impulso o promoción de productos, aplicando la creatividad, sorpresa y oportunidad, a través, de medios como merchandising, eventos, impulsaciones, promociones.

²⁹http://www.produccion.lapampa.gov.ar/manual_procedimientos_2009.pdf



3.5.2. Procedimiento a Seguir para la Prestación de los Servicios.

- **Asesoría.**
 - Llegada del cliente.
 - Dialogar sobre sus necesidades.
 - Plantear soluciones viables.

- **Guía para Realizar Cursos, Talleres, Seminarios.³⁰**
 - Escoger el tema del evento en función a las necesidades de los clientes.
 - Contactar a los expositores y ponerse de acuerdo sobre sus honorarios y la fecha del evento.
 - Escoger los medios de publicidad del evento (electrónico, email, WEB, etc.).
 - Determinar costo de material de entrega (lápiz, carpeta, etc).
 - Proyectar el costo y ganancia del evento.
 - Dar el “Visto Bueno” para la realización del curso.
 - Inscribir a los participantes y proceder al cobro del evento.
 - Estar el personal del evento mucho antes de iniciar el evento.
 - Llenar la hoja de asistencia.
 - Desarrollo del evento.
 - Imprimir los certificados del curso y firmar.
 - Realizar evaluación global del curso con participación del facilitador.
 - Entregar los certificados a los asistentes.
 - Realizar informe escrito del desarrollo y evaluación del curso.
 - Realizar reunión con el personal interno de la empresa sobre el evento.

³⁰<http://es.scribd.com/doc/46163062/Pasos-a-Seguir-Para-Dictar-Un-Taller>



- **Elaboración de Planes de Negocio.**

El técnico será el encargado de atender al cliente cuando se trate de planes de negocio y si él no cuenta con disponibilidad para realizar este trabajo deberá entregar la información recolectada de la entrevista al profesional ocasional para que proceda a la elaboración.

- Definir con el cliente cuál es el producto o servicio. (Idea de negocio).
- Preguntarle toda la información necesaria sobre la idea de negocio.
- Apuntar detalladamente toda la información del plan.
- Determinar costo del servicio y forma de pago.
- Establecer tiempo de entrega.
- Firmar contrato con el cliente
- Apuntar todos los datos personales del cliente.
- Llamar al cliente por inquietudes sobre el proyecto.
- Finalmente entregar el técnico el plan de negocios al cliente.
- Elaborar el plan.
- Finalizado el plan reunirse con el cliente para ver si está acorde a sus expectativas.

- **Visitas Técnicas.**

El técnico quién será la persona encargada de visitar a los emprendedores para dar seguimiento a los proyectos, tendrá que realizar las siguientes actividades:

- Antes del encuentro ponerse de acuerdo con el cliente en la fecha de la visita.
- Llevar todos los materiales (lápiz, hojas.)
- En el momento del encuentro el técnico deberá explicar su forma de trabajo.



- Conversar e inspeccionar detenidamente sobre el avance de los proyectos para diagnosticar el emprendimiento.
- Preguntar y anotar sobre las dificultades o problemas que haya tenido el emprendedor.
- Dar soluciones viables al emprendedor haciendo uso de términos sencillos.
- Entregar el informe al gerente y coordinador.
- Explicar e informar al equipo de trabajo sobre el diagnóstico del emprendimiento.
- Detectar los problemas-causas y buscar en conjunto soluciones en las cuales trabajar.

- **Estudio de Mejora.**

- Identificar las necesidades o problemas de la empresa.
- Determinar sus causas y efectos.
- Seleccionar las acciones de mejora.
- Entregar el proyecto a la empresa.

3.6. Impactos.

La propuesta de creación del Centro de emprendimiento generará impactos en lo social, ambiental y económico. A continuación se detalla:

3.6.1. Impactos Sociales.

- Generar nuevas fuentes de empleo.
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Mantener la unión familiar.
- Promover el trabajo en equipo entre las comunidades.



- Disminuir el índice de migración.
- Dar a conocer sus costumbres, productos, cultura y tradiciones del Cantón dentro y fuera del país mediante sus emprendimientos.
- Desarrollo de una comunidad solidaria, con equidad, integrada socialmente.

3.6.2. Impactos Ambientales.

- Cuidar el medio ambiente con nuevas alternativas de producción que no afecten al ecosistema.
- Usar el reciclaje dentro de la empresa como en las formas de producción de los emprendimientos
- Generar ideas de emprendimiento con productos reciclados.

3.6.3. Impactos Económicos.

- Disminuir el índice de pobreza en el Cantón.
- Contribuir al desarrollo económico del Cantón y de la región.
- Mayores ingresos para la población.
- Mayor cobertura de mercados.
- Duración del ciclo de vida de las empresas.
- Productos con mayor calidad.
- Mayor rentabilidad en las empresas.



3.7. Diseño de Flujo de trámites.

3.7.1. Requisitos para la constitución³¹.

La personalidad jurídica que tendría el Centro de Capacitación es de una Compañía de Responsabilidad Limitada, para cual se deberá cumplir con los siguientes requisitos y responsabilidades:

Gráfico 10. Características para la Constitución De Una Compañía De Responsabilidad Limitada.

Compañía Limitada.	
Tipo de Socios.	Socios.
Capital Social.	El capital se divide en cuotas de igual valor. El aumento o disminución de capital requiere reforma estatutaria. Capital mínimo \$ 400.00
Número de Socios.	Mínimo 2 socios máximo 15.
Responsabilidad de los Socios.	Hasta el monto de sus aportes.
Órganos Sociales.	Junta de socios. Representante legal.
Cesión de Participaciones Sociales.	Existe derecho de preferencia. No requiere reforma estatutaria.
Pago de Capital	Pagar el total del capital en el momento de la constitución de la sociedad
Revisor Fiscal³²	No requiere.

Fuente: Superintendencia de Compañías.

³¹http://www.ecuadorservicios.com/Responsabilidad_Limitada.html

³² Revisoría fiscal, Es una institución que es ejercida en cabeza de un profesional de la Contaduría capaz de dar Fe Pública sobre la razonabilidad de los estados financieros, validar informes con destino a las entidades gubernamentales y juzgar sobre los actos de los administradores.



3.7.2. Procedimientos para la constitución ³³

Los pasos necesarios que se deberían considerar para constituir la empresa como compañía limitada, se detallan a continuación:

1. Reservar el nombre para la sociedad

Este trámite se lo realiza en la Superintendencia de Compañías en el balcón de servicios o vía web desde la página: <http://www.supercias.gob.ec/portal/>

En este caso el nombre jurídico destinado para la empresa **ROMERO & ULLAURI ASESORES CIA. LTDA** no se encuentra registrado.

2. Elaboración de los estatutos de la compañía.

Es decir elaboración de la minuta para la escritura de la empresa, se lo realiza ante un abogado.

3. Elaboración de la escritura pública.

Inscripción de la minuta ante un notario.

4. Ingresar a la Superintendencia de Compañías para su revisión y aprobación.

La escritura pública debe ser entregada a la superintendencia de compañías para su revisión aprobación.

³³<http://cuidatufuturo.com/2012/09/cuales-son-los-pasos-necesarios-para-constituir-una-empresa/>



5. Publicación de la escritura en un diario de circulación nacional o local.

La escritura pública una vez aprobada por la superintendencia compañías y luego de entregada la resolución, debe ser publicada en un diario de circulación nacional o local.

6. Pago de la patente municipal.

Obtención de documentos de cumplimiento de obligaciones y funcionamiento emitido por el Municipio.

7. Inscripción de la escritura pública y nombramientos del Gerente General y Presidente de la empresa en el Registro Mercantil.

8. Apertura de cuenta de integración de capital.

Se puede realizar en cualquier banco del país, los requisitos son:

- Capital mínimo \$ 400
- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

9. Presentación de los documentos antes mencionados a la superintendencia de compañías.

10. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Trámite realizado en el servicio de rentas internas.



11. Luego de obtenido el RUC la superintendencia de compañías debe emitir un certificado para retirar el dinero de la cuenta de integración.

El tiempo aproximado para la terminación de este trámite es entre tres semanas y un mes.



3.8. Análisis Económico.

3.8.1. Plan de Inversiones.

PLAN DE INVERSIONES				
DESCRIPCION	AUXILIAR	CANTIDAD	PRECIO UNTARIO	TOTAL
GASTOS PRE -OPERATIVOS				
a. ACTIVOS FIJOS				
Equipos de Computación				3.189,33
Computadora		4	437,99	1.564,28
Impresora		1	379,48	338,82
Proyector		1	835,78	746,23
Instalaciones				540,00
Equipos de Oficina				257,10
Base telefonica/fax		1	199,99	178,56
Teléfonos		3	19,99	53,54
Envío				25,00
Muebles y Enceres				3.369,20
Escritorio Grande		1	219,90	219,90
Escritorio Pequeño		3	168,90	506,70
Archivador		1	166,90	166,90
Mesa sala de sesiones		1	220,00	220,00
Cartelera		1	75,00	75,00
Estante Archivador		3	232,90	698,70
Silla giratoria		4	81,00	324,00
Revistero Bar		1	75,00	75,00
Sillas de Oficina		24	28,50	684,00
Mueble cafetera		1	135,00	135,00
Papelera melamine		4	16,00	64,00
Adecuaciones				200,00
Suministros de oficina				541,33
Gastos de constitución				1.190,00
Escritura publica				622,00
Abogado	500,00			
Notario	122,00			
Base legal de constitucion				400,00
Permisos y patentes				50,00
Publicación estrato compañía				80,00
Gastos Registro Mercantil				38,00
Estudios de investigación				300,00
Gastos varios				445,77
Iva pagado				345,77
Otros gastos				100,00
SUBTOTAL				9.292,73
GASTOS OPERATIVOS				
b. CAPITAL DE TRABAJO				
Mano de Obra (<i>proyección 3 meses</i>)				
Gerente General	Salario Básico Cargo	3	691,42	2.074,25
Cordinador	Salario Básico Puesto	3	558,43	1.675,30
Técnico	Salario Básico Puesto	3	558,43	1.675,30
Secretaria	Salario Básico Puesto	3	483,64	1.450,93
Contadora	Servicios Profesionales	3	150,00	450,00
Arriendos	220 Mensual	3	250,00	750,00
Servicios Básicos (agua, luz, teléfono)	50 Mensual	3	50,00	150,00
Pago Internet	23 Mensual	3	30,00	90,00
SUBTOTAL				8.315,78
TOTAL GENERAL				17.608,51



Ver Anexo N°4 (Proformas de los Equipos de Computación).

Ver Anexo N°5 (Proformas de los Equipos de Oficina).

Ver Anexo N°6. (Proforma de Muebles y Enseres).

Ver Anexo N°7. (Proforma de Suministros de Oficina).

Ver Anexo N°8. (Sueldos y Beneficios).

3.8.2. Estado de Situación Inicial.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
Al primero de enero del 2014			
ACTIVOS		PASIVOS	
COORIENTES		CUENTAS POR PAGAR	10.000,00
CAJA BANCOS	17.608,51		
		PATRIMONIO	
		CAPITAL	7.608,51
TOTAL ACTIVOS	17.608,51	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	17.608,51



3.8.3. Análisis de Costos e Ingresos.

ANÁLISIS DE COSTOS Y PRECIOS PARA EMPRENDEDORES				
Cientes al año	960			
Cientes al Mes	80			
			FRECUEN ANUAL	FRECUEN. REAL
			Asesoría	5
			Taller	2
			Plan de negocio	12
				1
				1
				1
COSTOS ASESORIA	INDIVIDUAL	TOTAL MENSUAL		
Materiales	1,55	124,00		
Carpeta	0,30			
Esfero	0,25			
Otros	1,00			
Gastos Administrativos	3,74	\$ 299,13		
TOTAL	5,29	\$ 423,13		
COSTOS TALLER	INDIVIDUAL	TOTAL		
Materiales	2,65	212,00		
Carpeta	0,30			
Esfero	0,25			
Manuales	2,00			
Hojas escritura	0,10			
Alquiler local	6,25	500,00		
Honorarios Capacitador	15,00	1200,00		
Gastos Administrativos	\$ 22,43	\$ 1.794,77		
TOTAL	48,98	3706,77		
COSTOS PLAN	INDIVIDUAL	TOTAL		
Materiales	10,00	10,00		
Honorarios	200,00	200,00		
Gastos Administrativos	\$ 149,56	\$ 149,56		
TOTAL	359,56	359,56		
CUADRO RESUMEN INGRESOS - COSTOS - UTILIDAD POR SERVICIO				
Servicio	Precio Final	Costo servicio	Utilidad servicio	
Asesoría	\$ 10,00	\$ 5,29	\$ 4,71	
Taller	\$ 60,00	\$ 48,98	\$ 11,02	Taller de una semana
Plan de Negocio	\$ 400,00	\$ 359,56	\$ 40,44	
INGRESO MENSUAL POR SERVICIO A EMPRENDEDORES				
	TOTAL \$	TOTAL COSTOS	INGRESO NETO	
Asesoría	\$ 800,00	\$ 423,13	\$ 376,87	
Taller	\$ 4.800,00	\$ 3.918,77	\$ 881,23	
Plan de Negocio	\$ 400,00	\$ 359,56	\$ 40,44	
TOTAL	\$ 6.000,00	\$ 4.701,46	\$ 1.298,54	



ANÁLISIS DE COSTOS Y PRECIOS PARA CLIENTES DUEÑOS DE NEGOCIOS						
Cientes al año	97				FRECUEN ANUAL	FRECUEN. REAL
	TALLER	VISITA		Visita seguimiento	6	2
clientes al Mes	8	16		Taller	2	1
				Estudio de mejora	12	1
COSTOS ASES. & SEGUI.	INDIVIDUAL	TOTAL. MENSUAL				
Materiales	1,00	8,00				
Movilización	4,00	28,00				
Gastos Administrativos	22,66	\$ 181,27				
TOTAL	27,66	\$ 217,27				
COSTOS TALLER	INDIVIDUAL	TOTAL				
Materiales	3,15	25,20				
Carpeta	0,30					
Esfero	0,25					
Manuales	2,50					
Hojas escritura	0,10					
Honorarios Capacitador	37,50	300,00				
Gastos Administrativos	\$ 15,11	\$ 211,48				
TOTAL	58,91	536,68				
COSTOS PROYECTO	INDIVIDUAL	TOTAL				
Materiales	10,00	10,00				
Honorarios	150,00	150,00				
Gastos Administrativos	113,29	113,29				
TOTAL	273,29	273,29				
CUADRO RESUMEN INGRESOS - COSTOS - UTILIDAD POR SERVICIO						
Servicio	Precio Final	Costo servicio	Ingreso Neto			
Asesoría y Seguimiento	\$ 30,00	\$ 27,66	\$ 2,34			
Taller	\$ 70,00	\$ 58,91	\$ 11,09	Taller de una semana		
Proyecto de mejora	\$ 300,00	\$ 273,29	\$ 26,71			
INGRESO MENSUAL POR SERVICIO A PROPIETARIOS DE NEGOCIOS						
	TOTAL \$	TOTAL COSTOS	INGRESO NETO			
Asesoría y Seguimiento	\$ 480,00	\$ 442,54	\$ 37,46			
Taller	\$ 560,00	\$ 471,25	\$ 88,75			
Proyecto de mejora	\$ 300,00	\$ 273,29	\$ 26,71			
TOTAL	\$ 1.340,00	\$ 1.187,08	\$ 152,92			

3.8.3.1. Total de Ingresos Mensuales por Servicios Prestados.

INGRESOS MENSUALES NETOS POR TODOS LOS SERVICIOS			
	TOTAL INGRESOS	TOTAL COSTOS	INGRESO NETO
SERVICIO	\$ 7.340,00	\$ 5.910,96	\$ 1.429,04

3.8.4. Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (PROYECTADO)													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESOS	7.340,00	7.367,53	7.395,15	7.422,89	7.450,72	7.478,66	7.506,71	7.534,86	7.563,11	7.591,47	7.619,94	7.648,52	89.919,55
(-) COSTOS DE OPERACIÓN	2.767,20	2.774,56	2.781,98	2.789,40	2.796,84	2.804,29	2.811,77	2.819,27	2.826,79	2.834,33	2.841,88	2.849,46	33.697,78
(=) UTILIDAD BRUTA	4.572,80	4.592,95	4.613,18	4.633,49	4.653,89	4.674,37	4.694,93	4.715,59	4.736,32	4.757,15	4.778,06	4.799,05	56.221,77
(-) GASTOS													
Sueldos	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	2.441,93	29.303,12
Arrendos	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
Servicios Básicos	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
Internet	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	360,00
Depreciación	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	118,81	1.425,74
Interes	106,42	104,64	102,87	101,10	99,32	97,55	95,77	94,00	92,23	90,45	88,68	86,91	1.159,94
VARIABLES (1,68% VENTAS)	123,31	123,77	124,24	124,70	125,17	125,64	126,11	126,59	127,06	127,54	128,02	128,50	1.510,65
(=) UTILIDAD OPERATIVA	1.452,33	1.473,79	1.495,33	1.516,95	1.538,66	1.560,44	1.582,31	1.604,26	1.626,30	1.648,42	1.670,62	1.692,91	18.862,32
15% PART TRABAJADORES	217,85	221,07	224,30	227,54	230,80	234,07	237,35	240,64	243,94	247,26	250,59	253,94	2.829,35
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	1.234,48	1.252,72	1.271,03	1.289,40	1.307,86	1.326,37	1.344,97	1.363,62	1.382,35	1.401,16	1.420,03	1.438,97	16.032,97
IMPUESTO RENTA (22%)	263,99	288,13	292,34	296,56	300,81	305,07	309,34	313,63	317,94	322,27	326,61	330,96	3.266,59
UTILIDAD NETA	950,55	954,60	978,69	992,84	1.007,05	1.021,31	1.035,62	1.049,99	1.064,41	1.078,89	1.093,42	1.108,01	12.826,38

Ver Anexo N°9. (Distribución de Gastos Operacionales para el Costo de los Servicios.)

Ver Anexo N°10. (Rol de Pagos y Provisiones).

Ver Anexo N°11. (Tabla de Depreciación).

Ver Anexo N°12. (Tabla de Amortización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo).

Ver Anexo N°13. (Parámetros Utilizados).

3.8.5. Flujo de Caja.

	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		89.919,55	95.314,72	101.033,61	107.095,62	113.521,36
(-) COSTOS DE OPERACIÓN		33.697,78	34.809,81	35.958,53	37.145,16	38.370,95
(=) UTILIDAD BRUTA		56.221,77	60.504,91	65.075,07	69.950,46	75.150,41
(-) GASTOS						
Sueldos		29.303,12	31.354,34	33.549,14	35.897,58	38.410,41
Arrendos		3.000,00	3.096,00	3.195,07	3.297,31	3.402,83
Sevicios Básicos		600,00	619,20	639,01	659,46	680,57
Internet		360,00	371,52	383,41	395,68	408,34
Depreciación		1.425,74	1.425,74	1.425,74	1.425,74	1.425,74
Interes		1.159,94	904,53	649,13	393,73	138,32
VARIABLES(1.68%AVENTAS)		1.510,65	1.601,29	1.697,36	1.799,21	1.907,16
(=) UTILIDAD OPERATIVA		18.862,32	21.132,30	23.536,20	26.081,75	28.777,04
15% PART TRABAJADORES		2.829,35	3.169,84	3.530,43	3.912,26	4.316,56
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		16.032,97	17.962,45	20.005,77	22.169,48	24.460,49
IMPUESTO RENTA (23%)		3.206,59	4.131,36	4.601,33	5.098,98	5.625,91
UTILIDAD NETA		12.826,38	13.831,09	15.404,44	17.070,50	18.834,57
Inversión Inicial	17.608,51					0,00
FLUJO NETO	-17.608,51	12.826,38	13.831,09	15.404,44	17.070,50	18.834,57

Tir	PayBack
75,37%	1 AÑOS
	4 MESES

Ver Anexo N°13. (Parámetros Utilizados).



3.8.6. Financiamiento de la Propuesta.

La propuesta del Centro de Capacitación para para su funcionamiento va a recurrir a la obtención de financiamiento con recursos externos y propios, distribuido de la siguiente manera:

Tabla 7. Financiamiento de la Propuesta

Financiamiento	Valor	Porcentaje
Recursos propios	7.608,51	43,21%
Recursos externos	10.000,00	56,79%
Total	17.608,51	100,00%

Elaborado por: Los autores.

Al recurrir al financiamiento de recursos externos se podría optar por pedir un préstamo a la cooperativa de ahorro y crédito “Jardín Azuayo” para un período de cinco años con una tasa de interés anual del 12.77%.

Ver Anexo N°14 (Proforma de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo).



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES.

En la actualidad se está dando gran interés a temas de emprendimiento y gestión empresarial para PYMES, esto con el fin de formar emprendedores capaces de generar sus propias ideas de negocio y lograr que los pequeños comerciantes puedan ampliar los mismos; también existe el interés del sector público en ir generando actividades que contribuyan al desarrollo de la matriz productiva del país.

Una vez concluido el trabajo investigativo para la ***“Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el Cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014”***, hemos llegado a las siguientes conclusiones; dentro del Cantón Oña existe una diversidad de factores productivos que pueden ser aprovechados para el desarrollo del Cantón, pero esto se ha visto limitado en gran parte por la falta de conocimiento de los habitantes y por la falta de apoyo institucional ya sea por parte de empresas públicas o privadas.

Luego del análisis situacional del Cantón, se realizó el estudio de mercado orientado para dos tipos de posible clientela una para a la población en general del Cantón y otra para propietarios de negocios, de esta manera se pudo estimar la factibilidad que tendría la posible creación del Centro de Capacitación, dando como resultado una aceptación de aproximadamente del 87,50% por parte de futuros emprendedores y del 86,57% para propietarios de negocios existentes.

El estudio de mercado también nos ayudó a generar un análisis económico para el Centro donde los resultados fueron positivos para nosotros dándonos como datos



la recuperación de la inversión en un tiempo no mayor a un año y cuatro meses (Ver Payback), y una Tasa de Retorno sobre la inversión del 75.37 % (TIR).

En definitiva existe factibilidad por parte de la demanda así como la viabilidad financiera para la creación del Centro.

4.2. RECOMENDACIONES.

Luego de las conclusiones generadas y haber observado la factibilidad de la creación del Centro, para nosotros es recomendable realizar la ejecución de dicha propuesta, ya que de esta manera estaríamos incursionando en un mundo empresarial para el cual nos hemos formado profesionalmente durante estos años.

Es importante comentar que de darse la implementación del Centro de capacitaciones podemos generar estrategias empresariales que nos permitan crear convenios con otros tipos de empresas privadas o instituciones públicas que nos ayuden a obtener financiamiento o capital semilla para ejecutar nuestra propuesta.

También es recomendable crear en el Cantón San Felipe de Oña espacios participativos donde los habitantes empiecen a crear una cultura emprendedora encaminada al desarrollo productivo de la zona.

Para el adecuado desarrollo del Centro tendremos que contar con una infraestructura física adecuada y equipada con todos los implementos necesarios para el desarrollo de todas las actividades, además de contar con personal capacitado que sirva de apoyo en la planificación, ejecución y evaluación de los servicios prestados.



BIBLIOGRAFÍA

1. ACUDIR-INNPULSAR, Cuenca 2010 – 75 páginas, Centro de Emprendimiento Cantonal, Doc. Pdf
2. INSTITUTO DE PROMOCIÓN PRODUCTIVA, Julio 2009 – 54 páginas, Manual de Procedimientos PAAT, La Pampa- Argentina, Doc.Pdf.
3. Palomeque Vera Germania Margarita, 2012 “Plan Estratégico del Centro de Emprendimiento Cantonal de Sucúa”, Tesis previa a la obtención del título de economista, Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas Administrativas, Ecuador, Doc Pdf.
4. Porter Michael E, Julio 1985 – 406 páginas, Estrategia Competitiva Tomo 2, compañía editorial s. a, México, 25 - 53 pag.
5. Paredes Roldán , Julio 2010 – 312, Proyectos de Inversión y Desarrollo, Centro de publicaciones de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la Ciudad de Cuenca, 69 - 86, 91- 92, 95 – 99, 121- 125 pag.



ANEXOS



Anexo 1. Encuesta Emprendedores (PEA)

UNIVERSIDAD DE CUENCA "FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS" ENCUESTA EMPRENDEDORES
Encuesta para estudio de factibilidad en el marco del desarrollo de tesis "Propuesta de creación de un centro de capacitación para emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014". (Presentación del encuestador.....)

a) Datos Generales encuestado

1. Su nivel de instrucción es?

Primaria Incompleta ¹
Primaria Completa ²
Secundaria Incompleta ³
Secundaria Completa ⁴
Superior Incompleta ⁵
Título Universitario ⁶
Título Cuarto Nivel ⁷

2. Su ocupación actuales?

Empleado público ¹
Empleado privado ²
Trabajo Independiente ³
Quehaceres domésticos ⁴
Otro ⁵ (¿cuál?) ⁶

3. Ha tenido usted la idea de emprender su propio negocio?

Si¹ ___ No² ___ (Pose pregunta. 6)

4.- Que es lo que le motiva para hacer esto?
(Marque una opción)

Si¹ ___ (Pose pregunta. 8)
Talvez² ___

No³ ___ (Continúe siguiente pregunta 7)

7. Cuál de las siguientes variables influyen para que usted no pueda iniciar su negocio? (Marque la más importante)

Falta de apoyo familiar ¹
Falta de conocimientos ²
No tener recursos ³
Pocas oportunidades en el mercado ⁴
Falta de apoyo institucional ⁵
Otro (¿cuál?) ⁶

b) Percepción del servicio

8. Si en el cantón de Oña se implementaría un centro dedicado a la asesoría, capacitación, y seguimiento para actividades comerciales estaría dispuesto a utilizar sus servicios.

Si¹ ___
Talvez² ___

5. En qué área le gustaría desarrollar su idea de negocio?

Manufactura ¹	Actividad Principal
Comercio ²	
Servicios ³	
Otros ⁴	

(Pose pregunta. 8)

6. Le gustaría iniciar un emprendimiento o negocio propio?

Si¹ ___ No² ___ (Pose pregunta. 6)



15. ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por la elaboración de un plan de negocios o proyecto sería?:

Valor \$ _____

16. Conoce algún lugar o empresa que brinde este tipo de servicios.

Si: ____ (Continúe siguiente pregunta 16)

(¿Cuál?) _____

No: ____ (Fin encuesta)

17. Los precios que cobra esta empresa le parecen?

Alto ¹	
Normal ²	
Bajo ³	

c) Datos de control

Género: M¹ F² Fecha: ____/____/____

Edad: ____ Teléfono: _____

Nombre: _____

GRACIAS POR SU TIEMPO

Considerando el tiempo de un año.

11. ¿Con qué frecuencia asistiría a un evento? (taller, curso, seminario, capacitación de oficios)

Considerando el tiempo de un año.

12. Indique el número de veces al año que contrataría el servicio de realizar un plan de negocios.

13.- ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por una visita en procesos de asesoría y seguimiento sería?

Valor \$ _____

14.- ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por un evento (taller-curso-seminario - capacitación de oficios) sería?

Valor \$ _____

No² ¿Por qué?: _____ (Fin)

9. De los siguientes servicios que se describen a continuación califique en orden de importancia los 3 servicios que más le gustaría se brindaran en el centro; siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.

Asesoría y seguimiento en el área administrativa ¹	
Asesoría y seguimiento en el área de producción ²	
Asesoría y seguimiento en área de contabilidad ³	
Asesoría y seguimiento en Ventas y Mercado ⁴	
Asesoría y seguimiento en la distribución productos ⁵	
Asesoría en obtención de financiamiento ⁶	
Asesoría en atención al cliente ⁷	
Asesoría contable y tributaria ⁸	
Asesoría en formación y constitución de empresas ⁹	
Talleres de diferentes indoles. Emprendimiento, Generar ideas de negocios, etc. ¹⁰	
Otra: especifique? ¹¹	

10. ¿Con qué frecuencia utilizaría los servicios de asesoría y seguimiento?

Anexo 2. Encuesta Negocios

UNIVERSIDAD DE CUENCA "FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS" ENCUESTA NEGOCIOS

Encuesta para estudio de factibilidad en el marco del desarrollo de tesis "Propuesta de creación de un centro de capacitación para emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014". (Presentación del encuestador.....)

a) Datos Negocio.

(Encuestador)

1. Sector Productivo.

	Actividad Principal
Manufactura ¹	
Comercio ²	
Servicios ³	
Otros ⁴	

2. Dirección Negocio.

Oña ¹	
Susudel ²	

(Preguntas propietario)

3. Cuanto tiempo tiene de existencia su negocio?

Menor a 1 año ¹	
Uno a 3 años ²	
3 a 5 años ³	
Más de 5 años ⁴	

4.- Que fue lo que le motivo a iniciar su

Iniciativa propia ¹	
Recomendación de familiar o amigos ²	
Apoyo empresa privada ³	
Apoyo empresa pública ⁴ (gobierno) negocio?	

b) Análisis de competencia

5. Ha recibido algún tipo de asesoría que le ayude a mejorar en su negocio?

Si¹ ___ (continúe preg. 6) No² ___ (Pase preg. 13)

6. Qué tipo de institución le brindó la asesoría?

Pública ¹ (Alcaldía, Gobierno, Prefectura, etc.)	
Privada ² (Cual ³)	
Otro ² (Cual ³)	

7.-En cuál de las siguientes ramas le brindaron la asesoría?

Area administrativa	
Area de producción	
Contabilidad	
Ventas	
Distribución Productos	
Obtención de financiamiento	
Atención al cliente	
Parte legal	
Otra: especifique?	

8. Luego de haber recibido la capacitación pudo aplicarla en su negocio.

Totalmente ¹	
Una parte ²	
No lo aplico ³	

9.- Indique el nivel de satisfacción personal luego de recibida la capacitación.

Completamente satisfecho ¹	
Satisfecho ²	
Poco satisfecho ³	



Insatisfecho ^a
Completamente Insatisfecho ^a

10.- El costo que pago por dicha asesoría le pareció?

Adecuado ¹
Poco Adecuado ²
Inadecuado ³

11.- Con qué frecuencia usted recibe el tipo de asesoría.

Especificar número de veces al año. _____

12.- ¿De existir en el cantón un centro que le brinde los mismos y mejores servicios cambiaría de capacitador?

Si: _____
 Talvez² _____ } Continúe pregunta 13
 No³ _____ ¿Por qué?: _____
 (Fin Encuesta)

c) Percepción del servicio

13.- ¿Si en el cantón de Oña se implementaría un centro dedicado a la

asesoría, capacitación, y seguimiento para actividades comerciales estaría dispuesto a utilizar sus servicios?

Si: _____
 Talvez² _____
 No³ _____ ¿Por
 qué?: _____ (Fin)

14.- De los siguientes servicios que se describen a continuación califique en orden de importancia los 3 servicios que más le gustaría se brindaran en el centro; siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.

Asesoría y seguimiento en el área administrativa ¹
Asesoría y seguimiento en el área de producción ²
Asesoría y seguimiento en área de contabilidad ³
Asesoría y seguimiento en Ventas y Mercado ⁴
Asesoría y seguimiento en la distribución productos ⁵
Asesoría en obtención de financiamiento ⁶
Asesoría en atención al cliente ⁷

Asesoría contable y tributaria ⁸
Asesoría en formación y constitución de empresas ⁹
Talleres de diferentes indoles.
Emprendimiento Generar ideas de negocios, etc. ¹⁰
Otra: especifique? ¹¹

15.- ¿Con qué frecuencia utilizaría los servicios de asesoría y seguimiento?

Especificar número de veces al año. _____

16.- El precio que estaría dispuesto a pagar por una visita en procesos de asesoría y seguimiento sería?

Valor \$ _____

17.- ¿Con qué frecuencia asistiría a un evento (taller- curso- seminario - capacitación de oficios)?

Especificar número de veces al año. _____

18.- ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por un evento (taller-curso-seminario-capacitación de oficios) sería?



Valor \$ _____

19. Indique el número de veces al año que contrataría el servicio de realizar un estudio de mejora.

20.- ¿El precio que estaría dispuesto a pagar por la elaboración de un plan de negocios o proyecto sería?

Valor \$ _____

d) Datos de control

Género: M: _____ F: _____ Edad: _____

Ocupación/Profesión: _____

Nombre: _____

Fecha: ____/____/____

Teléfono: _____

GRACIAS POR SU TIEMPO

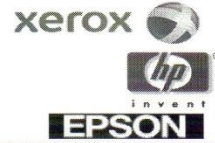
Anexo 3. Sindicato de choferes, Oña.



Anexo 4. Proformas de los Equipos de Computación e Instalación.



Computadoras y Facilidades Cía. Ltda.
"Innovación Tecnológica de Vanguardia"



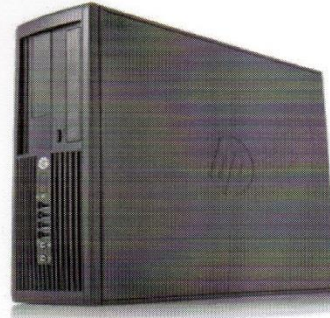
Proforma

Cliente: ARMANDO ROMERO
Atención:
Dirección:
Teléfono: 4189226
RUC/CI

Nro. SV-0000430
20-nov-2013

Código	Descripción	Cant.	P.Unitario	P.Total
	HP PRO 4000 Microtower	4	285,71	1.142,84

PROCESADOR:
INTEL PENTIUM DUAL CORE
VELOCIDAD DE 3.3 Ghz.
MEIMBOARD
INTEL DH
DISCO DURO
250Gb (7200 RPM)
MEMORIA RAM
2 Gb (DDR3)
S. OPERATIVO WINDOWS 7 PROF. (COPIA)
DVD RW (LECTOR Y QUEMADOR DE DISCOS)



INCLUYE:
TECLADO PS2 HP
MOUSE PS2 HP

MONITOR LG
DEFINICION LED
18,5 " PULGADAS



4 105,36 421,44

Garantía: 6 meses PC / 1 AÑO POR EL MONITOR
Entrega: INMEDIATA
Proforma Válida por 5 días laborables.

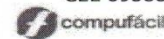
Subtotal	1.564,28
Descuento al Contado.%	0,00
Subtotal Neto	0,00
I.V.A. % 12,00	187,71
Total	1.751,99

Atentamente,

EQUIPO REMANUFACTURADO

GARANTIA ADICIONAL DE 6 MESES \$ 32°°

J. Sebastian Verdugo.V
ASESOR DE VENTAS
COMPUFACIL CÍA. LTDA.
TELF: 2817-133 EXT 105
CEL 0958830655





Computadoras y Facilidades Cía. Ltda.
"Innovación Tecnológica de Vanguardia"



Proforma

Cliente: ARMANDO ROMERO
Atención:
Dirección:
Teléfono: 4189226
RUC/CI

Nro. SV-000432
20-nov-2013

Código	Descripción	Cant.	P.Unitario	P.Total
	HP LaserJet Pro 100 color M175a MFP	1	338,82	338,82

Funciones
Impresión, copia, escaneado

Velocidad de impresión en negro (normal, A4)
Hasta 16 ppm

Velocidad de impresión en color (normal, A4)
Hasta 4 ppm

Primera página impresa en negro (A4, lista)
15,5 segundos

Ciclo de trabajo (mensual, A4)
Hasta 20.000 páginas

Volumen de páginas mensuales recomendado
250 a 950

Tecnología de impresión
Láser a color de 4 pasadas

Calidad de impresión en negro/ COLOR (óptima)
Hasta 600 x 600 ppp

Tamaños de soportes de impresión admitidos
A4; A5; A6; B5 (ISO, JIS); 8k; 16k; 10 x 15 cm; tarjetas postales
(JIS individual y doble); sobres (DL, C5, B5); personalizado: 76 x 127
a 216 x 356 mm



Garantía: 12 meses
Entrega: INMEDIATA / STOCK LIMITADO
Proforma Válida por 5 días laborables.

Subtotal	338,82
Descuento al Contado. %	0,00
Subtotal Neto	338,82
I.V.A. % 12,00	40,66
Total	379,48

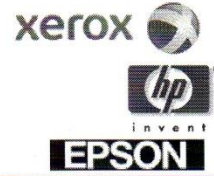
Atentamente,

J. Sebastian Verdugo.V
ASESOR DE VENTAS
COMPUFACIL CÍA. LTDA.
TELF:2817-133 EXT 105





Computadoras y Facilidades Cía. Ltda.
"Innovación Tecnológica de Vanguardia"



Cliente: ARMANDO ROMERO
Atención:
Dirección:
Teléfono: 4189226
RUC/CI

Nro. SV-000431
20-nov-2013

Código	Descripción	Cant.	P.Unitario	P.Total
--------	-------------	-------	------------	---------

Proyector Epson EB-X14

1 746,23 746,23

- 3000 lúmenes (salida en blanco y color)
- Resolución XGA (1.024x768) hasta 1080p
- Duración de la lampara 5000 horas (1 año de garantía)
- Peso 2.3 kg
- Corrección automática trapezoidal (vertical y horizontal)
- Se pueden presentar imágenes desde un puerto USB
- Contraste de 3000:1
- Tecnología 3 LCD
- Accesorios incluidos
- Cable de alimentación de 1.8m
- Mando a distancia y pilas incluidas
- Cable USB de 1.8m
- Funda
- Epson EB-X14 Manual



Garantía: 12 meses
Entrega: INMEDIATA
Proforma Válida por 5 días laborables.

Subtotal	746,23
Descuento al Contado.%	0,00
Subtotal Neto	746,23
I.V.A. % 12,00	89,55
Total	835,78

Atentamente,

J. Sebastian Verdugo.V
ASESOR DE VENTAS
COMPUFACIL CÍA. LTDA.
TELF:2817-133 EXT 105
CEL 0958830655



Cliente: Carlos Armando Romero

Fecha: 22/11/2013

PROFORMA

DESCRIPCION DE SERVICIOS A PRESTAR

- TENDIDO DE REDES Y DISEÑO DE PROGRAMA PARA UTILIZACIÓN DE LA EMPRESA
- DISEÑO DE PAGINA WEB

DESCRIPCION DE SOFTWARE UTILIZADO

ANALISIS DE COSTOS DE SOFTWARE UTILIZADO

CICLO DE VIDA DEL SW	Herramienta	Tipo de licencia		Costo
		Libre	Comercial	
Diseño y Planificación	Día	X		0,00
Desarrollo	Joomla	X		0,00
	MySQL	X		0,00
	Wampserver	X		0,00
	PHP	X		0,00
	NetBeans	X		0,00
	GoogleMaps /OpenStreetMap	X		0,00
	Costo Total			

COSTOS TENDIDOS DE RED Y PUBLICACIÓN DE PÁGINA

Herramienta	Descripción	Tipo de licencia		Costo
		Libre	Comercial	
Hosting	Costo publicación anual		X	30,00\$
Dominio	Costo por año, con renovación anual.		X	15,00\$
Costo Total				45.00 dólares



Herramienta	Costo
Router	\$ 30,00
Cable de red más instalación en cada puesto de trabajo.	\$ 40,00
COSTO TOTAL	\$ 70,00

ANALISIS DE COSTOS DE PRODUCCION

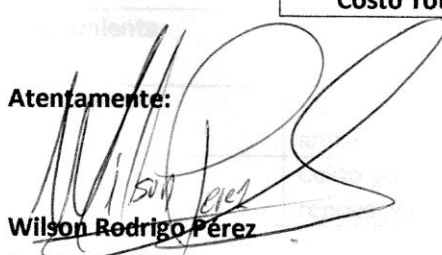
Etapa de Elaboración	Tiempo	Num. De Personal Utilizado	Costo individuales	Costo
Diseño y planificación	2 días laborables	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Elaboración	10 días laborables	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Validación y Correcciones	3 días laborables	3	\$ 45,00	\$ 135,00
Instalación y Publicación	3 días laborables	1	\$ 45,00	\$ 45,00
			Costo Total	540,00 dólares

COSTO TOTAL DE DESARROLLO DE SOFTWARE E INSTALACIONES

El tiempo de elaboración será de 18 días laborables, con un costo total que se describe a continuación.

Descripción	Costo
Software	\$ 0,00
Hardware	\$ 115,00
Mano de obra	\$ 540,00
Costo Total	\$ 655,00

Atentamente:


Wilson Rodrigo Pérez

Telf. 2900305

! Egresado en Ingeniería de Sistemas de la Universidad de Cuenca

Carlos Armando Romero Galarza.

Anexo 5. Proforma de Equipos de Oficina.

PROFORMA ARTÍCULOS DE TELEFÓNICOS

CENTRAL/FAX



TELEFONO/INDIVIDUAL



COSTOS TOTALES

Costo Teléfonos (3)	\$ 59,97
Costo Fax	\$ 199,99
Costo Envío	\$ 25
COSTO TOTAL	\$ 284,96

Referencia: 22/11/2013

1.- listado.mercadolibre.com.ec/teléfono-para-oficina

2.- articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-403435753-fax-panasonic-con-contestador-automatico-digital-ft9371a-_JM

Anexo 6. Proforma de Muebles y Enseres

BIZANCIO MUEBLERIA

Arias Hurtado Jorge Alberto

Lamar 2-85 y Tomás Ordóñez
Telf.: 821 303 • Cuenca-Ecuador

PROFORMA Nº 000896

R.U.C. 0101288124001

Fecha: Noviembre 20/2013
 Cliente: Alfredo Romero R.U.C./C.I.: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Estacion L grande		219.90
2	Estaciones L Pequeñas	168.90	506.70
1	Archivador 4 g' trapan	166.90	166.90
3	Estantes Archivador trapan	232.90	698.70
4	Sillones gerente 3-22	81.00	324.00
24	Sillas de oficina	28.50	684.00
1	revisora bar	75	75.00
1	M.TV. UHS	135.00	135.00
4	Papeleros melamine	16.00	64.00
			2874.20
	Deob		224.60
	Contado.		2649.60



CLIENTE

PROPIETARIO



Fecha: 23 De Noviembre del 2013

Cliente: Armando Romero

Teléfono: 4189226

PROFORMA ELABORACIÓN DE MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	PRECIO
Mesa Ovalada (10 puestos)	\$ 220,00
Cartelera con puertas de vidrio	\$ 75,00
Costo Total	\$ 295,00

Atentamente:

Esteban Chillogally

Telf. 0968387705

Propietario de taller de carpintería



Anexo 7. Proforma de Suministros de Oficina

PROFORMA N° 000000588



Cliente: ROMERO GALARZA CARLOS ARMANDO
 RUC : 9999999999
 Dirección: AV ORDOÑEZ LAZO y SAN MIGUEL

Telf.: 4189236

Cod. Cliente : 2735
 Fecha : 20/Nov/2013

ITEM #	CANT.	CODIGO	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	4.00	E01030	GRAPADORA 5650 26/6 METAL KW	4.0125	16.05
2	4.00	P05002	PERFORADORA KW. 978 MM	4.7125	18.85
3	4.00	C04006	CAJA DE GRAPAS 26/6 5000 U ALEX	0.6343	2.54
4	2.00	C11040	CALCULADORA KADIO ELECTRONIC 12 D.	3.1625	6.33
5	4.00	T08017	TIJERA PELIKAN MEX. OFICINA 7	1.8625	7.45
6	4.00	R03055	REGLA D.F.H. ALUMINIO 30CM	1.2600	5.04
7	4.00	D08003	DISPENSADOR KWV 3309 MED	2.1375	8.55
8	4.00	P47002	PORTA LAPIZ ARTESCO	0.8022	3.21
9	4.00	R05031	RESMA BOND 75 GRS. REPROPAL LASER A4 #	3.6500	14.64
10	24.00	B02129	BOLIG. BIC P/F COLORES	0.2394	5.75
11	10.00	M04221	MARCADOR PELIKAN 742 SOLUBLE.	0.5280	5.28
12	10.00	M04228	MARCADOR PELIKAN 420 COLORES	0.3329	3.33
13	12.00	M04217	MARCAD. STABILO RESALTADOR COLORES	0.9888	11.87
14	4.00	7861145900012	CAJA DE CLIPS ALEX 50GR	0.2105	0.84
15	4.00	B03013	BORRADOR PELIKAN PZ-20 *	0.1391	0.56
16	12.00	L04030	LAPIZ OTHELLO 2 1/2 HB CON BORRADOR	0.4800	5.76
17	4.00	C06003	NOTAS POST 3M 3X3 PAQX5 654-SUC	3.7048	14.82
18	4.00	S01001	SACAGRAPAS ARTESCO M-08B NEGRO	0.3878	1.55
19	4.00	C36133	CUAD. 100H CUADROS ESPIR. UNIVER. INP	0.9726	3.89
20	1.00	G05001	GUILLOTINA SIZE A3 3914	41.5290	41.53
21	12.00	A17005	ARCHIVADOR UNICO TELE NEGRO	1.8750	22.50
22	12.00	A17010	ARCHIVADOR UNICO OFICIO	1.5925	19.11
23	2.00	C15014	CARPETA MANILA S/VINCHA *	0.0779	0.16
24	2.00	V01004	VINCHAS ALEX X 50UND	1.2331	2.47
25	100.00	S04058	SOBRE MANILA F4 *	0.0813	8.13
26	4.00	C33012	CORRECTOR PASSOLA	0.4583	1.83
27	2.00	C01007	CD- EN TORRE DE 25 IMATION	7.0380	14.08
28	2.00	B03008	BORRADOR DE PIZARRA ACRILICA	0.3875	0.78
29	4.00	A05004	ASIENTAMANOS ACRILICO A4	2.0200	8.08
30	1.00	P29032	PIZARRA ACRILICA 120X180CM CON CABALLETE	216.7000	216.70
31	1.00	S03024	SELLOS CAUCHO 3	6.7500	6.75
32	1.00	S03072	SELLO SHINY AUT. 5825	3.7260	3.73
33	2.00	F01001	FECHADOR KOFA MULTIPLE #600	1.3905	2.78

OBSERVACIONES: PROFORMA VALIDA 8 DIAS

TARIFA 0%	14.64
SUBTOTAL	484.90
IVA 12%	56.43
TOTAL	541.33

3- OFICINA

ATENTAMENTE
 RUC: 0300426947001

DISTRIBUIDOR DE MATERIAL DIDÁCTICO / UTILES ESCOLARES / SUMINISTROS DE OFICINA / ESFERAS / LÁMINAS DIDÁCTICAS

LOCAL 1: Mariscal Lamar 11-51 - Telf.: (593-7) 2825 939 - Fax: 2846 039 • LOCAL 2: General Torres 10-58 - Telf.: (593-7) 2824 007 - Fax: 2823 067

Anexo 8. Sueldos y Beneficios.

BENEFICIOS SOCIALES	Gerente	Coordinador	Técnico	Secretaria
XIII	41,67	33,33	33,33	28,33
FONDO RESERVA	41,67	33,33	33,33	33,33
XV	26,50	26,50	26,50	26,50
VACACIONES	20,83	16,67	16,67	14,17
APORT PATRO	60,75	48,60	48,60	41,31
TOTAL BENEFICIOS	191,42	158,43	158,43	143,64

CUADRO SUELDOS A PAGAR			
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS	SUELDO TOTAL
Gerente General	500	191,42	691,42
Coordinador	400	158,43	558,43
Técnico	400	158,43	558,43
Secretaria	340	143,64	483,64
Contadora	150	0	150
TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS (Mensual)			2441,93

Anexo 9. Distribución de Gastos Operacionales para el Costo de los Servicios.

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS OPERACIONALES POR SERVICIO				
INGRESOS BRUTOS POR SERVICIO			PONDERACION GASTOS	COSTOS OPERACIONALES
Asesoría	\$ 800,00	11%	\$ 302,12	\$ 124,00
Asesoría y Seguimiento	\$ 480,00	7%	\$ 181,27	\$ 36,00
Taller emprendedor	\$ 4.800,00	65%	\$ 1.812,70	\$ 1.912,00
Taller negocio	\$ 560,00	8%	\$ 211,48	\$ 325,20
Plan de negocios	\$ 400,00	5%	\$ 151,06	\$ 210,00
Proyecto de mejora	\$ 300,00	4%	\$ 113,29	\$ 160,00
TOTAL	\$ 7.340,00	100%	\$ 2.771,93	\$ 2.767,20



Anexo 10. Rol de Pagos y Provisiones.

ROL DE PAGOS MENSUAL					
Cargos	Sueldo	Total Ingresos	Aporte Personal 9.45%	Líquido a Recibir Mensual	Líquido a Recibir Anual
Gerente General	500	500	47,25	452,75	5433,00
Coordinador/a	400	400	37,80	362,20	4346,40
Técnico/a	400	400	37,80	362,20	4346,40
Secretaria/o	340	340	32,13	307,87	3694,44

ROL DE PROVISIONES ANUAL						
Cargos	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondo Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Aporte Patronal 11,15%
Gerente General	500	340	500	250	1590	55,75
Coordinador/a	400	340	400	200	1340	48,6
Técnico/a	400	340	400	200	1340	48,6
Secretaria/o	340	340	340	170	1190	41,31

Cargos	Líquido a Recibir Anual	Total Provisiones	Total
Gerente General	5433,00	1590	7023,00
Coordinador/a	4346,40	1340	5686,4
Técnico/a	4346,40	1340	5686,4
Secretaria/o	3694,44	1190	4884,44
TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS (ANUAL)			23280,24

Anexo 11. Tabla de Depreciación

DEPRECIACION DE ACTIVOS						
ACTIVO	VALOR	VALOR RESIDUAL	AÑOS	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL	
MUEBLES	\$ 3.169,20	0	10	316,92	26,41	
Equipos de Computación	\$ 2.967,22	0	3	989,07	82,42	
Equipos de Oficina	284,96	0	10	28,496	2,37	
TOTAL DEPRECIACION	\$ 6.136,42			\$ 1.334,49	\$ 111,21	

Anexo 12. (Tabla de Amortización de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo).

TABLA DE AMORTIZACION

Orden	F. Pago	Días	Saldo	Capital	Interes	Total
1	15/02/2014	30	10,000.00	166.67	106.42	273.09
2	17/03/2014	30	9,833.33	166.67	104.64	271.31
3	16/04/2014	30	9,666.66	166.67	102.87	269.54
4	16/05/2014	30	9,499.99	166.67	101.10	267.77
5	15/06/2014	30	9,333.32	166.67	99.32	265.99
6	15/07/2014	30	9,166.65	166.67	97.55	264.22
7	14/08/2014	30	8,999.98	166.67	95.77	262.44
8	13/09/2014	30	8,833.31	166.67	94.00	260.67
9	13/10/2014	30	8,666.64	166.67	92.23	258.90
10	12/11/2014	30	8,499.97	166.67	90.45	257.12
11	12/12/2014	30	8,333.30	166.67	88.68	255.35
12	11/01/2015	30	8,166.63	166.67	86.91	253.58
13	10/02/2015	30	7,999.96	166.67	85.13	251.80
14	12/03/2015	30	7,833.29	166.67	83.36	250.03
15	11/04/2015	30	7,666.62	166.67	81.59	248.26
16	11/05/2015	30	7,499.95	166.67	79.81	246.48
17	10/06/2015	30	7,333.28	166.67	78.04	244.71
18	10/07/2015	30	7,166.61	166.67	76.26	242.93
19	09/08/2015	30	6,999.94	166.67	74.49	241.16
20	08/09/2015	30	6,833.27	166.67	72.72	239.39
21	08/10/2015	30	6,666.60	166.67	70.94	237.61
22	07/11/2015	30	6,499.93	166.67	69.17	235.84
23	07/12/2015	30	6,333.26	166.67	67.40	234.07
24	06/01/2016	30	6,166.59	166.67	65.62	232.29
25	05/02/2016	30	5,999.92	166.67	63.85	230.52
26	06/03/2016	30	5,833.25	166.67	62.08	228.75
27	05/04/2016	30	5,666.58	166.67	60.30	226.97
28	05/05/2016	30	5,499.91	166.67	58.53	225.20
29	04/06/2016	30	5,333.24	166.67	56.75	223.42
30	04/07/2016	30	5,166.57	166.67	54.98	221.65
31	03/08/2016	30	4,999.90	166.67	53.21	219.88
32	02/09/2016	30	4,833.23	166.67	51.43	218.10
33	02/10/2016	30	4,666.56	166.67	49.66	216.33
34	01/11/2016	30	4,499.89	166.67	47.89	214.56
35	01/12/2016	30	4,333.22	166.67	46.11	212.78
36	31/12/2016	30	4,166.55	166.67	44.34	211.01
37	30/01/2017	30	3,999.88	166.67	42.57	209.24
38	01/03/2017	30	3,833.21	166.67	40.79	207.46
39	31/03/2017	30	3,666.54	166.67	39.02	205.69
40	30/04/2017	30	3,499.87	166.67	37.24	203.91
41	30/05/2017	30	3,333.20	166.67	35.47	202.14
42	29/06/2017	30	3,166.53	166.67	33.70	200.37
43	29/07/2017	30	2,999.86	166.67	31.92	198.59
44	28/08/2017	30	2,833.19	166.67	30.15	196.82
45	27/09/2017	30	2,666.52	166.67	28.38	195.05
46	27/10/2017	30	2,499.85	166.67	26.60	193.27
47	26/11/2017	30	2,333.18	166.67	24.83	191.50
48	26/12/2017	30	2,166.51	166.67	23.06	189.73
49	25/01/2018	30	1,999.84	166.67	21.28	187.95
50	24/02/2018	30	1,833.17	166.67	19.51	186.18
51	26/03/2018	30	1,666.50	166.67	17.73	184.40
52	25/04/2018	30	1,499.83	166.67	15.96	182.63
53	25/05/2018	30	1,333.16	166.67	14.19	180.86
54	24/06/2018	30	1,166.49	166.67	12.41	179.08
55	24/07/2018	30	999.82	166.67	10.64	177.31
56	23/08/2018	30	833.15	166.67	8.87	175.54
57	22/09/2018	30	666.48	166.67	7.09	173.76
58	22/10/2018	30	499.81	166.67	5.32	171.99
59	21/11/2018	30	333.14	166.67	3.55	170.22
60	21/12/2018	30	166.47	166.47	1.77	168.24

10,000.00 3,245.65 13,245.65



Anexo 13. Parámetros Utilizados.

PARAMETROS CONSIDERADOS PARA PROYECCIONES DEL ANÁLISIS FINANCIERO			
VARIABLE	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO MENSUAL	FUENTE
Tasa de inflación proyectada 2014	3,20%	0,27%	http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/04/nota/1982326/presidente-rafael-correa-calcula-que-inflacion-ecuador-sera-32-2014
Crecimiento promedio anual del PIB servicios a nivel nacional (última década)	4,50%	0,38%	http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/327-ver-bolet%C3%ADn-anuario-por-a%C3%B1os (Anuario N.- 35; Capitulo IV- 4.1)
Crecimiento de la empresa promedio anual	5%	0,42%	Resultado Inflación (4,5) + porcentaje dado por autores (1,5)
Incremento costos fijos	3,20%	0,27%	
Incremento Sueldos	7%	0,58%	http://www.elmercurio.com.ec/410966-el-alza-salarial-para-el-2014-seria-de-22-dolares/
Costos Variables	1,68%	1,68%	
	VALOR ANUAL		
Impuesto a la Renta	22%		Código Orgánico De La Producción, Comercio e Inversiones
Participación Trabajadores	15%		



Anexo 14. Proforma de la Cooperativa Jardín Azuayo

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JARDIN AZUAYO

COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CONTROLADA POR LA SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

COTIZACION DE SOLICITUD DE CREDITO

DATOS GENERALES

Fecha: 16/01/2014
 Codigo de socio: 92034 Nombre: ULLAURI ULLAURI NANCY ESTEFANIA

DATOS DEL CREDITO

PRODUCTO: ORDINARIO INDIVIDUAL METODOLOGIA: Individual
 TIPO CREDITO: MICROEMPRESA TASA INTERES: 12.77% TASA MORA: 0%
 PLAZO: 60 N. CUOTAS: 60 PERIODICIDAD: Mensual
 VALOR CUOTA: 273.09 P. DE GRACIA: DESTINO:

MONTOS FINANCIADOS

CONCEPTO	VALOR	EXPLICACION
SALDO DEL CREDITO	10,000.00	Monto del Credito
MONTO LIQUIDO	10,000.00	Monto del credito acreditado a la cuenta del socio
SUMA TOTAL DE CUOTAS	13245.65	Sumatoria de cuotas que paga el socio (capital e interes)
CARGA FINANCIERA	3,245.65	Sumatoria de interes (no incluye gastos por cuenta de terceros ni impuestos)

GASTOS POR TERCEROS

Perito Evaluador : \$16.80

NOTA: Esta solicitud tendra una validez de 5 dias, excepto cuando el Banco Central del Ecuador modifique la tasa activa maxima referencial o la Cooperativa Jardin Azuayo modifique sus tasas en base a las maximas permitidas por el Banco Central del Ecuador



Anexo 15. Diseño de Tesis.

DISEÑO DE TESIS

1. TÍTULO

“Propuesta de creación de un Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y PYMES en el Cantón San Felipe de Oña, período 2013-2014”.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERALES

Presentar una propuesta de creación de un Centro de emprendimiento para mejorar la estructura organizacional de nuevos y existentes negocios familiares y Pymes en el Cantón San Felipe de Oña, mediante la capacitación y seguimiento a los mismos.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Proporcionar el marco teórico de referencia para la creación del Centro.
2. Presentar el diseño para la propuesta de creación del Centro.
3. Preparar la documentación de la propuesta.

3. MARCO TEÓRICO

- **Capacitación.**

"La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio



en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores." (Siliceo; 1996).

- **Centro de Capacitación.**

“Se concibe como un espacio destinado a asesorar, apoyar, fortalecer, facilitar y fomentar las iniciativas emprendedoras, mediante la creación de nuevas empresas impulsando así el espíritu emprendedor, las actividades empresariales y la cooperación entre ellas”.

(<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>.)

- **Emprendimiento.**

“Proviene del término francés *entrepreneur* que significa pionero y hace referencia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo; también es utilizado para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto y que en la actualidad es aplicado también a empresarios que innovan o agregan valor a un producto o proceso ya existente”.

(www.gerencie.com/emprendimiento.html.)

Según la definición mencionada anteriormente podemos decir que un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte sus recursos económicos e intelectuales con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. Siendo esto de suma importancia debido a que las personas pueden obtener sus propios ingresos a través de su espíritu innovador que les motiva a crear su propia empresa y a cambiar el rol de empleado a empleador gracias a la generación de empleo, además que contribuyen al desarrollo económico del país.



- **Negocios Familiares.**

“Son actividades comerciales que realizan los miembros de una determinada familia ya que estos se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones y cumplir ciertas tareas. La propiedad y gestión de la empresa están en las mismas manos y cuya actividad de desarrollo y continuidad en el mercado depende de los miembros de la empresa”.

(www.cienciasempresariales.info/definicion-de-empresa-familiar-y-conceptos-afines/).

- **Pymes.**

“Se conoce al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.” (<http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>).

- **Empresa.**

Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro *Hacer Empresa: Un Reto*, la empresa se la puede considerar como “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado”.

- **Estructura Organizacional.**

“Comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la



estructura real de la organización”. (<http://admiempresas.blogspot.com/conceptos-sobre-estructura.html>)

Kast y Rosenzweig, consideran como el patrón establecido de relaciones entre los componentes o partes de la organización, es decir, se refieren a las operaciones reales y al comportamiento en sí de la organización.

Siendo entonces la estructura organizacional una forma de dividir, organizar y coordinar las actividades de la organización como las tareas del directivo, la división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía de la organización y la coordinación.

- **Emprendedor.**

“Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella”. (Freire, 2005).

Según esta definición podemos decir que un emprendedor va a ver una oportunidad donde otros ven una debilidad y en función a ella crea una organización que junto a terceros pueden formar un grupo humano capaz de alcanzar lo que otros creían imposible.

- **Innovación.**

“Entendida esta como la necesidad de generar productos, servicios y procesos diferenciados que garanticen a la organización su participación en el mercado competitivo, eliminando el mito de que la innovación sólo está asociada a procesos de alta tecnología”. ACUDIR-INNPULSAR, Centro de Emprendimiento Cantonal, Pag 35.



La innovación es un elemento indispensable para que las empresas puedan competir ya que esta se pueda encontrar en cualquier parte de la cadena de valor, es decir desde la obtención de la materia prima hasta la fabricación del producto terminado.

- **Desarrollo.**

“Hace referencia al incremento, ampliación, agrandamiento de alguna característica física o abstracta”. (<http://definicion.de/desarrollo/>)

Dentro del desarrollo de nuestra propuesta hemos visto importante citar dos conceptos relevantes que hacen referencia al desarrollo en cualquiera de sus manifestaciones, estos son; desarrollo económico y local.

- **Desarrollo Económico.**

“Se entiende por desarrollo económico al proceso en el cual la producción de bienes y servicios se encuentra en estado creciente y al alcance de todos los miembros de una comunidad. Los conceptos que están íntimamente relacionados con el desarrollo económico son: aumento del ingreso real per cápita y aumento de la productividad per cápita real en todas las ramas económicas que se encuentren afectadas”. (Montoya A. Realidad-Revista de Ciencias Sociales y Humanidades (UCA), 2007).

- **Desarrollo Local.**

“Se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o Ciudad, considerando como potencialidades endógenas de cada territorio al conjunto de factores económicos y no económicos, teniendo como no económicos los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc”. (Alburquerque,F.



Metodología para el Desarrollo Económico Local, Dirección de Desarrollo y Gestión Local. ILPES, febrero 2000).

4. PROBLEMAS

En el Cantón de Oña se carece de un Centro de Capacitación que fomente el emprendimiento a la población, además que brinde asesoramiento y seguimiento a las organizaciones existentes. Debido aquello se considera necesario presentar una propuesta de creación de un Centro que permita que productores y comerciantes adopten capacidades que les ayude a mejorar la estructura organizacional de sus negocios en mira a elaborar productos y brindar servicios de mayor calidad, incrementando de esta manera sus ingresos y logrando con ello mayor apertura en el mercado.

5. ESQUEMA TENTATIVO

CAPITULO 1: Marco de Referencia de la creación del Centro de emprendimiento

- 1.1.- Caracterización del Cantón Oña
- 1.2.- Sistemas de la organización del desarrollo local
- 1.3.- Conceptos básicos de la creación del Centro de emprendimiento

CAPITULO II Diseño de la propuesta de creación del Centro de emprendimiento.

- 2.1.- Aspectos generales de la propuesta
- 2.2.- Estrategia de la propuesta



2.3.- Resultados

2.4.- Actividades por resultados

2.4.1.- Organización de la Unidad Operativa

2.4.2.- Capacitación en emprendimiento

2.4.3.- Funcionamiento de la Unidad Operativa

2.5.- Recursos requeridos

2.6.- Presupuesto de la propuesta

CAPITULO III Documentación de la propuesta de creación

Introducción

3.1.- Conceptos básicos

3.2.- Organización de la documentación

3.2.1.- Plan estratégico

3.2.2.- Plan de marketing

3.2.3.- Manual orgánico funcional

3.2.4.- Manual de políticas y procedimientos

3.2.5.- Metodología de evaluación del Proyecto

3.2.6.- Diseño de Flujo de trámites

3.3.- Recursos

Anexos

CAPITULO IV Conclusiones y recomendaciones



6. METODOLOGÍA

La metodología a aplicar para el desarrollo de esta tesis son las técnicas cuantitativas y cualitativas. Refiriéndose las primeras a los procesos necesarios para realizar el estudio de mercado, análisis financieros e interpretaciones de información obtenida. En cuanto a lo cualitativo será utilizado para generar interpretaciones, recomendaciones de la investigación, además de que permita elaborar una parte de la estructura organizacional.

7. RESULTADOS

Como resultado de esta investigación se pretende entregar el diseño de la propuesta del Centro de Capacitación para Emprendimiento en negocio familiar y pymes en el Cantón San Felipe de Oña acorde a los objetivos presentados.

8. BIBLIOGRAFÍA

www.degerencia.com/

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>

<http://www.scci-asesores.com/niif---niif-para-pymes>



9. CRONOGRAMA

	MARZO			ABRIL			MAYO			JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
PRESENTACIÓN DEL TEMA																					
APROBACIÓN AL DISEÑO DE TESIS																					
PRESENTACIÓN DEL DISEÑO DE TESIS																					
CAPÍTULO I: Marco de referencia de la creación del centro de emprendimiento																					
1.1.- Caracterización del Cantón Oña																					
1.2.- Sistema de la organización del desarrollo local																					
1.3.- Conceptos básicos de la creación del centro de emprendimiento																					
Revisión del director de tesis																					
Correcciones																					
Aprobación																					
CAPÍTULO II: Diseño de la propuesta de creación del centro de emprendimiento																					
2.1.- Aspectos generales de la propuesta																					
2.2.- Estrategia de la propuesta																					
2.3.- Resultados																					
2.4.- Actividades por resultados																					
Organización de la Unidad Operativa																					
Capacitación en emprendimiento																					
Funcionamiento de la Unidad Operativa																					
2.5.- Recursos requeridos																					
Revisión del director de tesis																					
Correcciones																					
Aprobación																					
CAPÍTULO III: Documentación de la propuesta de creación																					
Introducción																					
3.1.- Conceptos básicos																					
3.2.- Organización de la documentación																					
Plan estratégico																					
Plan de marketing																					
Manual logístico funcional																					
Manual de políticas procedimie ntos																					
Metodología de evaluación del Proyecto																					
Diseño de Flujo de trámites																					
3.3.- Recursos																					
Revisión del director de tesis																					
Correcciones																					
Aprobación																					
Legends																					
CAPÍTULO IV: Conclusiones y recomendaciones																					
Revisión del director de tesis																					
Correcciones																					
Aprobación																					
ENCUADERNACIÓN Y ENTREGA DE TESIS																					



GLOSARIO

Capacitación³⁴: "La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores." (Siliceo; 1996).

Centro de Capacitación: Se concibe como un espacio destinado a asesorar, apoyar, fortalecer, facilitar y fomentar las iniciativas emprendedoras, mediante la creación de nuevas empresas impulsando así el espíritu emprendedor, las actividades empresariales y la cooperación entre ellas.

Competitividad: "Capacidad de una persona, organización o país, para mantener sistemáticamente ventajas comparativas y/o competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico". (Mintzberg, Henry: 2000).

Desarrollo: "Hace referencia al incremento, ampliación, agrandamiento de alguna característica física o abstracta". (<http://definicion.de/desarrollo/>)

Emprendedor: "Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella". (Freire, 2005).

³⁴ <http://www.funadeh.org/el-reto-de-administrar-la-capacitacion-en-las-organizaciones>



Emprendimiento³⁵: “Proviene del término francés *entrepreneur* que significa pionero y hace referencia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo; también es utilizado para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto y que en la actualidad es aplicado también a empresarios que innovan o agregan valor a un producto o proceso ya existente”.

Empresa: Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", la empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado"

Estructura organizacional³⁶: “Comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización”.

Innovación: “Entendida esta como la necesidad de generar productos, servicios y procesos diferenciados que garanticen a la organización su participación en el mercado competitivo, eliminando el mito de que la innovación sólo está asociada a procesos de alta tecnología”. ACUDIR-INNPULSAR, Centro de Emprendimiento Cantonal, Pag 35.

Negocios familiares³⁷: “Son actividades comerciales que realizan los miembros de una determinada familia ya que estos se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones y cumplir ciertas tareas. La propiedad y gestión de la empresa están

³⁵ www.gerencie.com/empredimiento.html.

³⁶ <http://admiempresas.blogspot.com/conceptos-sobre-estructura.html>.

³⁷ www.cienciasempresariales.info/definicion-de-empresa-familiar-y-conceptos-afines/



en las mismas manos y cuya actividad de desarrollo y continuidad en el mercado depende de los miembros de la empresa”.

Matriz Productiva³⁸: “Está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología”.

PEA³⁹: (Población Económicamente Activa), “Corresponde a la fuerza laboral efectiva de un país, al estar constituida por las personas en Edad de Trabajar (PET) que están laborando o buscan trabajo. En otras palabras, corresponde a los individuos que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no”.

Pymes⁴⁰: “Se conoce al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.”

Seguimiento: El seguimiento en nuestra propuesta consiste en realizar visitas técnicas a los clientes, es decir monitorear sus avances de acuerdo a los objetivos planificados.

Capacitación⁴¹: "La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen

³⁸ <http://solocquenadacbyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>.

³⁹ <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/poblacion-economicamente-activa.pdf>.

⁴⁰ <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>

⁴¹ <http://www.funadeh.org/el-reto-de-administrar-la-capacitacion-en-las-organizaciones>



necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores." (Siliceo; 1996).

Centro de Capacitación⁴²: Se concibe como un espacio destinado a asesorar, apoyar, fortalecer, facilitar y fomentar las iniciativas emprendedoras, mediante la creación de nuevas empresas impulsando así el espíritu emprendedor, las actividades empresariales y la cooperación entre ellas.

Competitividad: "Capacidad de una persona, organización o país, para mantener sistemáticamente ventajas comparativas y/o competitivas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socio económico". (Mintzberg, Henry: 2000).

Desarrollo: "Hace referencia al incremento, ampliación, agrandamiento de alguna característica física o abstracta". (<http://definicion.de/desarrollo/>)

Emprendedor: "Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización (o la adquiere o es parte de un grupo que lo hace) para ponerse al frente de ella". (Freire, 2005).

Emprendimiento⁴³: "Proviene del término francés entrepreneur que significa pionero y hace referencia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo; también es utilizado para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto y que en la actualidad es aplicado también a empresarios que innovan o agregan valor a un producto o proceso ya existente".

⁴² www.gerencie.com/emprendimiento.html.

⁴³ www.gerencie.com/emprendimiento.html.



Empresa: Según Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera, autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", la empresa se la puede considerar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado"

Estructura organizacional⁴⁴: “Comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización”.

Innovación: “Entendida esta como la necesidad de generar productos, servicios y procesos diferenciados que garanticen a la organización su participación en el mercado competitivo, eliminando el mito de que la innovación sólo está asociada a procesos de alta tecnología”. ACUDIR-INNPULSAR, Centro de Emprendimiento Cantonal, Pag 35.

Negocios familiares⁴⁵: “Son actividades comerciales que realizan los miembros de una determinada familia ya que estos se unen entre sí para trabajar, tomar decisiones y cumplir ciertas tareas. La propiedad y gestión de la empresa están en las mismas manos y cuya actividad de desarrollo y continuidad en el mercado depende de los miembros de la empresa”.

Matriz Productiva⁴⁶: “Está determinada por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología”.

⁴⁴ <http://admiempresas.blogspot.com/conceptos-sobre-estructura.html>.

⁴⁵ www.cienciasempresariales.info/definicion-de-empresa-familiar-y-conceptos-afines/

⁴⁶ <http://solocquenadacyllunao.blogspot.com/2013/04/el-cambio-de-la-matriz-productiva-del.html>.



PEA⁴⁷: Población Económicamente Activa), “Corresponde a la fuerza laboral efectiva de un país, al estar constituida por las personas en Edad de Trabajar (PET) que están laborando o buscan trabajo. En otras palabras, corresponde a los individuos que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no”.

Pymes⁴⁸: “Se conoce al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.”

Seguimiento: El seguimiento en nuestra propuesta consiste en realizar visitas técnicas a los clientes, es decir monitorear sus avances de acuerdo a los objetivos planificados.

⁴⁷ <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/poblacion-economicamente-activa.pdf>.

⁴⁸ <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>