



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Proyecto de Investigación, previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Gestión Empresarial.**

Título del Proyecto de Investigación

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA
EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015”.**

AUTORA

GILER BURGOS ALBA MONSERRATE

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ING. JULIA FAJARDO ARRIAGA, MSC.

QUEVEDO – ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **ALBA MONSERRATE GILER BURGOS** declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Giler Burgos Alba Monserrate

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La suscrita, Ing. Julia Fajardo Arriaga, MSc, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresada, señorita **ALBA MONSERRATE GILER BURGOS**, realizó el Proyecto de Investigación Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial, titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Julia Fajardo Arriaga, M.Sc.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

	UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES CARRERA INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA	
---	--	--

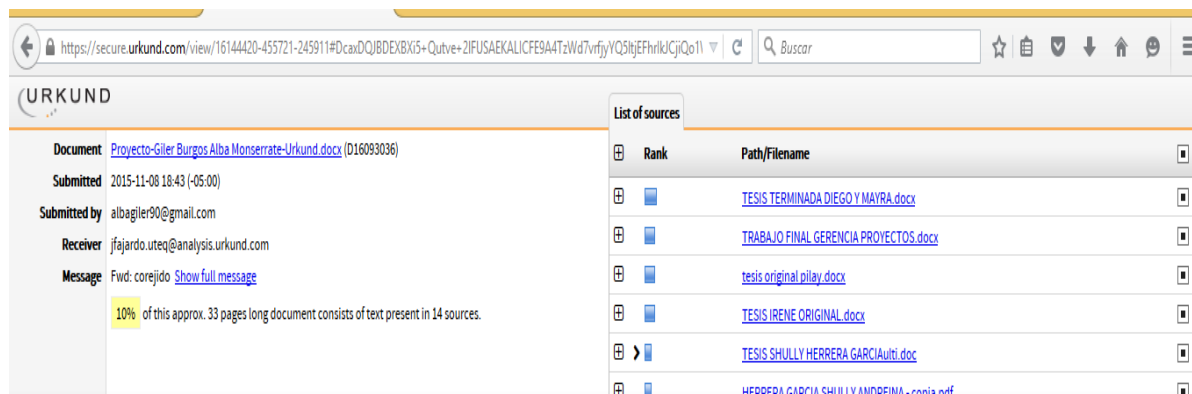
MEMORÁNDUM

PARA: Lcdo. Edgar Pastrano Quintana; M.Sc.
DECANO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
COMISIÓN FORMATIVA, FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

De: Ing. Julia Fajardo Arriaga; MSc.
DIRECTORA PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Fecha: 10 noviembre del 2015

Mediante la presente cumpla en presentar, el Certificado del Reporte de Herramienta antiplagio del Proyecto de Investigación cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015”**, presentado por la Señorita **GILER BURGOS ALBA MONSERRATE**, estudiante de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, que fue revisado bajo mi dirección, asignado en la Resolución Segunda adoptada en la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales de sesión ordinaria celebrada el 26 Junio del 2015, toda vez que se ha desarrollado de acuerdo al Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y cumple con el requerimiento de análisis de **URKUND** el cual avala los niveles de originalidad y de similitud del 10%, al trabajo investigativo.



Rank	Path/Filename
1	TESIS TERMINADA DIEGO Y MAYRA.docx
2	TRABAJO FINAL GERENCIA PROYECTOS.docx
3	tesis original pilay.docx
4	TESIS IRENE ORIGINAL.docx
5	TESIS SHULLY HERRERA GARCIAulti.doc
6	HERRERA GARCIA SHULLY ANDREINA - copia.pdf

Cordialmente,

ING. JULIA FAJARDO ARRIAGA, MSc.
DIRECTORA PROYECTO DE INVESTIGACION



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE
SUSTENTACIÓN

Proyecto de Investigación

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE
FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN
QUEVEDO AÑO 2015.

Presentado al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Aprobado por:

Lcdo. Manuel Montalvo Ramos M.Sc.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Mariela Andrade Arias M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Karina Murillo Limonez M.Sc.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Quevedo- Ecuador

2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios, por guiarme en el sendero correcto de la vida, cada día en el transcurso de mi camino e iluminándome en todo lo que realizo de mi convivir diario.

A mis padres, por ser mi ejemplo para seguir adelante en el convivir diario y por inculcarme valores que de una u otra forma me han servido en la vida, gracias por eso y por muchos más.

A mi directora de tesis la Ingeniera Julia Fajardo Arriaga Msc por tenerme paciencia y por guiarme en cada paso de este proyecto.

A mis maestros de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo que me impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil y que me ayudaron de una u otra forma para hacer posible la realización de mi trabajo de investigación.

A mis amigos y amigas y a todas las personas que me incentivaron y me motivaron para seguir adelante con los objetivos de este propósito.

Giler Burgos Alba Monserrate

DEDICATORIA

A Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mi convivir diario; a mis padres por ser los guía en el sendero de cada acto que realizo hoy, mañana y siempre, a todos los docente que formaron parte de mi crecimiento profesional.

Giler Burgos Alba Monserrate

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES.

En el Cantón Quevedo y sus sectores aledaños, tanto de la Provincia de Los Ríos, existen escasas empresas consultoras que brindan el servicio de capacitación pero enfocadas al sector educativo, por ello el presente estudio de factibilidad, se lo realizó con el fin de determinar la factibilidad de un centro de emprendimiento, para lo cual se analizaron las necesidades de dicho sector, respecto a los servicios de adiestramiento dirigido a las personas que desempeñan diversos cargos empresariales. Para implementar el estudio de factibilidad, se utilizaron varias técnicas e instrumentos de investigación, los cuales hicieron posible la recopilación, interpretación y análisis de los resultados alcanzados mediante la aplicación de encuestas y entrevistas, respectivamente a los trabajadores, administradores, jefes de área y gerentes de las empresas del sector empresarial del Cantón Quevedo y los sectores aledaños. Los resultados del estudio, permitieron responder las interrogantes, alcanzar los objetivos planteados, lo que conllevó a plasmar las respectivas conclusiones y recomendaciones. A través del análisis, se verificó que evidentemente existe un alto grado de aceptación de un centro de capacitación, que ofrezca sus servicios de acuerdo a las necesidades del sector en el Cantón Quevedo, se constató que existen escasas empresas capacitadoras en la zona, que estas ofertan un limitado y deficiente servicio de capacitación, producto de ello es la insatisfacción, lo cual hace factible la implantación del centro de emprendimiento en el sector. Con los productos obtenidos de la investigación de mercado se determinó que existe la factibilidad de implementar eficientes estrategias publicitarias para posicionar el centro de capacitación.

Palabras claves.

Factibilidad, formación empresarial y emprendedores

ABSTRACT ANDKEYWORDS

In Quevedo Canton and its surrounding areas, both in the province of Los Rios, there are few consulting firms that provide training services but focused on the education sector, so the present feasibility study it conducted to determine the feasibility of an entrepreneurial center, for which the needs of this sector were analyzed regarding training services aimed at people who play various business positions. To implement the feasibility study, various techniques and research instruments were used, which made possible the collection, interpretation and analysis of the results achieved through the application of surveys and interviews, respectively workers, administrators, department heads and managers of companies in the business sector Quevedo Canton and the surrounding areas. The results of the study, answer the questions allowed, achieve the objectives, which led to capture the respective conclusions and recommendations. Through analysis, it was verified that there is clearly a high degree of acceptance of a training center that offers its services according to the needs of industry in the canton Quevedo, it was found that there is little training enterprises in the area, these offered a limited training and poor service, this is the product of dissatisfaction, which makes possible the establishment of a center of entrepreneurship in the sector. With products obtained from market research it determined that there is the feasibility of implementing efficient advertising strategies to position the training center.

Keywords.

Feasibility, business training and entrepreneurial

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO	Pág.
Portada	i
Declaración de autoría y cesión de derechos	ii
Certificación de culminación de proyecto de investigación	iii
Certificación del reporte de la herramienta de prevención de coincidencia y/o plagio académico	iv
Certificado de aprobación por tribunal de sustentación	v
Agradecimiento	vi
Dedicatoria	i
Resumen ejecutivo y palabras claves.	viii
Abstract and keywords	ix
Tabla de contenido	x
Índice de tablas	xiv
Índice de gráficos	xvi
Código dublín	xviii
Introducción	1
 CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	 3
1.1. Problema de investigación	3
1.1.1. Planteamiento del problema	4
1.2. Objetivos.	5
1.2.1. General.	5
1.2.2. Específicos.	5
1.3. Justificación.	6
 CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN	 7
2.1. Marco conceptual.	8
2.2. La importancia de una empresa.	10
2.2.1. El Factor más importante de la empresa.	10
2.2.2. Ventajas de la empresa.	11
2.2.3. Clasificación de las empresas.	11

2.2.5.	La creatividad e importancia de la creación de empresas.....	15
2.2.7.	Actividades del empresario.....	16
2.2.8.	El empresario y la pequeña empresa.....	16
2.2.9.	Tipos de empresas.....	17
2.2.11.1.	Estudio de mercado.....	19
2.2.11.2.	Comportamiento de la demanda.	20
2.2.11.3.	Comportamiento de la oferta.....	20
2.2.11.4.	Comportamiento de los costos.	20
2.2.11.5.	Información económica del mercado.....	21
2.2.11.6.	El mercado proveedor.	21
2.2.11.7.	El mercado distribuidor.....	21
2.2.11.8.	El mercado competidor.	21
2.2.11.9.	El mercado consumidor.	22
2.2.11.10.	Estudio técnico.	22
2.2.11.11.	Balance de equipos.....	23
2.2.11.12.	Balance de obras físicas.....	23
2.2.11.13.	Balance de personal.	23
2.2.11.14.	Balance de insumos.	24
2.2.11.15.	Tamaño.	24
2.2.11.16.	Localización.	24
2.2.12.	Revisión histórica de la formación empresarial.....	31
2.2.12.	Elemento fundamental para las personas emprendedoras.....	31
2.2.13.	Energía institucional.	31
2.2.15.	La cultura empresarial.....	35
2.2.16.	Innovación y espíritu emprendedor.....	35
2.2.17.	Ambiente para el espíritu empresarial.	35
2.2.18.	Características personales para el éxito, habilidades gerenciales.	36
2.2.19.	Ser emprendedor: mitos y verdades.....	37
2.2.20.	Los emprendedores nacen no se hacen.	37
2.2.21.	Los empresarios son sus propios jefes y son completamente independientes. ...	38
2.2.22.	El dinero es el ingrediente principal al iniciar un negocio.....	38
2.2.23.	Si un emprendedor tiene suficiente dinero para empezar, no podrá fallar.....	38
2.2.24.	Emprendimiento de negocio.	39
2.2.25.	Habilidades de un emprendedor exitoso.	39

2.2.26.	Emprendedor.....	41
2.2.26.1.	El perfil del emprendedor.	41
2.2.28.	La cultura empresarial.....	42
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		45
3.1.	Localización.....	45
3.2.	Tipo de investigación.....	46
3.2.1.	Bibliográfica – documental.....	46
3.2.2.	De campo	47
3.3.	Métodos de investigación.....	47
3.3.1.	Inductivo	47
3.3.2.	Deductivo	47
3.3.3.	Analítico.....	47
3.4.	Fuentes de recopilación de información	47
3.4.1.	Primarias	47
3.4.2.	Secundarias.	48
3.5.	Diseño de la investigación.	48
3.5.1.	Población.....	48
3.5.2.	Muestra.....	48
3.6.	Instrumentos de investigación.....	49
3.6.1.	La encuesta.....	49
3.6.2.	La observación.	49
3.7.	Tratamiento de los datos.	50
1.8.	Recursos humanos y materiales.	50
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN		52
4.1.	Resultados	53
4.1.1.	Encuesta aplicada a los gerentes, jefes y administradores de las empresas del sector empresarial del Cantón Quevedo.....	53
4.1.2.	Encuestas aplicadas a los empleados de las empresas del sector empresarial en Quevedo.	69
4.1.2.	Estudio técnico.....	80
4.1.2.1.	Tamaño del proyecto.....	80
4.1.2.2.	Localización del proyecto.	81

4.1.2.3.	Organigrama.....	83
4.1.2.4.	Análisis Legal.	84
4.1.3.	Estudio económico.....	88
4.1.4.	Estrategias publicitarias.	96
4.1.4.1.	Publicidad.....	98
4.1.5.	Plan de medios.	103
4.1.6.	Presupuesto.	103
4.2.	Discusión.....	105
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		107
5.1.	Conclusiones.	107
5.2.	Recomendaciones.....	109
CAPÍTULO VI. BIBLIOGRAFÍA.....		110
6.1.	Literatura Citada.	110
CAPÍTULO VII. ANEXOS.....		114
ANEXO 1.	Cuestionario de preguntas aplicado en las encuestas.	115
ANEXO 2.	Cuestionario de preguntas aplicado en la encuesta.	117
ANEXO 3.	Fotos del estudio de campo	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla	Pág.
1. Uso de los servicios que brindan las empresas capacitadoras.	55
2. Calificación del servicio que brindan las empresas capacitadoras.	56
3. Solicitud de capacitación de los empleados.	57
4. Calificación del emprendimiento laboral de los empleados.	58
5. Valoración del clima laboral de las empresas.	59
6. Importancia de la capacitación al personal de la empresa.	60
7. Existencia de planes de capacitación en la empresa.	61
8. Cumplimiento de los planes de capacitación de la empresa.	62
9. Elaboración de un plan de capacitación para funcionarios.	63
10. Presupuesto anual destinado por las empresas para capacitar.	64
11. Presupuesto para cubrir la capacitación.	65
12. Efectividad de la función por parte de los empleados.	66
13. Asesorías en capacitaciones para el personal.	67
14. Satisfacción de las capacitaciones prestadas por las empresas.	68
15. Localización del centro de emprendimiento.	69
16. Importancia de contar con un centro de capacitación.	70
17. Nivel de preparación académica.	71
18. Adiestramiento antes de ingresar a laborar.	72
19. Recibimiento de charlas, cursos y capacitaciones de emprendimiento para las actividades.	73
20. Cubrimiento de los costos de capacitación por la empresa.	74
21. Selección para desempeñar el cargo.	75
22. Tiempo de trabajo en la empresa.	76
23. Tiempo de recibir la última capacitación.	77
24. Consideración de la capacitación.	78
25. Tipo de capacitación recibida.	79
26. Calificación de la capacitación recibida.	80
27. Temas necesarios para la capacitación.	81
28. Horarios de capacitación.	83
29. Presupuesto de inversión.	88
30. Ingresos (Proyección)	89

31. Costos fijos.	89
32. Sueldos y salarios.....	90
33. Depreciación de los bienes.	90
34. Estado de resultados proyectado.....	91
35. Flujo de caja proyectado.	92
36. Tabla de amortización.....	94
37. Plan de medios.	103
38. Presupuesto para publicidad radial.	104
39. Presupuesto para publicidad impresa.....	104
40. Presupuesto para la repartición de volantes y trípticos.....	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos	Pág.
1. Uso de los servicios que brindan las empresas capacitadoras.	53
2. Calificación del servicio que brindan las empresas capacitadoras.	54
3. Solicitud de capacitación de los empleados.....	55
4. Calificación del emprendimiento laboral de los empleados.	56
5. Valoración del clima laboral de las empresas.....	57
6. Importancia de la capacitación al personal de la empresa.	58
7. Existencia de planes de capacitación en la empresa.	59
8. Cumplimiento de los planes de capacitación de la empresa.	60
9. Elaboración de un plan de capacitación para funcionarios.....	61
10. Presupuesto anual destinado por las empresas para capacitar.	62
11. Presupuesto para cubrir la capacitación.....	63
12. Efectividad de la función por parte de los empleados.	64
13. Asesorías en capacitaciones para el personal.	65
14. Satisfacción de las capacitaciones prestadas por las empresas.....	66
15. Localización del centro de emprendimiento.....	67
16. Importancia de contar con un centro de capacitación.....	68
17. Nivel de preparación académica.	69
18. Adiestramiento antes de ingresar a laborar.....	70
19. Recibimiento de charlas, cursos y capacitaciones de emprendimiento para las actividades.....	71
20. Cubrimiento de los costos de capacitación por la empresa.	72
21 Selección para desempeñar el cargo.	73
22. Tiempo de trabajo en la empresa.	74
23. Tiempo de recibir la última capacitación.....	75
24. Consideración de la capacitación.....	76
25. Tipo de capacitación recibida.	77
26. Calificación de la capacitación recibida.	78
27. Temas necesarios para la capacitación.	79
28. Mapa político del cantón Quevedo.	81
29. Micro Localización. Plano del local.	82

30. Estructura organizacional.	83
31. Isotipo de la empresa.	96
32. Logotipo de la empresa.	97
33. Isologotipo del programa de emprendimiento.	97
34. Tarjeta de presentación.	98
35. Hoja volante.	99
36. Letrero.	100
37. Banner.	101
38. Modelo, aplicación de la Gigantografía.	102

CÓDIGO DUBLÍN

Título:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORES EN EL CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015				
Autor:	<u>Giler Burgos Alba Monserrate</u>				
Palabras clave:	Factibilidad	Formación empresarial	Emprendedores		
Fecha de publicación:	2015				
Editorial:	Quevedo: UTEQ, 2015.				
Resumen:	Resumen .-En el Cantón Quevedo y sus sectores aledaños, tanto de la Provincia de Los Ríos, existen escasas empresas consultoras que brindan el servicio de capacitación pero enfocadas al sector educativo, por ello el presente estudio de factibilidad, se lo realizó con el fin de determinar la factibilidad de un programa de formación empresarial para emprendedores, para lo cual se analizaron las necesidades de dicho sector, respecto a los servicios de adiestramiento dirigido a las personas que desempeñan diversos cargos empresariales. Abstract.- In Quevedo Canton and its surrounding areas, both in the province of Los Rios, there are few consulting firms that provide training services but focused on the education sector, so the present feasibility study it conducted to determine the feasibility of an entrepreneurial center, for which the needs of this sector were analyzed regarding training services aimed at people who play various business positions.				
Descripción:	112 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM				
URI:	<u>(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)</u>				

INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías obligan a las empresas actualizar sus conocimientos para que sus empleados sean más productivos, en Europa, Estados Unidos y Japón hay una gran tendencia hacia la formación empresarial, como consecuencia de presiones culturales o bien debido a la promulgación de leyes. Las empresas que brindan el servicio de consultoría aparecieron en el año 1886, Arthur D. Little fundó la primera empresa de consultoría con el mismo nombre. En 1914, Edwin G. Booz fundó “Booz & Company”, que fue la pionera en prestar servicios tanto a clientes empresariales como a clientes gubernamentales.

Los programas de formación empresarial para emprendedores en el mundo ha aumentado, a mayor desarrollo tecnológico en la sociedad, mayor necesidad de talento de personas competentes técnica y emocionalmente capaces de crear, innovar, crear valor, retos en los negocios, elaborar bienes y servicios de calidad a que la organización aprenda a mantenerse en un mercado globalizado

En el actual Gobierno del Ecuador se ha impulsado los programas de formación empresarial para emprendedores cuyo objetivo es que tenga conocimiento sobre sus ideas de negocios para que puedan emprender y tener éxito, que aporten a la economía del País.

En Ecuador, existen programas de capacitación abiertos a la población en general y que en cierta medida compiten con otras opciones educativas; además, existen programas de capacitación dirigidos a grupos específicos con carencias, que buscan mejorar su productividad y su competitividad. Son estos últimos programas los que han merecido mayor atención en el marco de las políticas activas de mercado de trabajo, por ello se creó el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), desde octubre de 1966, trabaja promoviendo procesos de capacitación y formación profesional en varias ramas.

Actualmente, capacita y forma profesionalmente en sus 33 centros ubicados a nivel nacional. Su objetivo principal es la capacitación y formación profesional mediante la generación de competencias laborales, considerando aspectos de género, interculturalidad y medio ambiente.

En el Cantón Quevedo de la Provincia de Los Ríos, existen empresas capacitadoras en mínima cantidad pero dedicadas al área educativa, esto genera una alta demanda para una formación de emprendimiento por presentar un acelerado crecimiento empresarial. Por ello este proyecto de investigación evaluará las necesidades de este sector determinando la posibilidad de establecer el programa para emprendedores por medio de capacitaciones para cubrir la demanda insatisfecha.

El presente documento tiene en su contenido lo siguiente:

El capítulo I, señala el marco contextual del trabajo de investigación, con su respectivo problema de investigación, planteamiento del problema, diagnóstico, pronóstico, formulación del problema, sistematización del problema, objetivos, justificación.

El capítulo II, indica la fundamentación teórica de la investigación con sus respectivas secciones, marco conceptual y marco referencial

El capítulo III, detalla la metodología de la investigación, con sus respectivos métodos, localización, tipo de investigación, métodos de investigación, fuentes de recopilación de información, diseño de investigación, instrumento de investigación, tratamiento de los datos, humanos y materiales.

El capítulo IV, indica los resultados y discusión de la investigación, referente al estudio de mercado, económico y financiero.

El capítulo V, menciona las conclusiones y recomendaciones de trabajo de investigación.

El capítulo VI, indica todos los contenidos de los datos bibliográficos.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema.

Es frecuente encontrar en el sistema económico nacional que una gran cantidad de emprendedores inician sus negocios en forma empírica, es decir, sin conocimientos básicos de cómo iniciar y administrar un negocio, razón por la cual, muchos de ellos fracasan en el corto plazo.

A pesar de los esfuerzos que realiza la Secretaría de Economía del Ecuador que es el organismo que regula la actividad económica en el país, son pocos los emprendedores que no cuentan con un programa real y efectivo a su alcance para que sean capacitados en administrar sus negocios.

Diagnóstico.

Es muy necesario que existan organismos públicos o privados o profesionales de la administración y desarrollo empresarial, honesto y ético, que cuenten con programas efectivos de formación empresarial que coadyuve a que las personas que deseen formar su propia empresa adquieran los conocimientos.

Pronóstico.

La formación empresarial tiene la función de mejorar y ayudar a construir el futuro para lograr eficiencia que permita incrementar la productividad, para esto es necesario que las capacitaciones sean continuas para alcanzar los resultados esperados.

1.1.1. Formulación del problema.

¿De qué manera un programa de formación empresarial permitirá mejorar la efectividad en la gestión de sus negocios en el Cantón Quevedo año 2015?

1.1.3. Sistematización del problema.

1. ¿Cuál es el nivel de aceptación para la implementación de un programa de formación empresarial para emprendedores Cantón Quevedo?
2. ¿Cómo la rentabilidad sobre la inversión de un nuevo programa de formación ayuda al emprendimiento en el Cantón Quevedo?
3. ¿Cómo las estrategias publicitarias permiten promocionar el programa de formación empresarial en el Cantón Quevedo?

1.2. Objetivos.

1.2.1. General.

Determinar la factibilidad para la creación de un programa de formación empresarial para emprendedores en el Cantón Quevedo, año 2015.

1.2.2. Específicos.

- Indicar el nivel de aceptación de un programa de formación empresarial para emprendedores Cantón Quevedo.
- Establecer la rentabilidad sobre la inversión de un programa de emprendimiento en el Cantón Quevedo por medio del estudio técnico, económico y financiero.
- Implementar estrategias publicitarias para promocionar el programa de formación empresarial en el Cantón Quevedo.

1.3. Justificación.

La presente investigación está dirigida para los empresarios, emprendedor o establecido a nivel de empresa, se realizó debido a la demanda de centros de capacitación por tal razón surgió la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de un programa de formación empresarial para emprendedores en el Cantón Quevedo año 2015.

Es importante porque pretende ser una herramienta para los emprendedores, mejorará la productividad y aumentara la rentabilidad de la organización, también brindara soluciones a la empresas, impulsara a las personas que cuenten con los recursos, ideas o proyectos empresariales, y así puedan llevar a cabo sus emprendimientos con conocimiento del mercado, la competencia y en general, que cuenten con la formación empresarial necesaria que les permita tener éxito en sus empresas.

Este trabajo de investigación beneficiará a todos los emprendedores que tienen o quieren emprender un negocio en el Cantón Quevedo por medio de las capacitaciones ellos tendrán conocimientos de cómo manejar su empresa o emprender un negocio, vivimos en un mundo globalizado donde debemos de estar capacitándonos siempre para ser empresarios exitosos.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco conceptual.

2.1.1. La empresa.

La importancia de las empresas es indudable, ya que son el motor propulsor del desarrollo económico de los países; así como la familia es la cédula de la sociedad, la empresa es la cédula de la actividad económica (Munch, 2010)

Es la actividad económica que elabora un producto o transforma bienes o presta servicios a sus clientes satisfaciendo sus necesidades (Díaz, 2012)

Es una entidad con fines de lucro que brinda sus servicios a la comunidad para cumplir sus deseos (Chiabenato, 2010)

2.1.2. Estudio de factibilidad.

Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso (proyectos, 2010)

Permite conocer si el proyecto es factible o no por medio de tres aspectos importante que están dentro del estudio de factibilidad como es el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y financiero (Mendez, 2011)

Es una herramienta que sirve para analizar si el proyecto va a ser exitoso o no, esto permitirá tomar buenas decisiones para que la empresa logre sus objetivos deseados (Van & Wachowicz, 2011)

2.1.3. Formación empresarial.

La formación empresarial es el elemento fundamental para las personas emprendedoras. La energía empresarial representa un agente fundamental para abrir el progreso económico. Es significativo que cada país reconozca que su población forma el recurso más valioso y que está integrado por personas capaces de crear, mantener y fomentar el crecimiento económico (Varela & Colaboradores, 2011)

Permite el desarrollo personal a través de la capacitación con el fin de aplicar todos los conocimientos en la empresa de manera que facilite lograr los objetivos ya que el talento humano es el capital intelectual de la organización (Madariaga, 2010)

La formación empresarial es el lucro de conocimientos nuevos y la aplicación de los mismos, para su organización es necesario capacitarse libremente de lo que realicen toda organización necesita personal capacitado (Werther, 2010)

2.1.4. Emprendedores.

Unas personas poseen una tendencia natural a hacer frente con empeño e ilusión todos aquellos retos que se le plantean a lo largo de la vida. Se proponen a sí mismo retos de todas las clases y naturalezas y amplían toda su energía vital en conseguir el éxito. Asumen con valentía los riesgos y entienden que una meta de importancia lleva de por sí un componente arriesgado, que deciden afrontar con decisión (Bach, 2014)

Son apasionados y contaminan a su entorno de su entusiasmo, emprendiendo un clima de trabajo dinámico. Ante una decepción, analizan las causas y extraen de la experiencia un aprendizaje de valor, que les permite afrontar nuevas iniciativas y poner en marcha nuevas ideas. Son emprendedores por naturaleza (Ibarra, 2010)

Es un agente económico, son innovadores que buscan crear nuevos productos y servicios,

Un emprendedor busca el cambio y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor por ende el emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso (Blank & Bob , 2013)

2.2. Marco referencial.

2.2.1. Revisión histórica del estudio de factibilidad.

Los autores (Muirragai, Bustamante, & Gonzabay, 2013) realizaron un estudio de factibilidad para la implementación de un centro de asesoría y capacitación micro empresarial, para medir el conocimiento de los microempresarios del Cantón Milagro para detectar las dificultades que infieren en su desarrollo y estabilidad en el mercado por medio de asesoramiento y capacitaciones. Obtuvo como finalidad la optimización y mejora del desenvolvimiento micro empresarial, en la parte metodológica se determinó la plaza de estudio donde se observó que la línea comercial mantiene una demanda considerable de estos establecimientos pero no existe variedad en el servicio que satisfaga las necesidades del mercado meta. Concluyendo con la ejecución de este trabajo se efectuó las respectivas conclusiones y recomendaciones las mismas que fueron tomadas en consideración para mejorar el manejo de las microempresas.

2.2.2. La importancia de una empresa.

La importancia de las empresas es indudable, ya que son el motor propulsor del desarrollo económico de los países; así como la familia es la cédula de la sociedad, la empresa es la cédula de la actividad económica (Munch, 2010)

2.2.2.1.El Factor más importante de la empresa.

Los recursos humanos son el factor más importante de la empresa porque son los que llegan a los clientes y son los que tienen el poder de convencimiento se comprometen con ellos (Munch, 2010)

2.2.2.2. Ventajas de la empresa.

Múltiples ventajas demuestran la trascendencia de las empresas; entre las más importantes es posible destacar (Munch, 2010)

- Crean fuentes de trabajo.
- Satisfacen las necesidades de la comunidad al producir bienes y servicios socialmente necesarios.
- Promueven el desarrollo económico y social al fomentar la inversión.
- Son una fuente de ingresos para el sector público mediante la recaudación de impuestos.
- Propician la investigación y el desarrollo tecnológico.
- Proporcionan rendimientos a los inversionistas.

2.2.3. Clasificación de las empresas.

Los grandes avances científicos, tecnológicos y económicos han propiciado el surgimiento de una gran diversidad de empresas. Para su administración, debe considerarse su tamaño, su giro, constitución jurídica, grado de mecanización, recursos y múltiples factores que intervienen en su funcionamiento, con la finalidad de aplicar el enfoque o escuela de administración más adecuado a los requerimientos de la organización (Munch, 2010)

2.2.4. Criterios de clasificación de las empresas.

2.2.4.1. Por su tamaño.

Existen diversos criterios para clasificar el tamaño de las empresas: de acuerdo con el volumen de ventas, de producción, capital y personal ocupado. A partir de estos criterios se determina el tamaño de la empresa, la cual puede ser micro, pequeña, mediana o grande (Munch, 2010)

TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
Microempresa	0-10 empleados	0-10 empleados	0-10 empleados
Pequeña empresa	11-50 empleados	11-30 empleados	11-50 empleados
Mediana empresa	51-250 empleados	31-100 empleados	51-100 empleados
Gran empresa	251 empleados en adelante	101 empleados en adelante	101 empleados en adelante

2.2.4.2. Por su finalidad.

Dependiendo de la finalidad para la que fueron creadas y de las aportaciones de su capital, las empresas pueden clasificarse en (Munch, 2010)

- **Privadas.**

En la empresa privada el capital es propiedad de inversionistas y su finalidad es la obtención de utilidades. Dependiendo del origen del capital estas pueden ser (Munch, 2010)

- Nacionales
- Extranjeras y transnacionales
- Multinacionales
- Globalizadas
- Controladoras
- Maquiladoras
- Franquiciatarias
- Familiares

- **Públicas.**

Como su nombre lo indica, en las organizaciones públicas el capital pertenece al Estado y, generalmente, su finalidad es satisfacer necesidades de carácter social y proporcionar servicios a la comunidad. Existen distintos tipos de empresas públicas: mixtas o de participación estatal, cuando el capital es privado y público; centralizadas y descentralizadas, depende de que reporten al gobierno federal o al estatal respectivamente (Munch, 2010)

2.2.4.3. Por su actividad económica.

De acuerdo con la actividad económica que realicen, las empresas pueden ser:

a) Industriales.

Este tipo de empresa produce bienes mediante la transformación y extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, son susceptibles de clasificarse en (Munch, 2010)

b) Extractivas.

Se dedican a la explotación de recursos naturales renovables o no renovables. Ejemplos de este tipo de organizaciones son las agropecuarias, maderas, mineras, petroleras, etc (Munch, 2010)

c) De transformación o manufactureras.

Como su nombre lo indica, transforman las materias primas en productos terminados, los cuales pueden ser (Munch, 2010)

- Bienes de consumo
- Bienes de producción

2.2.4.4. Comerciales.

Estas organizaciones son intermediarias entre el productor y el cliente; su principal actividad es la compra-venta y distribución de productos. Se clasifican en:

a) Autoservicio.

Son grandes empresas comercializadoras que le venden al público productos de consumo. Dentro de estas se encuentran los supermercados, los hipermercados y los grandes almacenes y tiendas departamentales (Munch, 2010)

b) Comercializadoras.

Distribuyen y venden una serie de productos de diversos productores nacionales y extranjeros (Munch, 2010)

d) Mayoristas.

Efectúan ventas en gran escala a otras empresas minoristas, las cuales a su vez distribuyen el producto directamente al consumidor (Munch, 2010)

e) Minoristas o detallistas.

Venden productos al menudo, o en pequeñas cantidades al consumidor (Munch, 2010)

f) Comisionistas.

Venden la mercadería que los productos les dan a consignación, por lo cual perciben una gran ganancia o comisión (Munch, 2010)

2.2.4.5. De servicio.

Su finalidad es proporcionar un servicio con o sin fines lucrativos. Existen gran cantidad de instituciones de servicio entre las usuales se encuentran en la salud, educación, transporte, turismo, financieras, de comunicaciones, de energía y outsourcing que proporcionan toda clase de servicios (Munch, 2010)

2.2.4.6. Por su filosofía y valores.

La filosofía organizacional está íntimamente relacionada con la cultura organizacional.

De acuerdo con su filosofía y compromiso con la sociedad, las empresas pueden ser: lucrativas, cuando su finalidad es obtener rendimientos y utilidades financieras; o no lucrativas que, como su nombre lo indica, tienen como fin último el bienestar social y no persiguen ningún tipo de lucro, por ejemplo las beneficencias y asociaciones, entre otras (Munch, 2010)

En relación con su cultura organizacional y con su filosofía y principios, las empresas pueden ser orgánicas u orientadas al cliente, y tradicionales o mecanicistas (Munch, 2010)

2.2.4.7. Por su tecnología.

De acuerdo con el grado de tecnificación que exista dentro del proceso de producción, las empresas se clasifican en (Munch, 2010)

- Alta tecnología
- Mediana tecnología
- Tradicionales
- Artesanales

2.2.4.8. Por su régimen jurídico.

En relación con la constitución legal de la empresa, existen diversos tipos de personas morales o sociedades, cuyas características se contemplan en la Ley General de Sociedades Mercantiles (Munch, 2010)

2.2.5. La creatividad e importancia de la creación de empresas.

La generación de ideas empresariales, como indico algún autor, se da en ese momento de iluminación que le permite a uno ver las cosas desde otro ángulo, que une pensamientos, en apariencia dispares, con una nueva idea empresarial(Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.6. Competencias de un empresario.

El empresario debe:

- a. Saber manejar la contabilidad y las relaciones comerciales.
- b. Ser capaz de conservar a sus clientes y llegar a nuevos consumidores.
- c. Cumplir con las leyes laborales.
- d. Saber escoger a los trabajadores y organizar su sitio de producción(Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.7. Actividades del empresario.

Los empresarios-gerentes efectúan dos actividades distintas pero severamente enlazadas:

a) Tramitar.

Ejecutar actividades convenientes al beneficio de una industria o un ambición cualquiera.

b) Emprendimiento.

El don empresarial es el que consiente a las individuos iniciar un nueva industria o difundir con energía e innovar un negocio ya establecido en el mercado (Varela & Colaboradores, 2011)

c) Estructura.

Es cómo y cuándo las distintas actividades, tareas y trabajos han de ejecutarse.

d) Liderazgo.

Estimulación de las individuos para que utilicen su capacidad natural en el logro de los objetivos de la empresa.

e) Control.

Comprobación de que el utilidad este de acuerdo con los propósitos y intereses (Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.8. El empresario y la pequeña empresa.

La formación empresarial en materia de espíritu empresarial representa un factor básico para promover el desarrollo económico. Es importante que cada país reconozca que su

población constituye el recurso más valioso y que está integrado por personas capaces de crear, mantener y fomentar el crecimiento económico.

La importancia que se le atribuye a cualquier trabajo depende del contexto social y de la actitud de la persona que debe ejecutarlo, además de la creación y la promoción de una filosofía del emprendedor, la cual debe comprender los lineamientos, las reglas o maneras básicas de pensar que hacen que aquellos que queremos y podamos, emprendamos el camino para convertirnos en hombres de empresa(Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.9. Tipos de empresas.

2.2.9.1. Empresa de estilo de vida.

Tienen como propósito ofrecerle a su propietario un modo de vida confortable. Por ejemplo, una pizzería de un barrio, el florista que vende en una esquina, etc(Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.9.2. Empresa de alto crecimiento.

Buscan superar su condición de empresa pequeña lo antes posible. Son manejables por un equipo de personas. Otro de sus propósitos es alcanzar grandes utilidades de inversión.

a) Ventajas.

Motivación a los empleados.

Generación de empleados.

Fomento de la innovación.

Satisfacción de las necesidades de las grandes compañías.

b) Desventajas.

Prestaciones laborales relativamente bajas

De los empleados generados, 25% son de medio tiempo.

Bajo nivel de educación.

Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles(Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.9.3. Microempresa.

El tamaño de la empresa se determinan de acuerdo con la clasificación establecida por organismo de gobierno; por ejemplo, en México, la secretaria de Economía (SE) establece la clasificación de empresas por tamaño(Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.10. Modelos de empresas.

2.2.10.1. Empresas o negocios de nueva creación.

Se crea una nueva empresa de la nada, es decir para comercializar un nuevo producto o servicio, que puede ya existir en el mercado o bien ser de nueva creación (Muñiz, 2010)

2.2.10.2. Empresa que ya existe en el mercado.

A veces la empresa ya existe y lo que pretende es sacar al mercado un nuevo producto o servicio por tanto hablamos de un área nueva de negocio.

También puede ser que se intente potenciar un producto o negocio ya existente pero haciendo una ampliación del mismo, por tanto es necesario ver los efectos que tiene todo esto al confeccionar un plan de negocio (Muñiz, 2010)

Empresas que se plantean analizar su futuro de forma global, es decir de toda su actividad en función de las circunstancias que existen en el mercado en la actualidad pero que pueden cambiar en el futuro por cambios en las tecnologías o en la actividad de los competidores (Muñiz, 2010)

2.2.10.3. Empresas en dificultades.

Hay un primer caso en el que una empresa puede estar en un principio de dificultades, es decir la evolución de sus principios variables económicas empiezan a ir empeorando cada

vez más, en esta situación habrá que ir pensando en realizar un estudio o plan de factibilidad para adelantarnos a posibles problemas en el futuro (Muñiz, 2010)

Otro caso bien distinto es cuando una empresa se encuentra ya inmersa en dificultades económica importantes, esto requiere de forma inminente realizar un estudio o plan de factibilidad para poder tomar lo antes posible las medidas adecuadas ahora que aún se está a tiempo (Muñiz, 2010)

2.2.11. Estudio de viabilidad de un proyecto.

La Factibilidad se refiere a las disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, a factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos.

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio económico

2.2.11.1. Estudio de mercado.

Con el nombre de estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio metódico y bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado (Urbina, 2010)

2.2.11.2. Comportamiento de la demanda.

La búsqueda de satisfactores de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado. Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado., en el mercado, donde se vinculan esta oferta y esta demanda, se determinan un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad que motiva a los productores a fabricarla y a los consumidores a adquirirla(Nassir, 2011)

2.2.11.3. Comportamiento de la oferta.

Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios; es decir; a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su servicio de transacción. Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad adquisitiva de los consumidores, entre otros(Nassir, 2011)

2.2.11.4. Comportamiento de los costos.

La forma más tradicional de clasificar los costos de operación de un proyecto es la que los diferencia entre costos fijos y variables. Los costos fijos totales son costos en que se deberá incurrir en un periodo determinado, independientemente del nivel de producción en la empresa (alquiler de bodegas, algunas remuneraciones, seguros de máquina, etc.)

Los costos variables totales son aquellos que dependen del nivel de producción (costo de envases, mano d obra, materias primas, etc.). Como cada unidad adicional producida incrementa el costo variable total, a su variación se la denomina costo marginal. La suma de ambos costos dará el costo total del periodo(Nassir, 2011)

2.2.11.5. Información económica del mercado.

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de suma importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricara o del servicio que se ofrecerá(Nassir, 2011)

2.2.11.6. El mercado proveedor.

En el mercado de los proveedores se deben estudiar tres aspectos fundamentales: el precio, la disponibilidad y la calidad de los insumos. El precio de los insumos determinara una parte de los costos del proyecto e influirá en el monto de las inversiones, tanto de activos fijos como de capital operativo. En este sentido, se deberá investigar lo que se denomina concepto ampliado del precio, el cual, además de determinar los valores actuales en que se transan los insumos en el mercado y sus tendencias a futuro, deberá establecer la existencia de condiciones de crédito y las políticas de descuento ofrecidas por los proveedores(Nassir, 2011)

2.2.11.7. El mercado distribuidor.

En muchos casos, especialmente cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que de un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al usuario o consumidor final explicara parte importante de su costo total. Si el canal es muy grande, probablemente se llegara a más clientes, aunque con un mayor precio final, debido a los costos y márgenes de utilidad agregados en la intermediación. Al subir el precio por este motivo, la empresa no ve aumentados sus ingresos, pero si ve afectados sus niveles de ventas, puesto que el aumento en el precio final podría hacer caer la cantidad demandada del producto. (Nassir, 2011)

2.2.11.8. El mercado competidor.

El estudio del mercado competidor tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y

de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas. Sin embargo, los alcances del estudio van más allá de la sola determinación de la competencia para atender a un cliente. Además de conocer al competidor con objeto de evaluar la posibilidad de captar a nuevos consumidores, se debe considerar un mercado no tradicional, donde se compite por un proveedor o distribuidor. A los primeros se los denomina competidores directos y a los últimos, competidores indirectos(Nassir, 2011)

2.2.11.9. El mercado consumidor.

La información que entrega el mercado consumidor es, por lo general, la más importante para el proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una tecnología, comprar un producto o demandar un servicio tiene componentes tanto racionales como emocionales, por lo que la predicción del comportamiento del uso o compra del servicio o producto que ofrecerá el proyecto se hace más compleja de lo esperado. La forma en que se hace, se ve, se usa o valora algo varia, no solo entre una sociedad y otra sino también entre personas. Los cambios en los gustos y preferencias, los hábitos de consumo y motivaciones, o el grado de aceptabilidad o rechazo a una campaña promocional varían para cada proyecto y lugar, dado el fuerte componente subjetivo de la decisión. “La satisfacción de los clientes se da cuando se entienden mejor sus necesidades” (Nassir, 2011)

2.2.11.10. Estudio técnico.

Tiene por objetivo proveer información, para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones relativas en esta área.

El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal(Urbina, 2010)

La determinación de un tamaño óptima es fundamental en esta parte de estudio.

Cabe aclarar que tal determinación es difícil, las técnicas existentes para su determinación son interactivas y no existentes un método preciso y directo para hacer el cálculo(Urbina, 2010)

2.2.11.11. Balance de equipos.

La primera inversión que se debe calcular incluye a todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del proyecto. En esta etapa no interesa definir si convendrá obtenerlos mediante una comprar, o un arriendo normal, su objetivo es recolectar información. En este caso de existir más de una opción tecnológica de solución, se tendrán que elaborar balances diferenciados para cada una de ellas, con objetivo de evaluarlas económicamente para optar por la más conveniente(Nassir, 2011)

2.2.11.12. Balance de obras físicas.

Conocidas la cantidad de equipos y su distribución física más adecuada, se pueden determinar los requerimientos de espacios para su instalación, así como los de los lugares para bodegaje, salas de descanso o alimentación para el personal, vías de tránsito, sala de espera, baños, estacionamientos, casetas de vigilancia, etc. Además de la inversión necesaria en construcción soportante de los ítems anteriores, el proyecto por lo general presenta una gran variedad de obras física, muchas de las cuales son omitidas por falta de prolijidad en el análisis(Nassir, 2011)

2.2.11.13. Balance de personal.

La forma más eficiente de calcular el costo del recurso humano es desagregando al máximo las funciones y tareas que se deben realizar en la operación del proyecto, con objeto de definir el perfil de quienes deben ocupar cada uno de los cargos identificados y de calcular la cuantía de las remuneraciones asociadas con cada puesto de trabajo.

Para esto, lo usual es especificar todas las actividades productivas, las comerciales, dependiendo de la magnitud del proyecto, podrá ser necesario desagregar cada una de estas clasificaciones hasta tener la certeza de haber minimizado el error en su estimación(Nassir, 2011)

2.2.11.14. Balance de insumos.

La estimación de los costos de los insumos que se utilizaran en el proceso de producción, embalaje, distribución y venta tiene la dificultad de depender de la conGráficoción de los tipos y de la cantidad de productos que se pronostique elaborar(Nassir, 2011)

2.2.11.15. Tamaño.

El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos etc.(Nassir, 2011)

2.2.11.16. Localización.

La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por, cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como el personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores. Uno fundamental consiste en considerar variables constituidas de ventajas competitivas con respecto a las características diagnosticadas para la futura competencia. Además de variables estratégicas de desarrollo futuro, flexibilidad para cambiar su destino y factores emocionales de la comunidad, varios otros(Nassir, 2011)

2.2.11.17. Estudio económico.

Se encarga de completar la situación de los medios con los que cuenta la empresa para afrontar dichas obligaciones, permitiendo una planificación anticipada que asegure la buena marcha de actividad económica en busca de los beneficios que se pretenden obtener(Bosch, 2013)

Las inversiones que el proyecto tendrá serán de tres tipos de activos:

Activos Fijos, Activos Intangibles y, Capital de Trabajo

2.2.11.18. Activos fijos.

Son todas las inversiones que se realizan en bienes tangibles y son de propiedad de la empresa, sirven de apoyo a las operaciones de la misma, son todos los bienes que se emplean tanto en producción, como en administración y ventas, para efectos contables, los activos fijos están sujetos a depreciaciones, los cuales se los hace de acuerdo a una tabla establecida por la contraloría, los terrenos no sufren depreciaciones, pero si se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico(Aguilar, 2013)

2.1.11.19. Activos diferidos.

Estas inversiones se las realiza sobre activos constituidos para los servicios o derechos adquiridos necesarios para la marcha del proyecto y son susceptibles de amortización, afectando al flujo de caja indirectamente(Aguilar, 2013)

2.2.11.20. Capital de trabajo.

Se considera el capital, en el presente caso, el proyecto para su funcionamiento normal de actividades y su recuperación económica mediante su comercialización, es necesario de un tiempo máximo de un mes, esto garantizará la disponibilidad de recursos suficientes para cubrir los costos de producción y operación, tiempo que posiblemente demorará la recuperación de los fondos para ser utilizados nuevamente en el proceso(Aguilar, 2013)

2.2.11.21. Depreciaciones.

Las depreciaciones son el desgaste que sufren todos los activos fijos tangibles, debido al uso de estos (Aguilar, 2013)

2.2.11.22. Gastos administrativos.

Los gastos administrativos comprenden todas las erogaciones correspondientes al rol de pagos del personal, gastos generales de administración como son: teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo y arriendo de local y otros imprevistos, y por último lo que corresponde a la amortización de los activos diferidos(Aguilar, 2013)

2.2.11.23. Gastos de ventas.

Los gastos de ventas corresponden a todos los gastos que intervienen en la comercialización del producto entre ellos tenemos: pago personal de ventas, viáticos y promoción(Aguilar, 2013)

2.2.11.24. Amortizaciones.

Amortización es el compromiso anual que se hace para recuperar la inversión de un activo diferido, el porqué de realizar los cargos de depreciación y amortización es para recuperar la inversión por vía fiscal, evitando así que la organización se quede sin capital(SlideShare, 2010)

2.2.11.25. Gastos de ventas.

Los gastos de ventas corresponden a todos los gastos que intervienen en la comercialización del producto entre ellos tenemos: pago personal de ventas, viáticos y promoción(Aguilar, 2013)

2.2.11.26. Financiamiento de la inversión.

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos(Aguilar, 2013)

a) Fuentes internas.

Se caracteriza por ser la aportación del socio o capitalistas directamente.

b) Fuentes externas.

Son todas aquellas gestiones realizadas a entidades financieras u otros organismos para inyectar el dinero necesario.

2.2.11.27. Plan de inversión.

El plan de inversión de un proyecto, corresponde a la descripción detallada de las necesidades del capital en que se va a incurrir para la materialización del mismo(Aguilar, 2013)

Las inversiones son los desembolsos necesarios para la ejecución del proyecto y, por el momento, no se relacionan con los mecanismos que se vayan a utilizar para el financiamiento de los mismos(Aguilar, 2013)

2.2.11.28. Presupuesto de costos e ingresos.

Los costos son todas las erogaciones o desembolsos realizados durante un año o ejercicio económico, estos costos constituyen uno de los aspectos importantes para la determinación de la rentabilidad del proyecto y los elementos indispensables para el correspondiente análisis o evaluación del mismo, proyectando la situación contable. La cual se calculará estos valores(Aguilar, 2013)

2.2.11.29. Ingresos totales.

Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto. Los ingresos a establecerse en la vida útil de la empresa se determinan principalmente el precio unitario de venta ex – fábrica utilizando algunos criterios(Aguilar, 2013)

2.2.11.30. Estado de pérdidas y ganancias.

Representa los resultados obtenidos en un fase económica, sean estos pérdidas o ganancias, coteja los rubros de entradas con los salidas incididos en un período(Aguilar, 2013)

Es el objetivo de mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio, exponiendo por consecutivo los provechos o mermas sufridas en los procedimientos ejecutados(Aguilar, 2013)

El Estado de Resultados también nos manifiesta cual es la ganancia o desgaste que se ha logrado durante un período económico y como se ha elaborado, cuyos resultados sirven para obtener un estudio, conclusiones que permitan conocer cómo se despliega la organización(Aguilar, 2013)

2.2.11.31. Evaluación del proyecto.

El objetivo de la Evaluación Financiera desde el punto de vista privado, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto(Aguilar, 2013)

2.2.11.32. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como Punto Muerto, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias(Aguilar, 2013)

2.2.11.33. Costos fijos y variables.

a) Costos fijos.

Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen(Aguilar, 2013)

b) Costos variables.

Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción (Aguilar, 2013)

2.2.11.34. Evaluación económica.

Dentro de lo que respecta a la evaluación económica de un proyecto podemos citar los siguientes referentes económicos en ecuaciones que permitirán determinar los índices económicos y financieros de la empresa(Aguilar, 2013)

2.2.11.35. Flujo de caja proyectado.

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen. La información básica para realizar esta proyección está contenida en los estudios de mercado, técnico organizacional, así como en el cálculo de los beneficios. Al proyectar el flujo de caja, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas(Aguilar, 2013)

2.2.11.36. Relación beneficio / costo.

Es el guía que descifra como el monto logrado nos ha beneficiado, por cada dólar invertido(Aguilar, 2013)

2.2.11.37. Valor actual neto.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la organización al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el trabajo o proyecto a realizarse(Aguilar, 2013)

Fórmula

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_2)^2} + \frac{Q_3}{(1 + K_3)^3} + \frac{Q_4}{(1 + K_4)^4} + \frac{Q_5}{(1 + K_5)^5}$$

2.2.11.38. Tasa interna de retorno.

Técnica de valoración que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en deferencia el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida lucrativa del proyecto(Aguilar, 2013)

Fórmula

$$TIR = T_m + (T_M - T_m) \frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}}$$

2.2.11.39. Período de recuperación del capital.

Reside en el período necesitado para rescatar la inversión original, en una medida de la urgencia con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Usualmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones planeadas. (Aguilar, 2013)

2.2.12. Revisión histórica de la formación empresarial.

El proyecto realizado por (Rodríguez, 2010) empezó confrontando los temas como educación, empleo y financiamiento que constituyen variables influyentes para el emprendimiento empresarial, actualmente en el Ecuador los jóvenes son la mayor parte económica activa. Se presentó las fases de un emprendedor, su inicio, sus características y su ejercicio para la formación de una empresa; además de una descripción de programas y políticas de distintos sectores que promueven el emprendimiento en el Ecuador, en otro capítulo, se expone un análisis descriptivo que pretende identificar al emprendedor juvenil en la etapa de puesta en marcha de su negocio, tomando como base la encuesta de Condiciones de Vida del 2006 elaborada por el INEC. El estudio procura realizar un aporte en el campo del emprendimiento y contribuir al diagnóstico para la definición de acciones en términos de políticas tendientes a promover un entorno propicio para su desarrollo empresarial.

2.2.12. Elemento fundamental para las personas emprendedoras.

La formación empresarial es el elemento fundamental para las personas emprendedoras, la energía empresarial representa un agente fundamental para abrir el progreso económico. Es significativo que cada país reconozca que su población forma el recurso más valioso y que está integrado por personas capaces de crear, mantener y fomentar el crecimiento económico (Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.13. Energía institucional.

El espíritu empresarial es un fantasía de lucha, progreso e libertad sumergido en el fondo los seres humanos, es el transcurso humanitario que tiene su propio adelanto en cada hombre o mujer, que resuelve equiparlo y crearlo su guía, su motor, su potencia (Varela & Colaboradores, 2011)

a) Potencia importante.

Es el carácter, impulso, consagración, esfuerzo y decisión para producir sus pensamientos (Varela & Colaboradores, 2011)

b) Aspiración de progreso.

Es el que impulsa a la perfección continuo que lleva a examinar siempre un estudio superior en sus diligencias(Varela & Colaboradores, 2011)

c) Capacidad de igualar oportunidades.

Es la cabida para estudiar, con este enfoque, el ambiente(Varela & Colaboradores, 2011)

d) Enfoque de futuro.

Capacidad de descubrir tendencias y de predecir lo que va suceder.

e) Habilidad creadora e innovadora.

Habilidad para localizar variadas y apropiadas formas de solución de dificultades(Varela & Colaboradores, 2011)

f) Conformidad y predilección al cambio.

Capacidad de negar en carácter obediente, eficaz y acorde con los nuevos exigencias que el ambiente programa(Varela & Colaboradores, 2011)

g) Iniciativa.

Capacidad de predecir, de inventar algo previamente que otros, de abrir caminos para retornar realidad los pensamientos(Varela & Colaboradores, 2011)

h) Libertad-autonomía-autogobierno.

Posibilidad de tomar las buenas medidas y apoderarse de los resultados obtenidos. Es entender que los resultados dependen de uno mismo(Varela & Colaboradores, 2011)

i) Capacidad de toma de decisiones con información incompleta.

Destreza para admitir que en la vida jamás se poseen a la mano todos los antecedentes y que el cambio requiere decisiones bajo casualidades moderados(Varela & Colaboradores, 2011)

j) Convicción de confianza en sus facultades.

Carácter de opinar que se puede establecer perfectamente aquello en lo que uno está apto y preparado en lo que conocimiento(Varela & Colaboradores, 2011)

k) Actitud mental positiva hacia el éxito.

Concebida como confianza, enfoque de éxito, capacidad de vencer y salir progresar(Varela & Colaboradores, 2011)

l) Compromiso-constancia-perseverancia.

Es la entrega y energía permanente hacia el fruto de los objetivos(Varela & Colaboradores, 2011)

ll) Coraje para enfrentar situaciones inseguras y correr peligros.

Es el valor y el atrevimiento ineludible para resolverse a jugar en ambientes atrevidos(Varela & Colaboradores, 2011)

m) Capacidad de ejecución.

Es el efectividad exacto para poner en práctica los pensamientos y planes creados(Varela & Colaboradores, 2011)

n) Capacidad de gestionar recursos.

Destreza de crear un uso eficaz de los diversos recursos utilizables(Varela & Colaboradores, 2011)

ñ) Practicabilidad y productividad.

Hacer bien lo que debe realizarse(Varela & Colaboradores, 2011)

o) Capacidad de inspección.

Contenido de control y de observación de los recursos y estados de la organización(Varela & Colaboradores, 2011)

p) Inadaptación positivo.

Esta dispuesto de admitir que lo que esta es importante y bueno, pero que se puede corregir(Varela & Colaboradores, 2011)

q) Solución y no dificultades.

Capacidad de saltar de la incierto a la salida, de la hipótesis a la experiencia(Varela & Colaboradores, 2011)

r) Responsabilidad-solidaridad-ética.

Capacidad de entender y emplear la idea de que el desarrollo y la riqueza deben edificarse respetando al ser humano y la entorno(Varela & Colaboradores, 2011)

s) Capacidad de completar hechos y sucesos.

Destrezas para durar y equiparar los diversos elementos que se dan contorno de un ambiente, estar apto de resolver los problemas(Varela & Colaboradores, 2011)

t) Liderazgo.

Capacidad para conseguir que los integrantes del grupo admitan sus pensamientos y acciones (Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.15. La cultura empresarial.

Los valores éticos asumidos por la empresa se integran en la cultura empresarial la cultura empresarial es un marco ideológico un conjunto de creencias, principios, valores y normas), asumido y compartido por todos los miembros de la organización. Podríamos decidir que constituye el espíritu personal de la empresa(Lacalle, Caldos, & Carrion, 2012)

No todos los valores de la cultura empresarial son directamente de carácter ético, pero si está no tienen un fundamento ético último, la cultura de la organización nace de adentro, porque refleja las convicciones de sus integrantes y no las ideas técnicas originales en las cabezas de los expertos(Herrera, 2011)

2.2.16. Innovación y espíritu emprendedor.

Al oír hablar de innovación y espíritu emprendedor se piensa de inmediato en las historias de éxito de personas como Steve Jobs de Apple Computer y Bill Gates de Microsoft; en efecto, los emprendedores tienen ideas creativas; usan sus capacidades y recursos administrativos para satisfacer necesidades identificables en el mercado y, si tienen éxito, pueden volverse ricos. Peter Drucker sugiere que la innovación se aplica no solo cuestión de buena fortuna: para obtener resultados se requiere, en primer lugar, de un trabajo sistemático y racional bien organizado y administrativo (Kountz, 2012)

2.2.17. Ambiente para el espíritu empresarial.

Dado que crear un ambiente para que un grupo logre sus metas de manera eficiente, efectivo y, por consiguiente, eficaz es una responsabilidad gerencial, los administradores deben promover las oportunidades para los emprendedores utilicen su potencial de innovación. Los emprendedores asumirán riesgos personales cuando inicien el cambio y esperaran recibir una recompensa por ello- en ocasiones asumir un riesgo razonable puede llevar al fracaso, pero este debe tolerarse; por último, necesitan cierto grado de libertad para dedicarse a sus ideas, lo que a su vez requiere delegar la suficiente autoridad. Los riesgos personales para los emprendedores que tienen su propia empresa son de clase distinta y el fracaso puede significar la bancarrota (Kountz, 2012)

2.2.18. Características personales para el éxito, habilidades gerenciales.

Tanto los profesionales como los investigadores y los hombres de negocios han intentado identificar durante mucho tiempo las características personales que debe poseer quien maneja una empresa para conducirla al éxito(Varela & Colaboradores, 2011)

a) Motivación.

La disposición positiva es la motivación para realizar cierta tarea. En esta se hallan comprendidos la responsabilidad, el vigor, la iniciativa, la perseverancia y la ambición (Varela & Colaboradores, 2011)

b) Agilidad mental.

Consiste en una inteligencia comprensiva, un procedimiento creativo y una capacidad analítica, esto significa que el administrador debe ser inteligente de forma razonable. Debe ser capaz de actuar en consecuencia con las necesidades que se le presenten a la empresa en diferentes situaciones y también debe analizar tanto los problemas como las situaciones que le afectan para poder solucionarlos (Varela & Colaboradores, 2011)

c) Habilidad para las relaciones humanas.

Factores de la personalidad como la estabilidad emocional, la capacidad de relación, la sociabilidad, la consideración y el tacto son valiosos auxiliares para el pequeño negociante (Varela & Colaboradores, 2011)

d) Capacidad de comunicarse.

Una eficiente comunicación significa el trato efectivo entre dos o más personas de manera oral y escrita, es decir, al establecer una comunicación propiamente dicha, los sujetos emisores y receptores se comprenden, además de hacerse comprender(Varela & Colaboradores, 2011)

e) Conocimientos técnicos.

Se adquieren por regla general solo con dedicarse a aprenderlos, por tanto, el administrador-empresario que los domina tiene perspectivas de éxito más amplias que cualquier otro (Varela & Colaboradores, 2011)

2.2.19. Ser emprendedor: mitos y verdades.

Hay muchos mitos e historias grandiosas sobre como grandes iconos del empresariado han hecho su fortuna. Es frecuente encontrarse con personas que buscan emular a Steve Jobs, creador de Apple y Pixar, otros admiran a Carlos Angulo, empresario colombiano que se convirtió en el banquero más importante del país, también aparecen dentro de estas Gráficas emblemáticas Carlos Slim empresario mexicano, Bill Gates, propietario de Microsoft, entre otros. Sin embargo, cuando revisamos la amplia colección de publicaciones periodistas que se hacen sobre estos multimillonarios vemos una descripción sorprendentemente simple sobre como construyeron su fortuna. Todo parecería indicar que basta con tener una gran idea y mucha perseverancia. Estas concepciones han alimentado mitos sobre lo que significa “ser” emprendedor.

A continuación resumimos seis de estos estereotipos, los cuales han sido reevaluados por investigaciones académicas.(Schnarch, 2010)

2.2.20. Los emprendedores nacen no se hacen.

Una gran parte de la literatura sobre emprendedores se refiere a los aspectos personales del emprendedor, llegando incluso a decir que esta condición estaría en los genes, es decir, que se nacería con esa facultad (independientemente de que se haga realidad). A menudo se estudian y citan los que serían los aspectos básicos para ser emprendedor, tales como el tener iniciativa, creatividad y capacidad de innovar, no temer a los riesgos, ser independiente, con buena capacidad de decisión, confianza y autoestima, persistente, tolerante al fracaso, organizado y planificador, que se adapta a los cambios, dinámico, alto grado de responsabilidad, positivo pero realista, capacidad para liderar y trabajar en equipo (Schnarch, 2010)

2.2.21. Los empresarios son sus propios jefes y son completamente independientes.

A veces se piensa que pasar de empleado a empresario flexibiliza muchas cosas, como horarios y responsabilidades. Pero nada más lejano a la realidad. Los empresarios tienen responsabilidad sobre muchas variables y personas: empleados, socios, proveedores, clientes, familias, zonas de influencia, el estado, etc. Contrario al empleado, el empresario debe velar por todas estos actores. Lo que decida, haga o deje de hacer tendrá consecuencias sobre todos ellos. Labor del empresario, aunque no tenga jefe “directo”, implica una responsabilidad mayor que generalmente no da espera y ocupa mucho tiempo(Schnarch, 2010)

2.2.22. El dinero es el ingrediente principal al iniciar un negocio.

No siempre es cierto. Si el emprendedor estructura un adecuado proyecto de emprendimiento el dinero llegará. En el mundo hay inversionistas en búsqueda de buenos planes para invertir su dinero. Si usted logra construir un plan de negocio basado en oportunidades reales, la financiación no será un problema. Además, los datos muestran que los recursos necesarios para iniciar un nuevo negocio no siempre son elevados(Schnarch, 2010)

2.2.23. Si un emprendedor tiene suficiente dinero para empezar, no podrá fallar.

El dinero no es lo suficiente para asegurar el éxito de un emprendimiento. Aunque definitivamente ayuda, crear y mantener una empresa requiere mucho más que dinero. Es necesario contar con las personas correctas para producir o prestar un producto o servicio que atienda a una necesidad de la mejor forma posible. Esto no siempre depende del dinero y, por el contrario. El exceso de este puede generar problemas de gestión donde los gastos impulsivos la falta de disciplina pueden llevar al fracaso(Schnarch, 2010)

2.2.24. Emprendimiento de negocio.

Empezar un negocio es sencillo, lo difícil es mantenerlo y hacerlo crecer. Son los emprendedores que reconocen la diferencia entre idea y una oportunidad real los que construyen empresas que tienen mayor probabilidad de éxito. De hecho, las estadísticas muestran que en promedio el 80% de las nuevas empresas fracasan antes de los 5 años. ¿Por qué? Hay muchas variables que conducen a esta situación. Nosotros consideramos principalmente dos: primero, no se identifican ni validan correctamente las ideas de negocio y segundo, no se plantean los mecanismos para convertirlas en realidad. Aunque son dos aspectos generales muchos los pasan por alto (Schnarch, 2010)

2.2.25. Habilidades de un emprendedor exitoso.

a) Tiene alta autoestima.

El individuo necesita tener confianza en sí misma. Apenas comienzan a surgir problemas sigue adelante; pues cree que sus capacidades podrán hacerle frente a las dificultades (Camacho, 2010)

b) Asume riesgos.

El emprendedor se obliga a prever los costos de la puesta en práctica de su proyecto de negocio; con el intención de plantearse nuevos retos o desafíos que le permitan ajustarse a los cambios del mercado (Camacho, 2010)

c) Piensa positivamente.

Todo emprendedor exitoso es alegre y ve siempre el lado bueno de las cosas, sin caer en un enfoque deformado de la verdad (Camacho, 2010)

d) Desarrolla el liderazgo.

Influyen sobre los integrantes de su grupo, fuente de iluminación, respeto y credibilidad para su equipo de trabajo; hace que ellos se identifiquen, no solo con él, sino con las ideas, proyectos y negocios que decide emprender. (Camacho, 2010)

e) Administra sus recursos.

Invierte inteligentemente el dinero y optimiza los procesos operativos para obtener mayor rentabilidad económica(Camacho, 2010)

f) Actualiza sus conocimientos.

Tiene intranquilidad intelectual, es una persona de orden que realiza gestiones para llevar a la práctica sus ideas. Para ello, invierte en su alineación y aprendizaje(Camacho, 2010)

g) Posee información de su entorno.

Tiene conocimiento general del mercado, de los clientes, de la competencia y del sector productivo donde se va a posicionar la empresa(Camacho, 2010)

h) Se adapta a los cambios.

En un mundo globalizado un emprendedor debe de estar en constantes cambios, que le permita guiar a su negocio o organización(Camacho, 2010)

i) Es creativo e innovador.

Identifican y transforman los problemas en oportunidades. Un emprendedor, está abierto a pensar más allá de los límites tradicionales y usa su imaginación para ver el mundo desde una óptica diferente, para crear nuevos productos y servicios (Camacho, 2010)

j) Es proactivo.

Tiene la libertad de decidir y la facultad de elegir su contestación frente perfil a las circunstancias del entorno. Esta persona toma la iniciativa de actuar con determinación para anticiparse, prevenir y prever las posibles eventualidades o problemas que pueden suceder en un futuro(Camacho, 2010)

2.2.26. Emprendedor.

Unas personas poseen una tendencia natural a hacer frente con empeño e ilusión todos aquellos retos que se le plantean a lo largo de la vida. se proponen a si mismo retos de todas las clases y naturalezas y amplían toda su energía vital en conseguir el éxito. Asumen con valentía los riesgos y entienden que una meta de importancia lleva de por si un componentes arriesgados, que deciden afrontar con decisión. Son netamente entusiastas y contagian a su entorno de su entusiasmo, creando un clima de trabajo dinámico. Ante un fracaso, analizan las causas y extraen de la experiencia un aprendizaje de valor, que les permite afrontar nuevas iniciativas y poner en marcha nuevas ideas. Son emprendedores por naturaleza (Bach, 2014)

2.2.26.1. El perfil del emprendedor.

Audaz, imaginativo, hacendoso, dirigente, vendedor de ideas, minuciosos, autónomo, intransigente, encaminado a lograr resultado, dinámico, terminante, investigado, idóneo para acomodarse al cambio. Ser líder es uno de los primeros atributos deseables en un emprendedor (Vainrub, 2010)

2.2.27. Revisión histórica de la cultura empresarial y publicidad.

El presente proyecto ejecutado por (Yepez & Abudeye, 2011) realizó un estudio de factibilidad para crear un Centro de Capacitación Micro empresarial para jóvenes y comerciantes emprendedores del Cantón Marcelino Maridueña; el mismo que a través de la investigación de mercado les permitió determinar que la demanda insatisfecha en cuanto a cursos de capacitación es grande, por lo que consideraron que el proyecto es comercialmente viable. El proyecto es muy sensible a la variación del número de asistentes, siendo no viable cuando el número de capacitados es menor a 10; pero la rentabilidad sube por cada participante adicional a 20; por lo que recomendaron realizar publicidad que promocioe cada curso que se desarrolle en el centro y de esta manera captar a más asistentes; así también, gestionar ante el Consejo Nacional de Capacitación y Formación Profesional, el financiamiento de cursos para los capacitados.

2.2.28. La cultura empresarial.

Los valores éticos asumidos por la empresa se integran en la cultura empresarial la cultura empresarial es un marco ideológico un conjunto de creencias, principios, valores y normas), asumido y compartido por todos los miembros de la organización. Podríamos decidir que constituye el espíritu personal de la empresa(Lacalle, Caldos, & Carrion, 2012)

Normalmente, es fruto de la historia de la entidad y de las formas de actuar y ver la realidad que tienen sus gestores. La cultura empresarial influye sobre la actuación de la dirección, el comportamiento del personal, la organización de la empresa, su imagen y su estilo(Lacalle, Caldos, & Carrion, 2012)

Los tres elementos o factores fundamentales que componen la cultura corporativa son la misión, la visión y los valores(Lacalle, Caldos, & Carrion, 2012)

2.2.28.1. La misión.

La razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente. La misión de la empresa debe ser conocida por todos los integrantes de la organización, ya que representa la filosofía de la misma y se mantienen en el tiempo a pesar de los pequeños cambios que pueda sufrir fruto de la dinámica empresarial(Lacalle, Caldos, & Carrion, 2012)

2.2.28.2. La visión.

Es una imagen del futuro deseado, que la empresa busca y quiere crear con sus esfuerzos y acciones. La visión ha de tener las siguientes características.

- Factible y realista
- Motivadora e inspirada
- Compartida
- Sencilla y de fácil comunicación.

2.2.28.3. Los valores.

Son los principios asumidos y desarrollados por todos los integrantes de la empresa.

Los valores han de tener las siguientes características:

- Ser mayoritariamente aceptados
- Dinámicos, como la propia empresa
- Tener contenido ético

Comprometer a los trabajadores con la misión y la visión de la empresa(Lacalle, Caldos, & Carrion, 2012)

2.2.29. La estrategia publicitaria.

Es la estrategia elaborada por una agencia de publicidad, un departamento de publicidad o expertos en comunicación para conseguir los objetivos de comunicación para seguir los objetivos de la comunicación de un anunciante por medio de la publicidad. La estrategia publicitaria comprende la estrategia creativa y la estrategia de medios(Vilajoana, Jiménez, Gonzáles, & Vila, 2015)

2.2.29.1. Clasificación de la publicidad.

Aunque el objetivo principal de la publicidad es persuadir y convencer, los anuncios publicitarios pueden clasificarse en dos tipos atendiendo a otras finalidades

a) Propagandísticos.

Tratan de influirán el comportamiento del receptor con relación a una postura o causa presentando únicamente una parte de un argumento, siendo parcial. Puede haber propaganda política, deportiva, social, cultura.

b) Publicitarios.

Tratan de convencer al receptor para que compre un determinado producto o haga uso de un determinado servicio. Su finalidad es comercial y económica(Bohigues, 2014)

c) Medios publicitarios.

La publicidad se sirve de una serie de medios o canales donde anuncia sus productos o servicios(Bohigues, 2014)

d) Anuncios en la televisión.

La publicidad se intercala en pausas destinadas a tal fin dentro de los programas o entre ellos(Bohigues, 2014)

e) Anuncios en la radio.

Similar a la anterior salvo que no se produce por imágenes y palabras sino solo por palabras(Bohigues, 2014)

f) Anuncios en prensa.

Anuncios en imágenes intercaladas dentro de las publicaciones en periódicos; revistas(Bohigues, 2014)

2.2.29.2. Emplazamientos publicitarios.

La publicidad se intercala dentro del propio desarrollo del programa. Puede ser mostrado por algún actor o personaje, recitada por el presentador(Bohigues, 2014)

a) Anuncios en exteriores.

En vallas, marquesinas, paneles destinados a tal fin, letreros luminosos(Bohigues, 2014)

b) Anuncios cerrados.

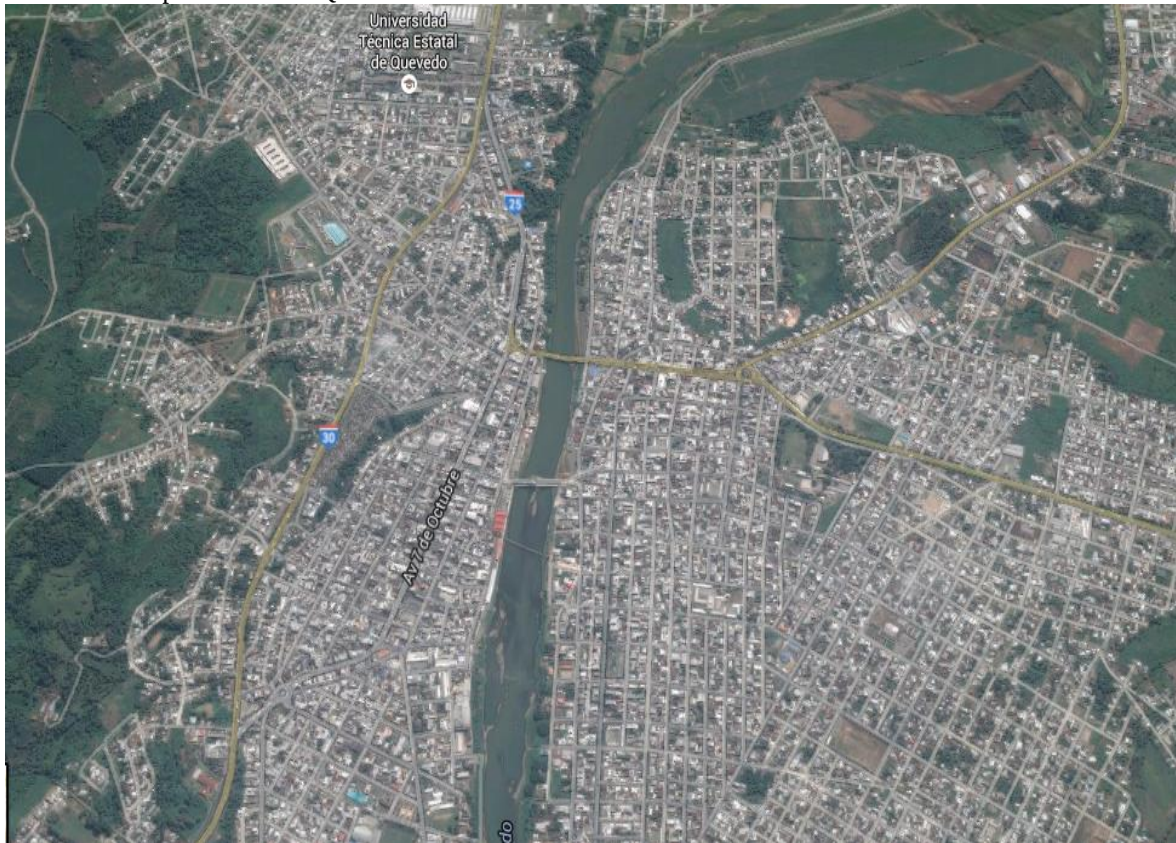
Aparecen en video juegos, en películas(Bohigues, 2014)

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

El presente trabajo se realizó en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos, Ecuador, con una altitud de 73msnm, su población es de 173.575 habitantes proyectado al 2014, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, con una extensión de 288.7 km², sus parroquias rurales son: San Carlos 64.2 km² y La Esperanza 69.0 km². La investigación tuvo una duración de 90 días.

Gráfico 1. Mapa del Cantón Quevedo



Fuente: Googlemaps

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Bibliográfica – documental.

Este tipo de investigación permitió recopilar la información en la cual se fundamenta el objeto de estudio, esta se la extrajo de varias fuentes, como libros, folletos, textos ilustrativos e internet. La teoría citada fortaleció los hallazgos encontrados y dio la pauta para establecer otras concepciones de acuerdo a lo investigado.

3.2.2. De campo

Se recopiló la información primaria referente al objeto de estudio, para lo cual fue necesaria la aplicación de encuestas a los colaboradores y propietarios de las empresas del Cantón Quevedo.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Inductivo

Permitió extraer la información primaria y establecer conclusiones particulares referentes al objeto de estudio, para lo cual se aplicaron las respectivas encuestas.

3.3.2. Deductivo

Sirvió para diagnosticar la situación actual del mercado de programas de formación empresarial para emprendedores en el Cantón Quevedo. Del mismo modo permitió conocer las necesidades de los diferentes sectores empresariales.

3.3.3. Analítico

El método analítico ayudó a examinar, comprobar y razonar toda la información recopilada, el cual permitió determinar la aceptación para la creación de un programa de formación empresarial para emprendedores en el Cantón Quevedo.

3.4. Fuentes de recopilación de información

3.4.1. Primarias

Los datos primarios fueron obtenidos aplicando las técnicas de encuesta respectivamente a los colaboradores, jefes, administradores y gerentes de las empresas, para lo cual se tomó en consideración el tamaño de la población del sector empresarial y por medio de una

muestra representativa se realizó la investigación. La información primaria permitió alcanzar los objetivos.

3.4.2. Secundarias.

Los datos secundarios ofrecieron el punto de partida de la investigación; se refiere a la información citada en varios textos, folletos, libros e internet, enfocada al objeto de estudio. Este tipo de información permitió fortalecer teóricamente el objeto y variables de la investigación.

3.5. Diseño de la investigación.

3.5.1. Población.

Según el Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador (2015), en el sector empresarial del Cantón Quevedo existen 1388 empresas y microempresas registradas, en donde laboran un promedio aproximado de 15 personas por empresa, lo que da un total de 20.820 trabajadores.

3.5.2. Muestra.

Para determinar la muestra, se aplicó la siguiente fórmula, utilizada en poblaciones finitas:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Dónde:

N = Muestra

Z²= Confiabilidad = 95% (1.96²)

P = Probabilidad de evento que ocurra = 73% (0.73)

Q = Probabilidad de evento que no ocurra = 27% (0.27)

N = Población = 1388 empresas x 15 colaboradores = 20820.

e²= Error de la muestra= ± 5% (0.05²)

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,73 \times 0,27 \times 20820}{0,05^2(20820 - 1) + 1,96^2 \times 0,73 \times 0,27}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,73 \times 0,27 \times 20820}{0,0025(20819) + 3,84 \times 0,20}$$

$$n = \frac{15764,5}{52,8047}$$

$n = 300$ trabajadores del sector empresarial

De una población de 20.820, se requiere una muestra de por lo menos 300 trabajadores del sector empresarial. Para hacer más efectivo este estudio se encuestó a los actores principales de cada empresa, es decir a los administradores, gerente y jefes (150) y colaboradores (150).

3.6. Instrumentos de investigación.

3.6.1. La encuesta.

Se las aplicó a los trabajadores de las empresas del sector empresarial, para recopilar información respecto a los servicios y necesidades de capacitación, para ello se diseñó un formato modelo (cuestionario), estructurado con preguntas cerradas acorde al objeto de estudio.

3.6.2. La observación.

Esta técnica permitió observar de cerca los datos estadísticos proporcionados por el Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador sobre las personas que laboran en el sector empresarial del Cantón Quevedo, y así obtener información relevante de los mismos para el análisis del problema en estudio.

3.7. Tratamiento de los datos.

Mediante este método se realizó los aspectos de factibilidad, para determinar la presente investigación se obtuvo los resultados y discusión a través de las encuestas realizada el campo de estudio para el desarrollo del proyecto de investigación. Se aplicaron procesos de: estudio de mercado en relación al desarrollo de la propuesta para obtener datos actuales y ofertantes en las demanda.

Segundo estudio técnico base fundamental para la localización y micro localización en la creación del programa de capacitación para emprendimiento. Además la distribución y la infraestructura del área.

Tercero estudio económico y financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

Cuarto las estrategias publicitarias que fueron necesarias para la publicación del centro de formación empresarial para emprendedores.

Finalmente se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones. Las mismas que sirvió para que sea más viable la aplicación de este proyecto de investigación.

1.8. Recursos humanos y materiales.

1.8.1. Recursos humanos.

Tutora Ing. Julia Fajardo Arriaga MSc.

Gerente de las empresas encuestadas

Empleados encuestados

1.8.2. Recursos materiales.

Equipos	Cantidad
Computadoras	1
Copiadora	1
Impresora	1
Cámara	1
Escáner	1
Celular	1

Materiales	Cantidad
Resmas de papel A4	4
Pendrive	1
Lápices	4
Carpetas	5
CD RW	7
Bolígrafos	4
Anillados	6
Cuaderno	1
Empastados	2

Material bibliográfico	Cantidad
Textos de libros	12
Internet(horas)	150
Folletos	7

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados.

4.1.1. Encuesta aplicada a los gerentes, jefes y administradores de las empresas del sector empresarial del Cantón Quevedo.

Pregunta 1 ¿Con que frecuencia utiliza usted los servicios de capacitación?

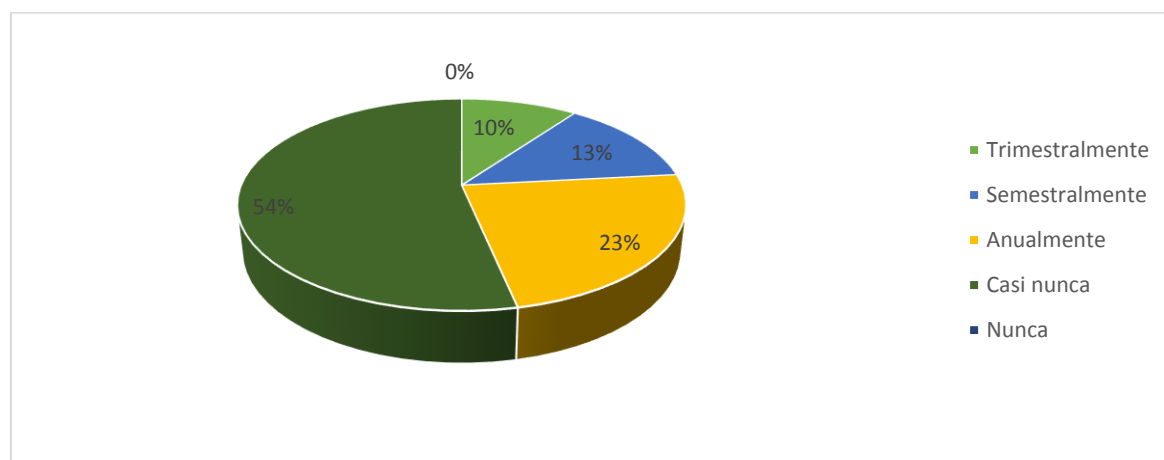
Tabla 1. Uso de los servicios que brindan las empresas capacitadoras.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Trimestralmente	15	10.00%
Semestralmente	20	13.33%
Anualmente	35	23.33%
Casi nunca	80	53.33%
Nunca	0	00.00%
Total	150	100.00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 1. Uso de los servicios que brindan las empresas capacitadoras.



Análisis e interpretación.

Como se observa en el gráfico 1, el 53.33% de los gerentes y jefes administradores de las diferentes empresas de Quevedo, indican que no utilizan con frecuencia los servicios que brindan otras empresas capacitadoras de personal, lo cual es perjudicial ya que los empleados de la misma empresa se vuelven deficientes, el 10.00% lo realiza trimestralmente.

Pregunta 2 ¿Cómo considera usted el servicio que brindan las empresas de capacitación en el Cantón Quevedo?

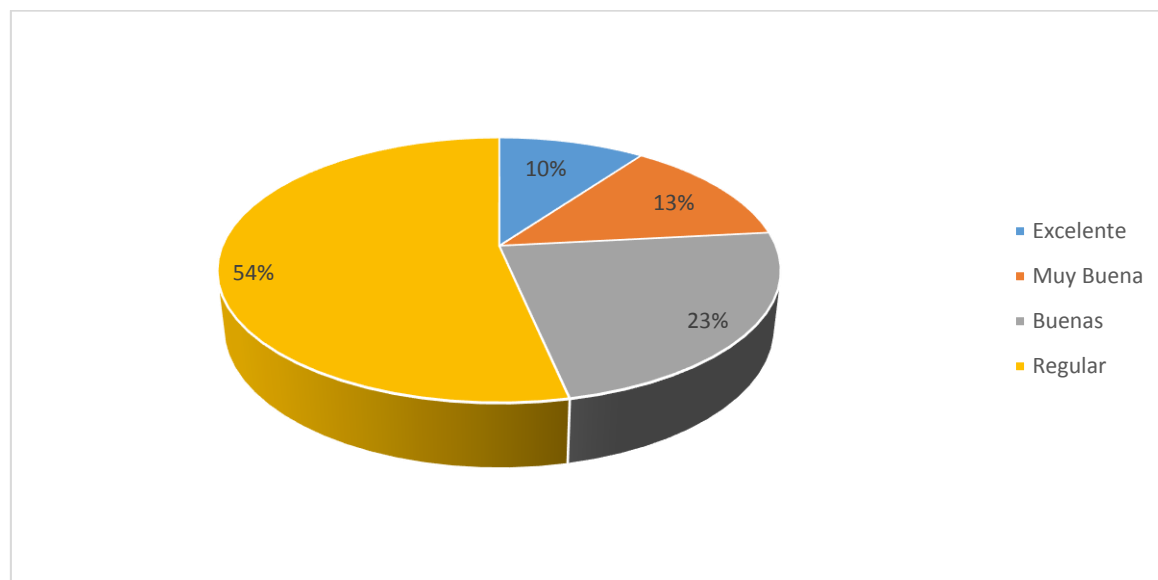
Tabla 2. Calificación del servicio que brindan las empresas capacitadoras.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	15	10.00%
Muy Buena	20	13.33%
Buenas	35	23.33%
Regular	80	53.33%
Total	150	100.00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 2. Calificación del servicio que brindan las empresas capacitadoras.



Análisis e interpretación.

La gráfico 2, indica que el 53.33% de los gerentes, jefes y administradores de las empresas del sector empresarial califican el servicio que brindan las empresas capacitadoras como regular, mientras el 10.00% con determinan como excelente, lo cual demuestra que las mayoría de los colaboradores y administradores no están conformes con el servicio que brindan las consultoras del sector, el cual no ha llenado sus expectativas.

Pregunta 3 ¿Ha tenido algún tipo de solicitud por los empleados de las empresas sobre las capacitaciones?

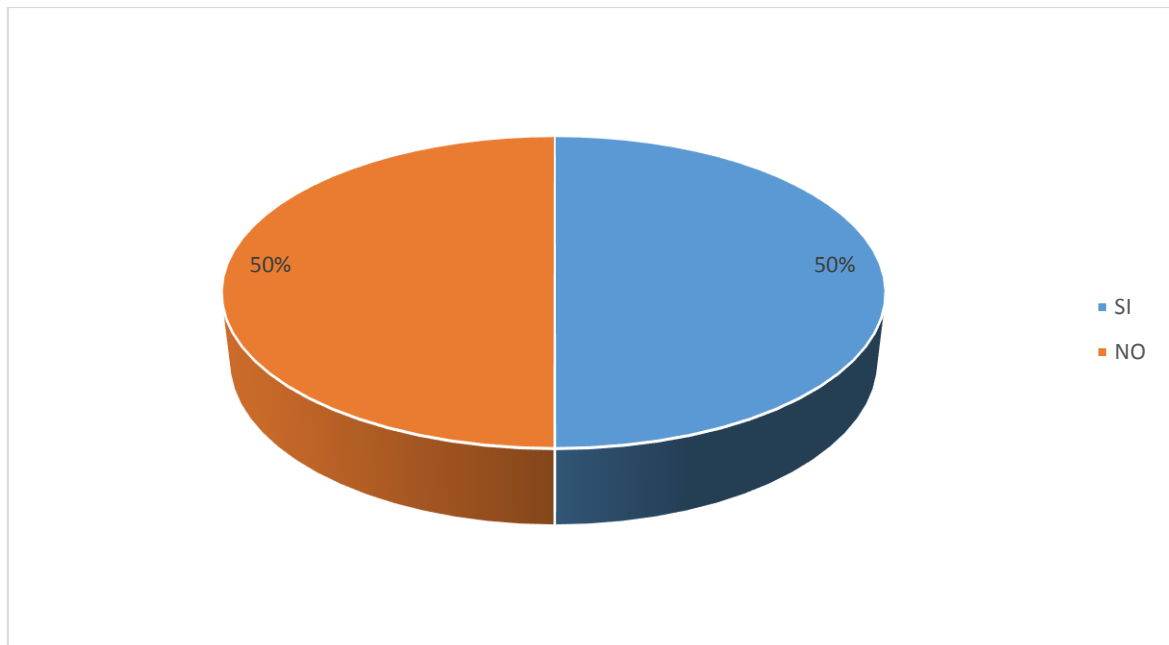
Tabla 3. Solicitud de capacitación de los empleados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	50,00%
NO	75	50,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 3. Solicitud de capacitación de los empleados.



Análisis e interpretación.

Observando el gráfico 3, se deduce que el 50% de los colaboradores de las empresas han solicitado capacitaciones a los directivos de acuerdo a la labor que desempeñan en la empresa, el otro 50% no lo ha solicitado, pues se cree que es por falta de orientación o desinterés.

Pregunta 4 ¿Cómo califica usted el trabajo que se realiza en su empresa?

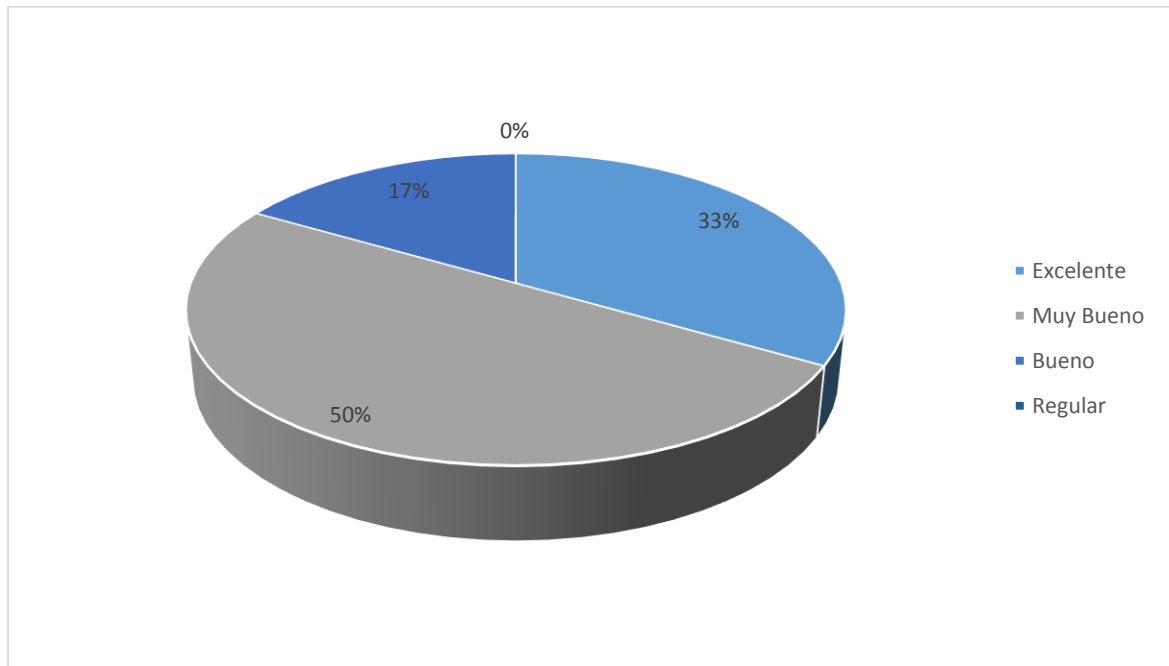
Tabla 4. Calificación del emprendimiento laboral de los empleados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	50	33,33%
Muy Bueno	75	50,00%
Bueno	25	16,67%
Regular	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 4. Calificación del emprendimiento laboral de los empleados.



Análisis e interpretación.

Observando el gráfico 4, de acuerdo a los gerentes de las empresas se estipula que el emprendimiento de los empleados en las empresa del sector es muy bueno, dicho por el 50%, mientras un 33,33% indica que es excelente y un 16.67% es bueno.

Pregunta 5 ¿Cómo califica el clima laboral de su empresa en la que trabaja?

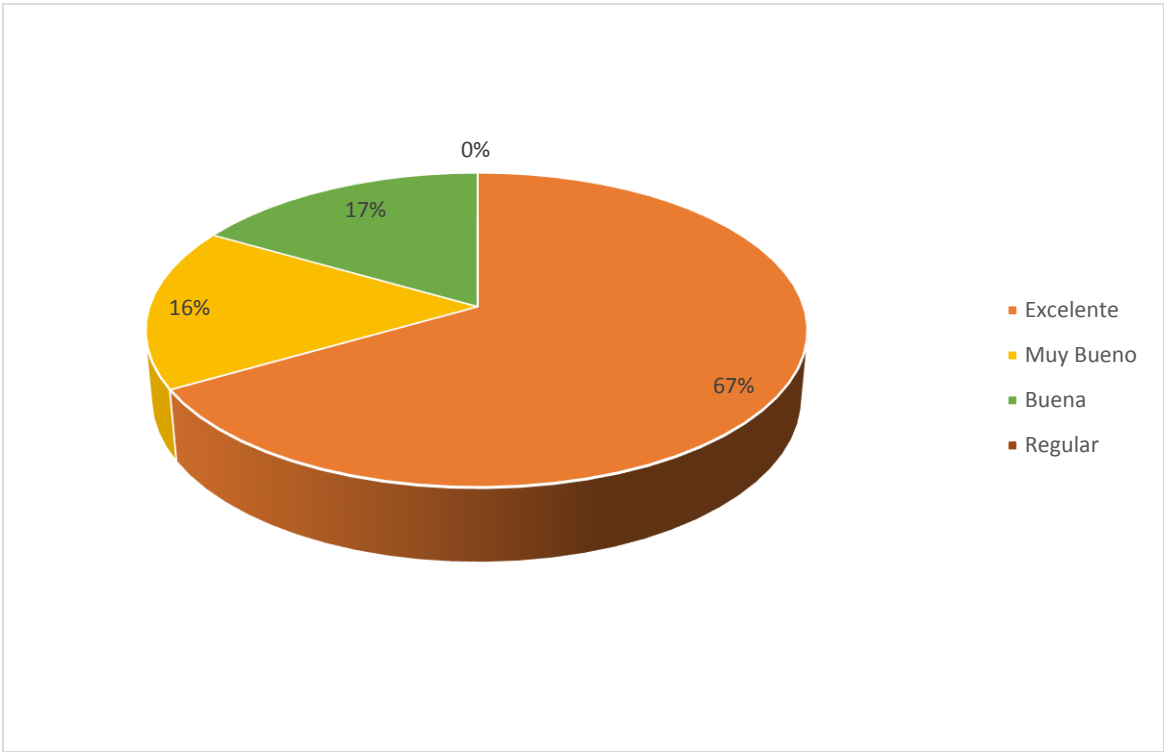
Tabla 5. Valoración del clima laboral de las empresas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	100	66,67%
Muy Bueno	25	16,67%
Buena	25	16,67%
Regular	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 5. Valoración del clima laboral de las empresas.



Análisis e interpretación.

El gráfico 5, indica que el 66.67% de los administradores califican el clima laboral de sus empresas como excelente, mientras el 16.67% como bueno, lo cual indica que existen buenas relaciones laborales entre el personal y los administradores.

Pregunta 6. ¿Considera usted importante que el personal que labora este en constante capacitación?

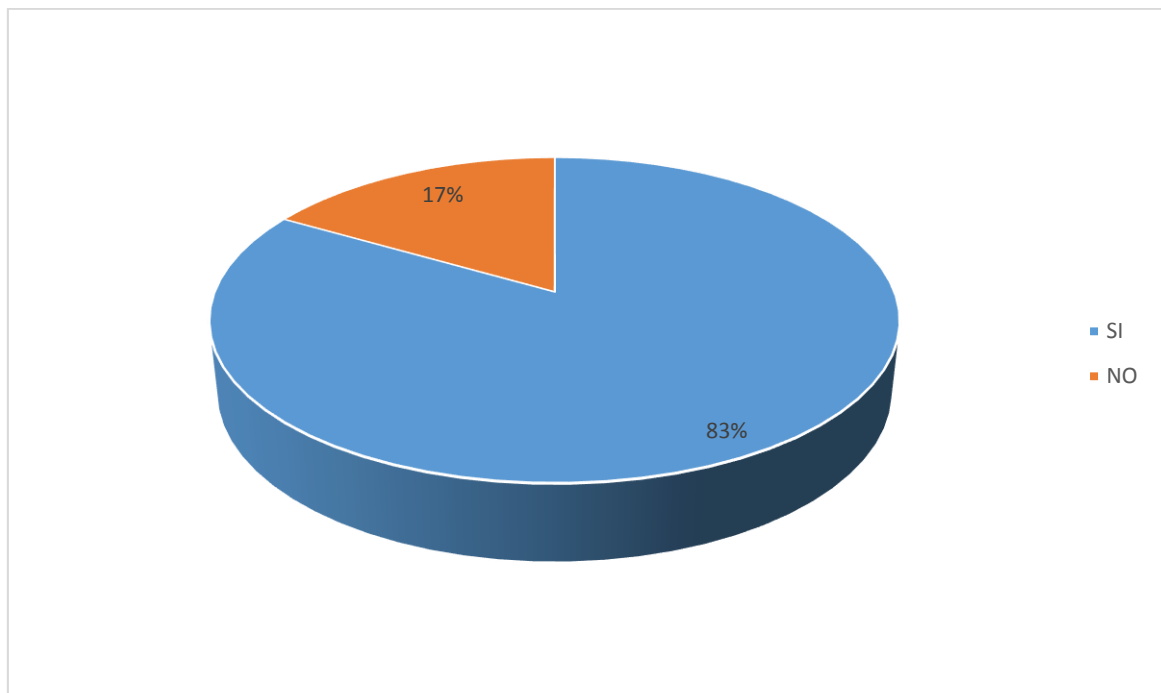
Tabla 6. Importancia de la capacitación al personal de la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	125	83,33%
NO	25	16,67%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 6. Importancia de la capacitación al personal de la empresa



Análisis e interpretación.

La mayoría de los gerentes de empresas de Quevedo, es decir un 83.33% consideran que es de gran importancia la capacitación del personal que labora en la empresa para mejorar el desarrollo productivo y comercial, mientras el 16.67% consideran que no es necesaria la capacitación para los empleados que laboran en su empresa como se observa en el anterior gráfico 6.

Pregunta 7 ¿Existen en su empresa planes de capacitación?

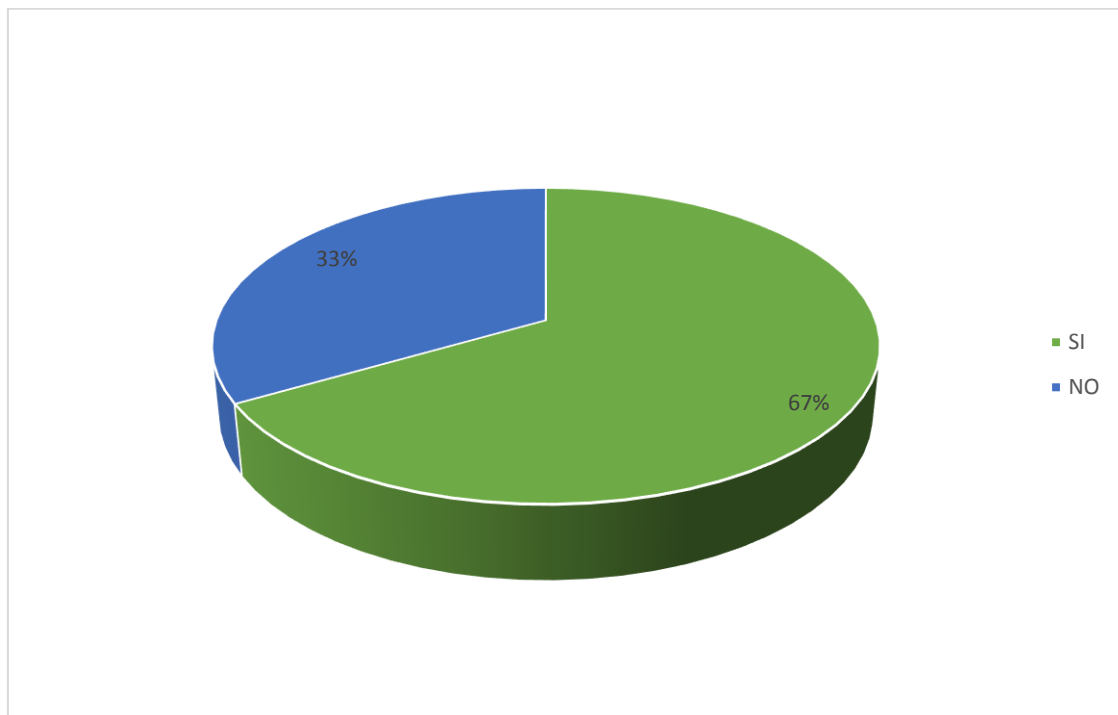
Tabla 7. Existencia de planes de capacitación en la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	100	66,67%
NO	50	33,33%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 7. Existencia de planes de capacitación en la empresa.



Análisis e interpretación.

Acorde a las encuesta realizadas a varios Gerentes de las diferentes empresas de Quevedo, el 66.67% expresaron que si tienen planes de capacitación para los colaboradores de su empresa, mientras un 33.33% restante manifestaron que no tienen planes para capacitar a sus colaboradores, observado en el gráfico 7.

Pregunta 8 ¿Considera que se cumplen los planes de capacitación en la empresa?

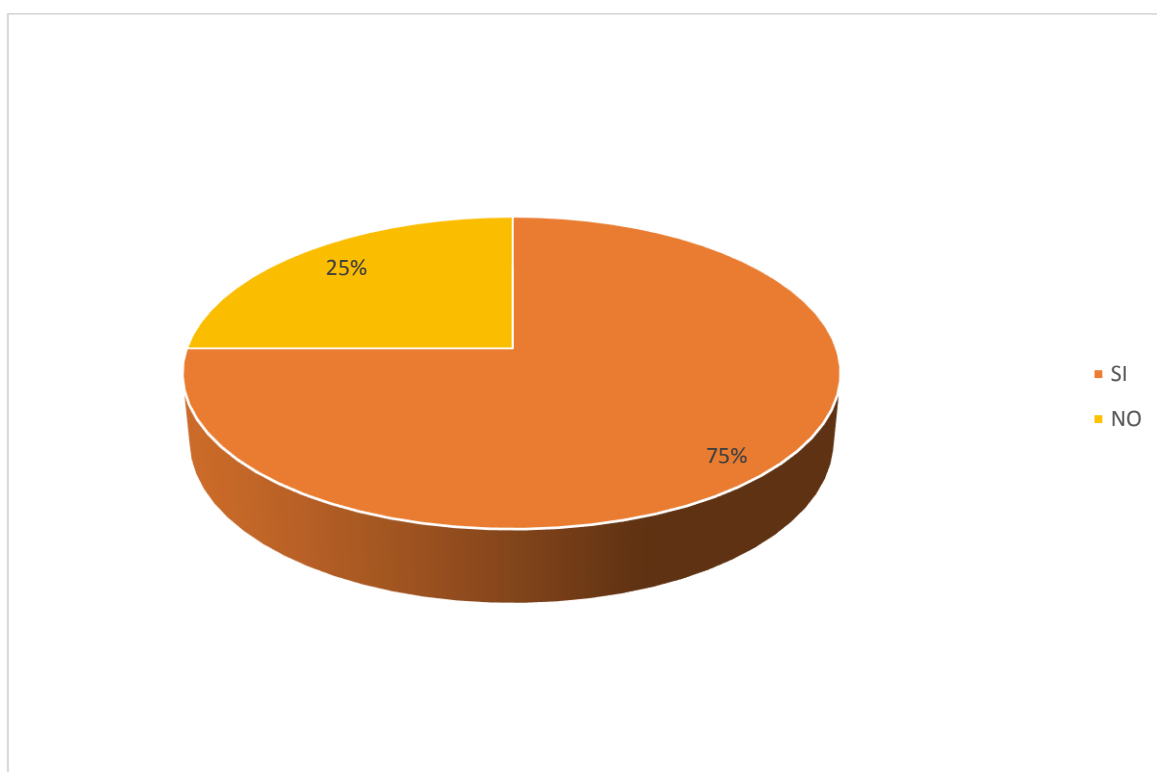
Tabla 8. Cumplimiento de los planes de capacitación de la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	75,00%
NO	25	25,00%
Total	100	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 8. Cumplimiento de los planes de capacitación de la empresa.



Análisis e interpretación.

Observando el gráfico 8, los administradores expresan, que dentro de las empresas que tienen capacitación se considera que se cumple con la planificación en un 75.00%, mientras con el 25.00% se expresa lo contrario.

Pregunta 9 ¿Considera usted que es necesario elaborar un plan de capacitación para los funcionarios de la empresa?

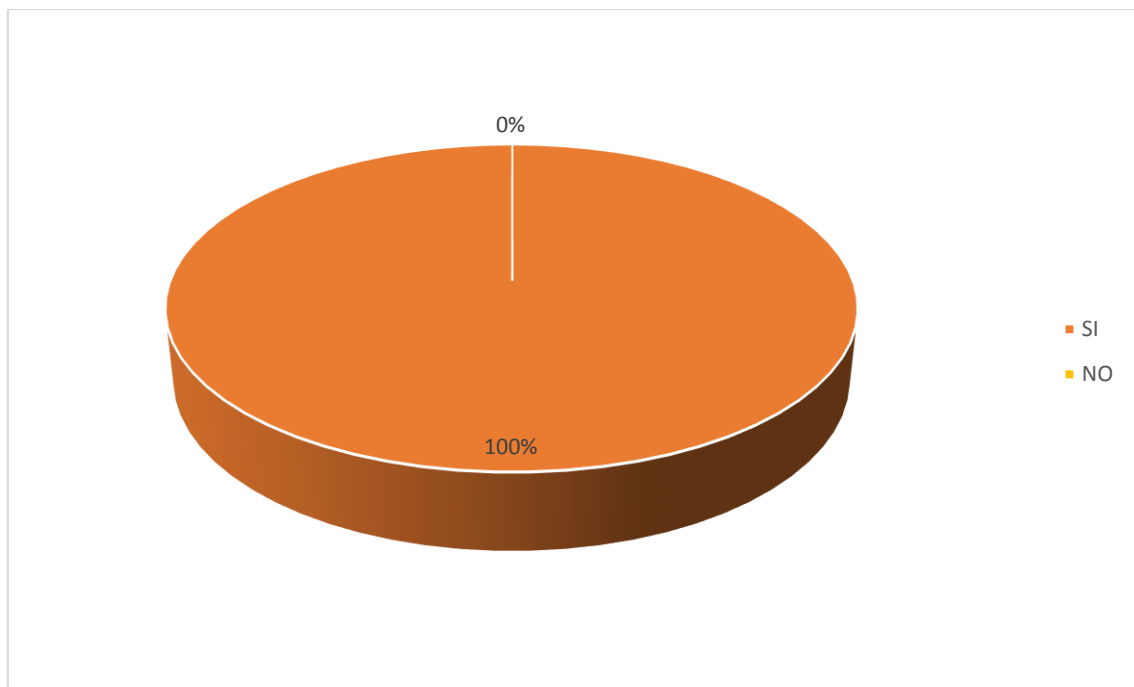
Tabla 9. Elaboración de un plan de capacitación para funcionarios.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	100,00%
NO	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 9. Elaboración de un plan de capacitación para funcionarios.



Análisis e interpretación.

El gráfico 9, indica que los Gerentes y Jefes encuestados de las diferentes empresas de Quevedo consideran en un 100% que es de gran importancia y necesario la elaboración de un plan de capacitación para los funcionarios que laboran en las mismas.

Pregunta 10 ¿Cuál es su presupuesto anual que destina la empresa para la capacitación?

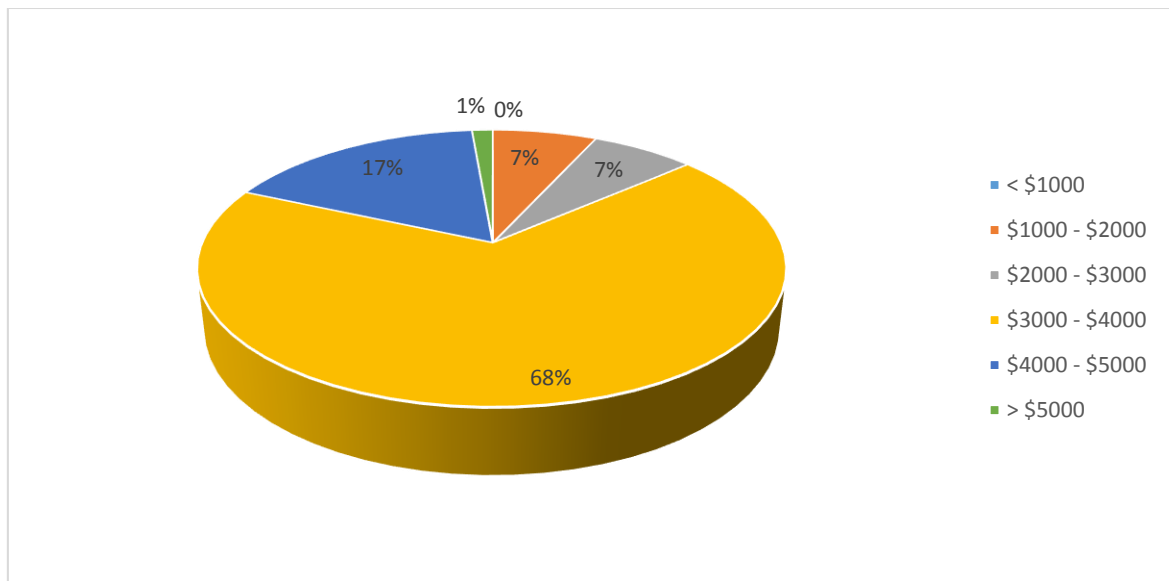
Tabla 10. Presupuesto anual destinado por las empresas para capacitar.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
< \$1000	0	00.00%
\$1000 - \$2000	10	6.80%
\$2000 - \$3000	10	6.80%
\$3000 - \$4000	100	68.03%
\$4000 - \$5000	25	17.01%
> \$5000	2	1.36%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 10. Presupuesto anual destinado por las empresas para capacitar.



Análisis e interpretación.

El gráfico 10, indica que los Gerentes y Jefes encuestados de las diferentes empresas suelen destinar un presupuesto de \$3000 - \$4000, esto lo indicó un 68.03%, mientras el 1.36% consignan más de \$5000, lo cual demuestra que existe solvencia económica en las empresas de la zona, lo cual es rentable para la creación de un centro de capacitación para emprendimiento.

Pregunta 11. ¿Según opinión el presupuesto que tiene la empresa es suficiente para cubrir con las necesidades de capacitación?

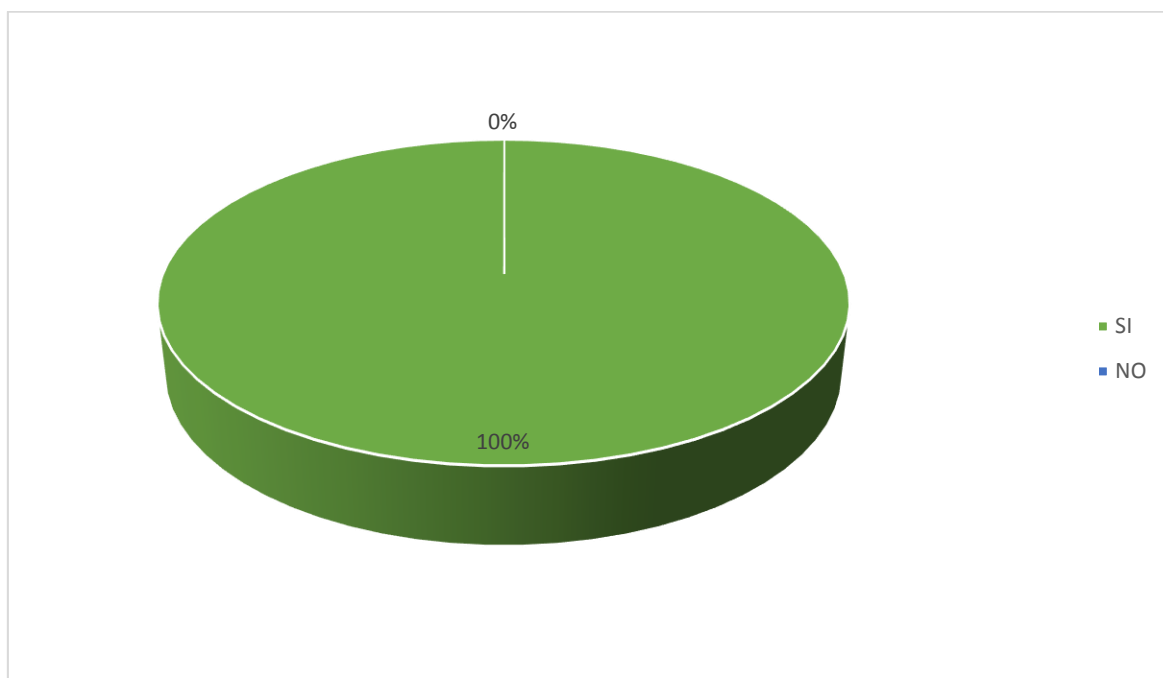
Tabla 11. Presupuesto para cubrir la capacitación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	100,00%
NO	0	00,00 %
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 11. Presupuesto para cubrir la capacitación.



Análisis e interpretación.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los Gerentes de las diferentes empresas todos coincidieron en que el presupuesto que maneja la empresa si es suficiente para la capacitación de sus empleados, partiendo de aquello los empleados mejorará el servicio que ofrecen a los clientes. Esto lo indica el gráfico 11.

Pregunta 12 ¿Es efectiva la función que realizan los empleados de la empresa en sus diferentes puestos de trabajo?

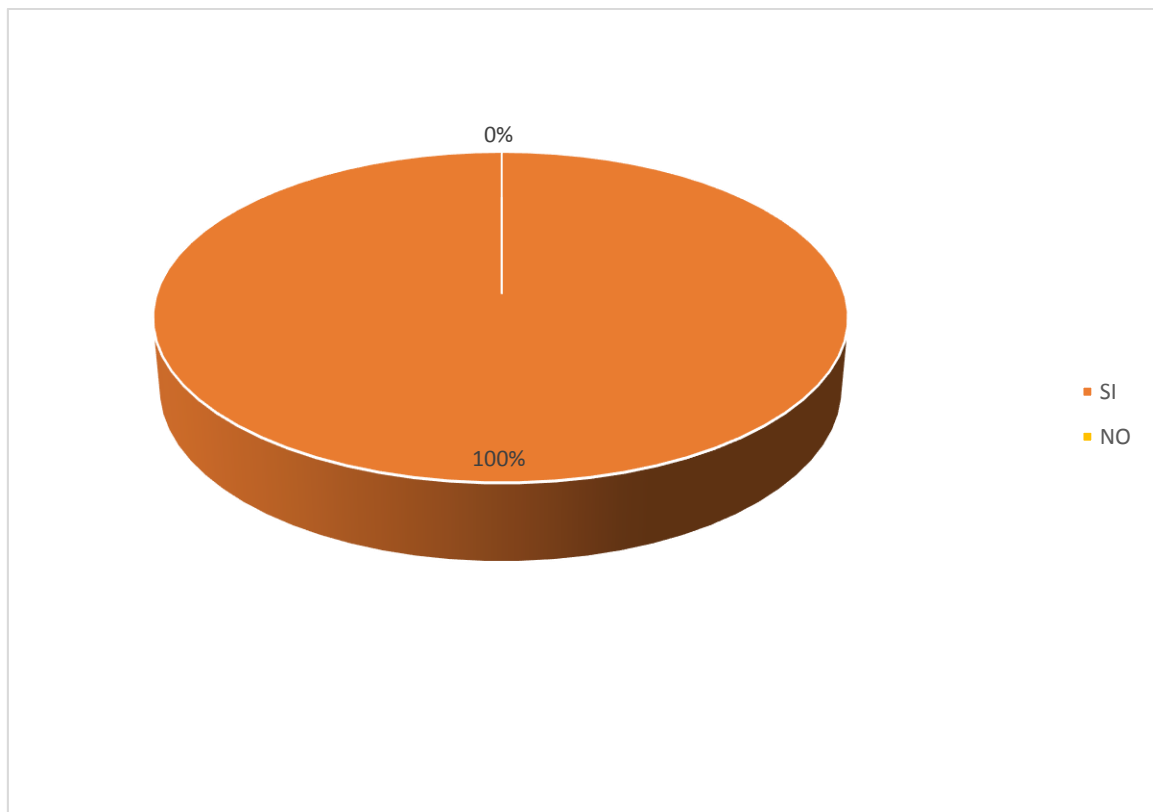
Tabla 12. Efectividad de la función por parte de los empleados.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	100,00%
NO	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 12. Efectividad de la función por parte de los empleados.



Análisis e interpretación.

Los Gerentes de las diferentes empresas como se observa en el gráfico 12, emitieron que la función que realizan todos sus empleados en las diferentes áreas de trabajo en el que se desenvuelven es efectiva.

Pregunta 13 ¿La empresa tiene asesorías en capacitaciones para el personal?

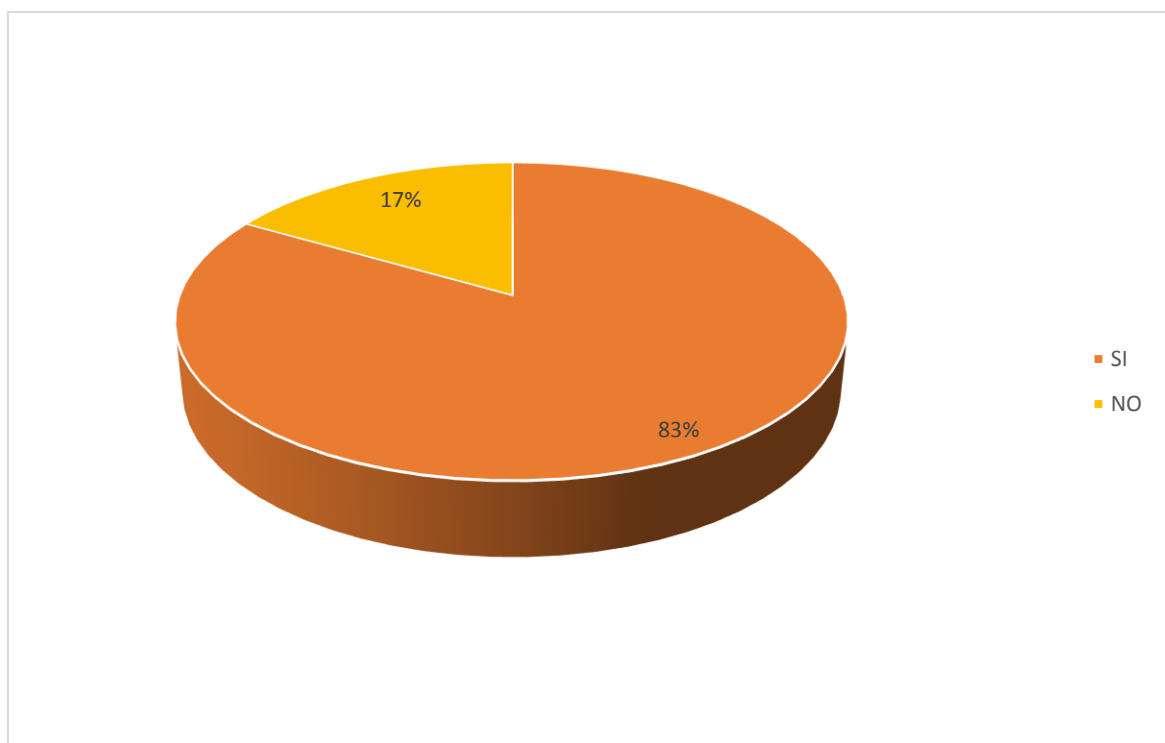
Tabla 13. Asesorías en capacitaciones para el personal.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	125	83,33%
NO	25	16,67%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 13. Asesorías en capacitaciones para el personal.



Análisis e interpretación

Visualizando el gráfico 13, el 83.33% de los Gerentes encuestados pertenecientes a distintas empresas opinaron que la empresa si tiene asesorías en capacitaciones para el personal, mientras el 16.67% manifestaron que no tienen asesorías para las capacitaciones para el personal que labora en la empresa.

Pregunta 14 ¿Las empresas que han prestado sus servicios para la capacitación del personal han llenado sus expectativas?

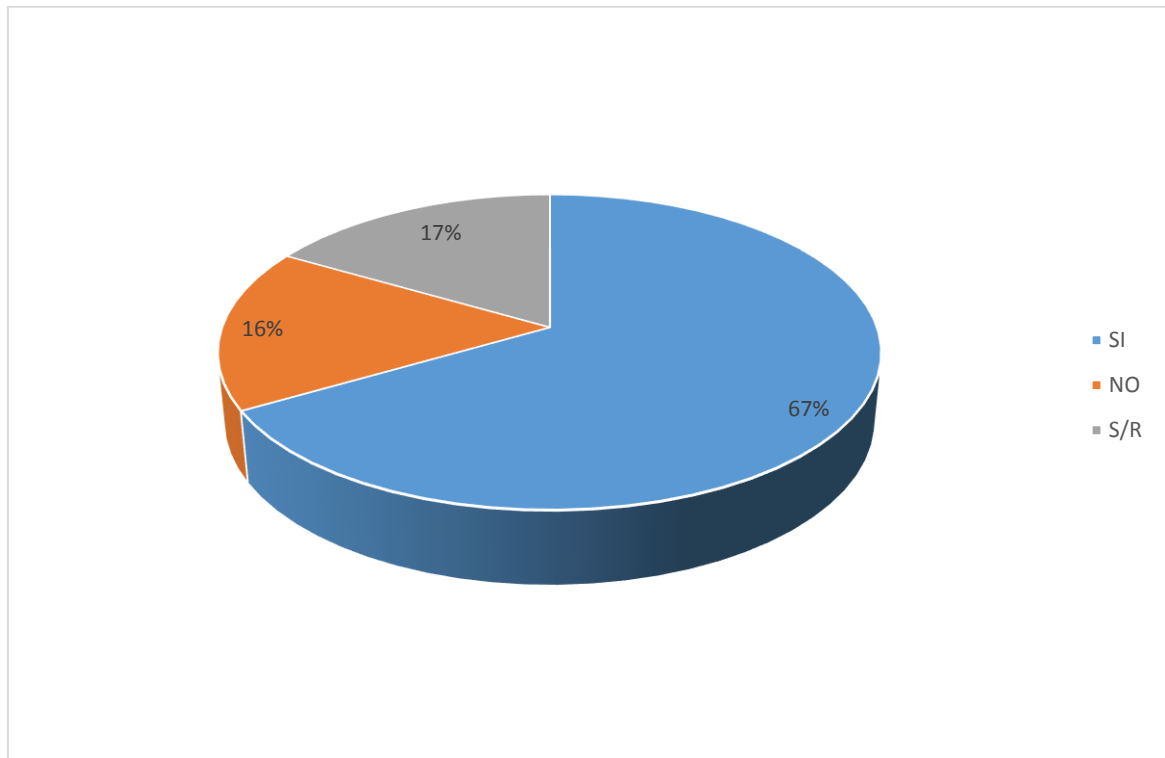
Tabla 14. Satisfacción de las capacitaciones prestadas por las empresas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	100	66,67%
NO	25	16,67%
S/R	25	16,67%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 14. Satisfacción de las capacitaciones prestadas por las empresas.



Análisis e interpretación

De las diferentes empresas los Gerentes de las mismas manifestaron que de las empresas que le han brindado sus servicios para la capacitación del personal un 66.67% opinaron que sí, mientras que un 16.67% de las empresas encuestadas opinaron no, y se culmina con una cantidad similar de 16.67% de empresas que no contestaron. Esto indica el gráfico 14.

Pregunta 15 ¿Dónde considera estratégico que se cree un centro de capacitación para emprendimiento en la ciudad de Quevedo?

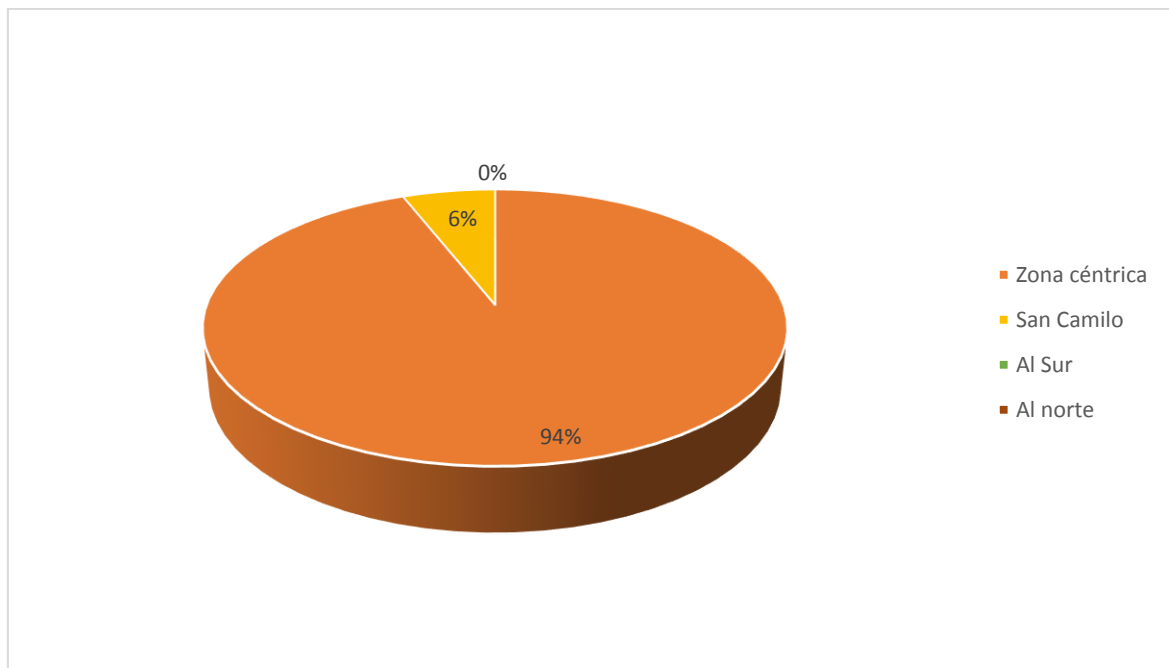
Tabla 15. Localización del centro de emprendimiento.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Zona céntrica	0	00,00%
San Camilo	0	00,00%
Al Sur	66	43,33%
Al norte	85	56,67%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 15. Calificación de la capacitación recibida



Análisis e interpretación

Según la encuesta realizada se establece que el 94% de los empresarios prefieren que el centro de formación se encuentre localizado en una zona céntrica de la Ciudad de Quevedo, mientras el 6% considera en la Parroquia San Camilo, es importante tomar la referencia y opinión con el propósito de ofertar una mejor disponibilidad de la localización para la demanda existente.

Pregunta 16. ¿Considera importante contar con una empresa de capacitación, que ofrezca sus servicios de acuerdo a las necesidades del sector en el Cantón Quevedo?

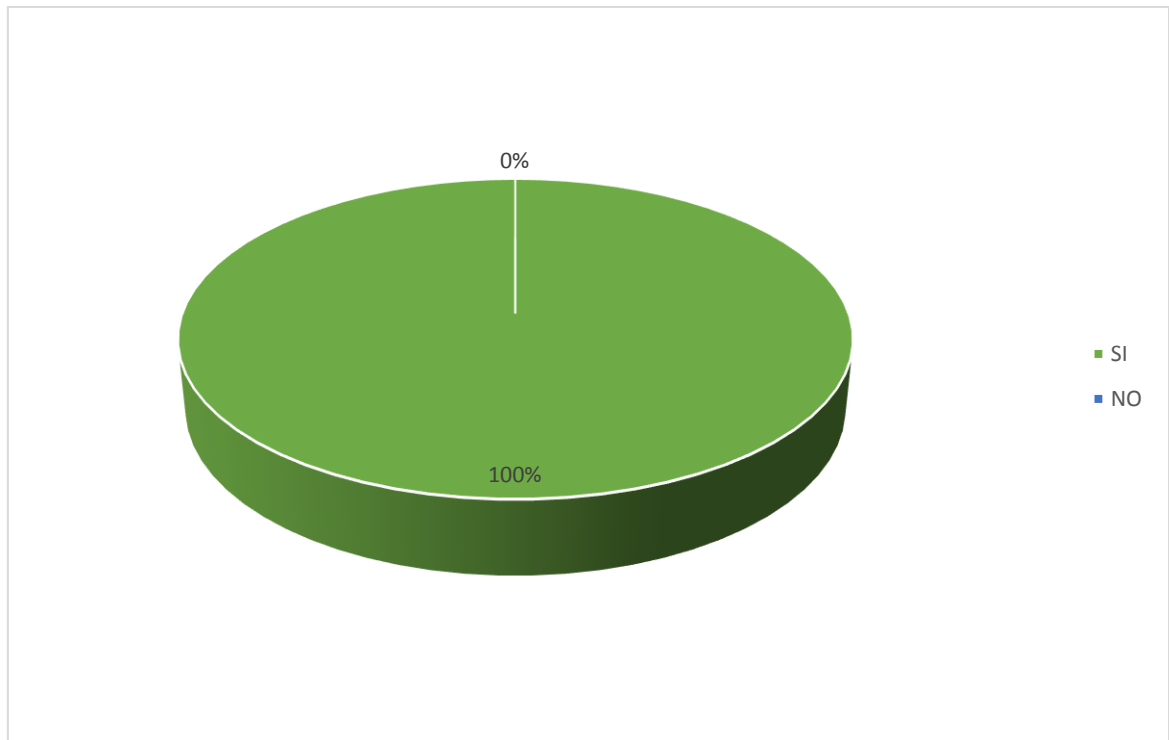
Tabla 16. Importancia de contar con un centro de capacitación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	100,00%
NO	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los gerentes, jefes y administradores. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 16. Importancia de contar con un centro de capacitación.



Análisis e interpretación

Acorde a los diferentes Gerentes encuestados de las empresas todos consideran que es de gran importancia contar con una empresa de capacitación, que ofrezca servicios de acuerdo a las necesidades del sector empresarial de Quevedo, como se muestra en gráfico 15.

4.1.2. Encuestas aplicadas a los empleados de las empresas del sector empresarial en Quevedo.

Pregunta 1 ¿Cuál es su nivel de preparación académica?

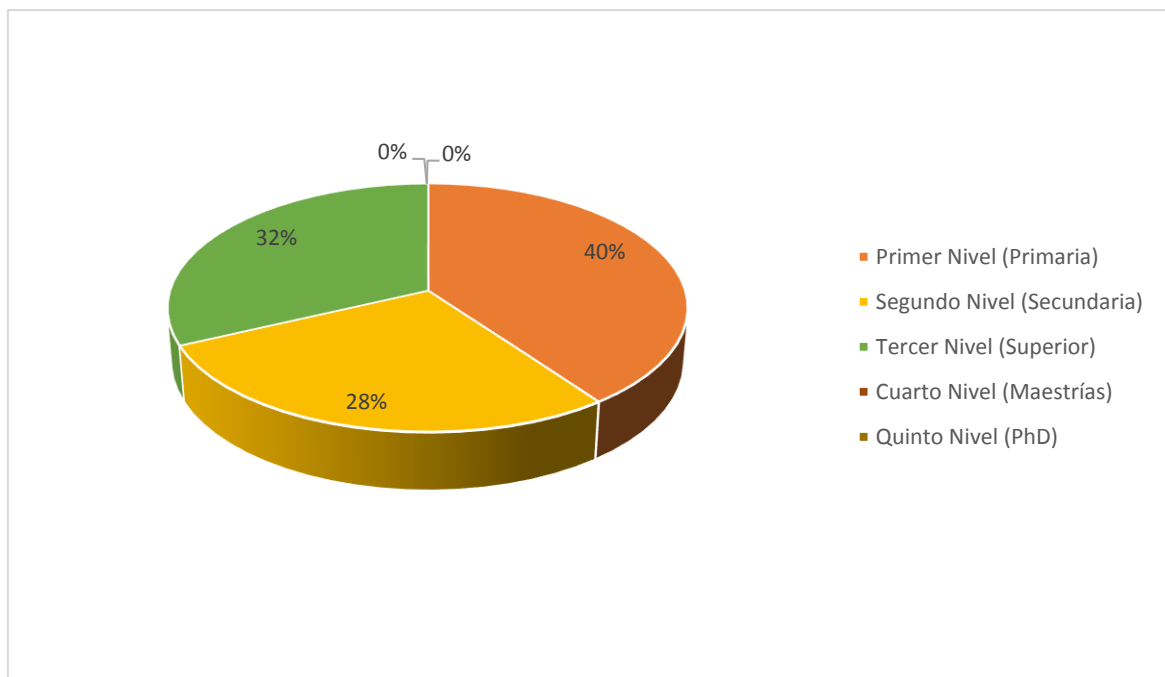
Tabla 17. Nivel de preparación académica.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Primer Nivel (Primaria)	60	40,00%
Segundo Nivel (Secundaria)	42	28,00%
Tercer Nivel (Superior)	48	32,00%
Cuarto Nivel (Maestrías)	0	0.00%
Quinto Nivel (PhD)	0	0.00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 17. Nivel de preparación académica.



Análisis e interpretación

Como se observa en el gráfico 16, acorde a las respuestas de los diferentes colaboradores de las distintas empresas de Quevedo un 40.00% opino que su nivel de preparación académica es Primaria, mientras que un 32.00% emitieron que su preparación es de segundo nivel, mientras que un 28.00% manifestaron tener tercer nivel.

Pregunta 2. ¿Al momento de ingresar al laborar en la empresa recibió adiestramiento en el área que actualmente desempeña?

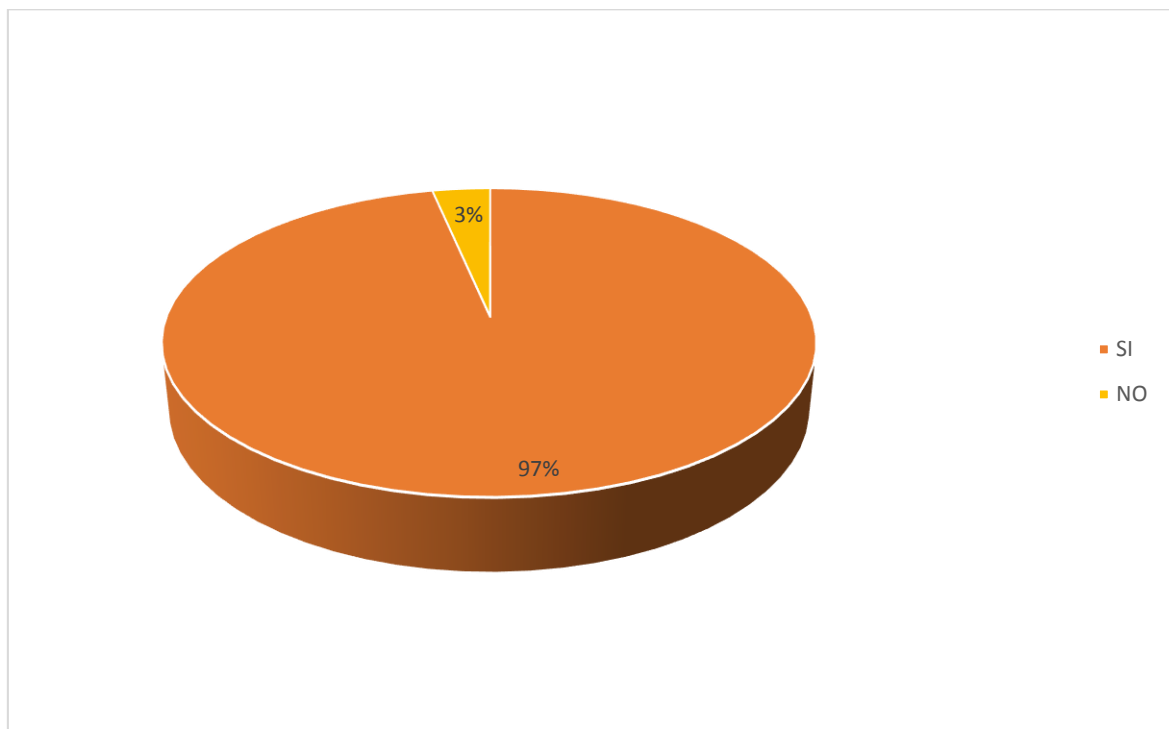
Tabla 18. Adiestramiento antes de ingresar a laborar.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	145	96,67%
NO	5	3,33%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 18. Adiestramiento antes de ingresar a laborar.



Análisis e interpretación

Como se observa en el gráfico 17, el 96.67% de los empleados de las diferentes empresas en las que laboran al momento de entrar a obrar en el área actual si recibieron adiestramiento, mientras que un 3.33% de colaboradores expresaron que no recibieron ningún tipo de adiestramiento al ingresar a laborar.

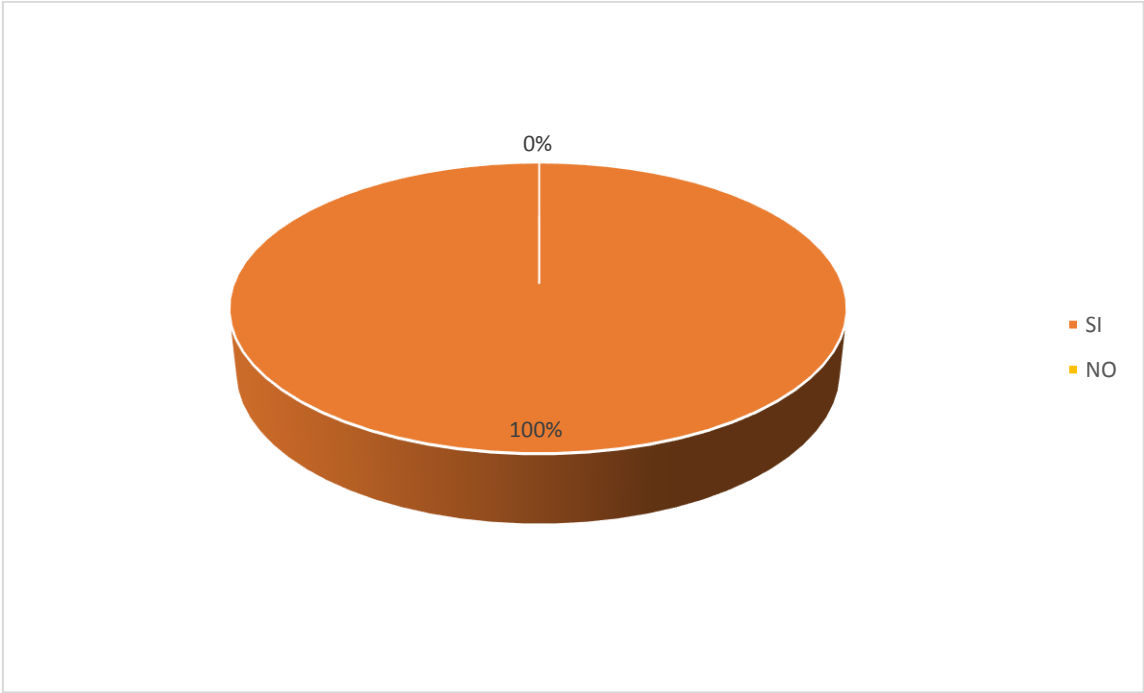
Preguntas 3. ¿Cómo colaborador de la empresa reciben charlas, cursos, capacitaciones, acerca de cómo realizar sus actividades de forma práctica y eficiente?

Tabla 19. Recibimiento de charlas, cursos y capacitaciones de emprendimiento para las actividades.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	150	100,00%
NO	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.
Elaborado por: La Autora.

Gráfico 19. Recibimiento de charlas, cursos y capacitaciones de emprendimiento para las actividades.



Análisis e interpretación

De acuerdo a los empleados de las diferentes empresas todos manifestaron como colaboradores que reciben charlas, además de diferentes cursos y capacitaciones, para poder desenvolverse en el campo que laboran y desarrollar sus actividades de manera práctica y eficiente para emprendimiento, como se observa en el gráfico 18.

Pregunta 4. ¿La empresa cubre los costos de capacitación?

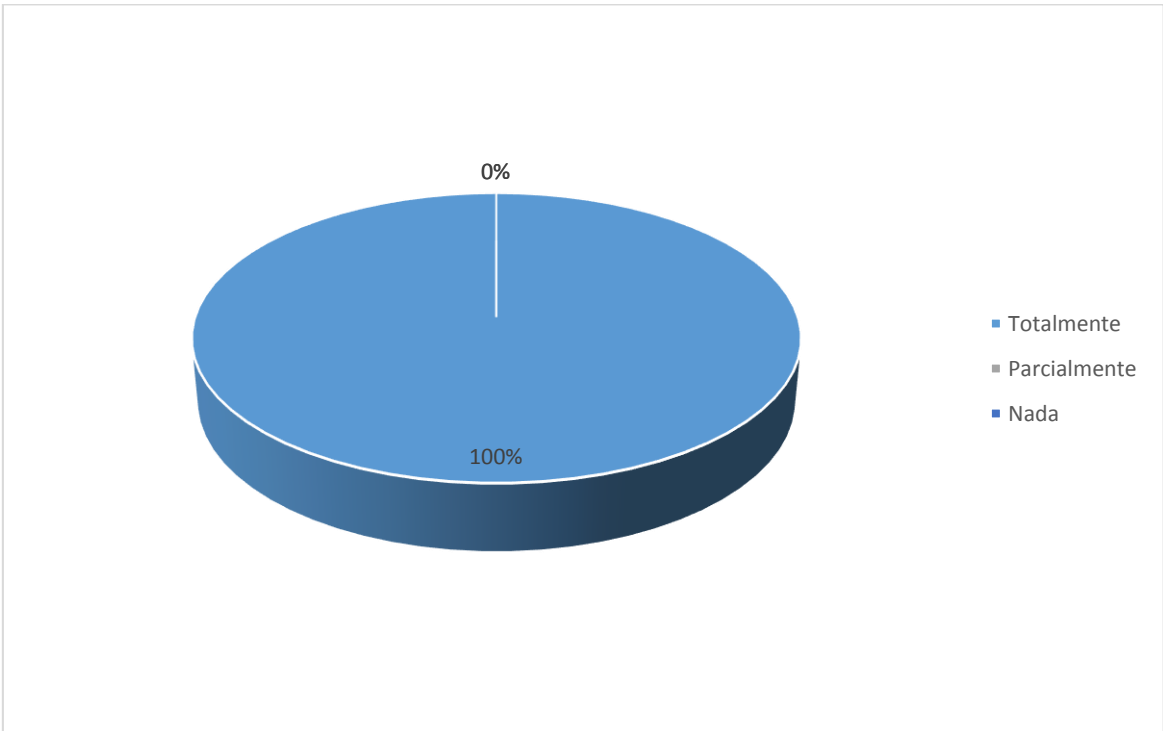
Tabla 20. Cubrimiento de los costos de capacitación por la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	150	100,00%
Parcialmente	0	00,00%
Nada	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 20. Cubrimiento de los costos de capacitación por la empresa.



Análisis e interpretación

Como se observa en el gráfico 19, de acuerdo a las respuestas de los colaboradores de las diferentes empresas de Quevedo manifestaron que los costos para la capacitación los cubre la empresa en su totalidad.

Pregunta 5. ¿De qué manera usted fue seleccionado para desempeñar su cargo en esta entidad?

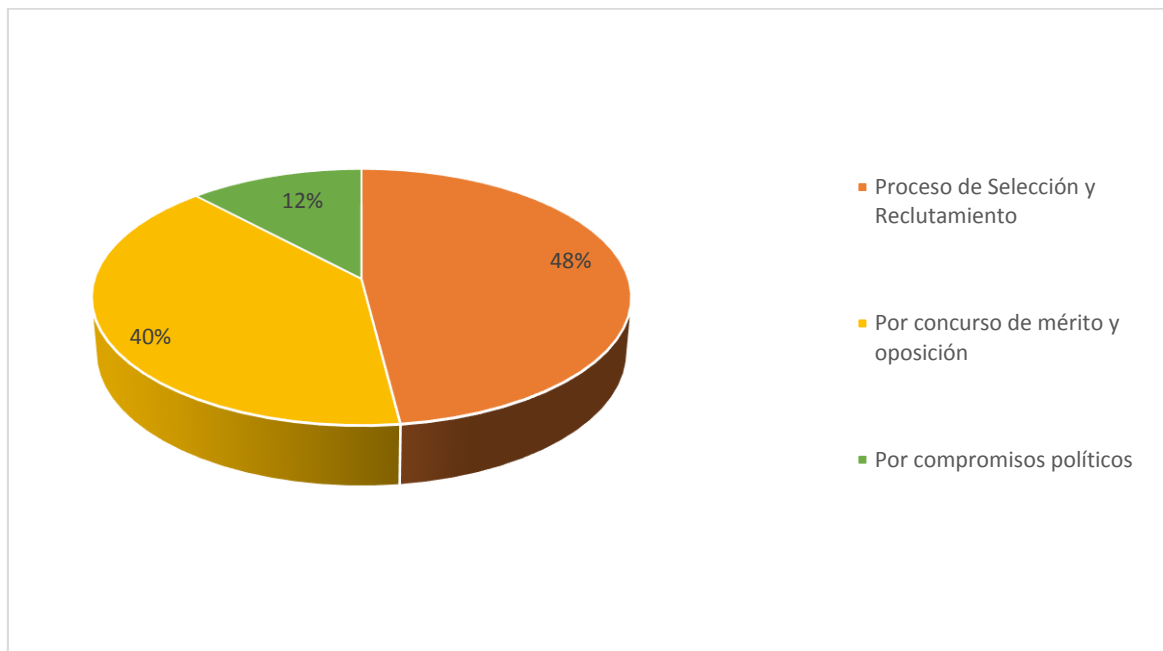
Tabla 21. Selección para desempeñar el cargo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Proceso de Selección y Reclutamiento	72	48,00%
Por concurso de mérito y oposición	60	40,00%
Por compromisos políticos	18	12,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 21. Selección para desempeñar el cargo.



Análisis e interpretación

La mayoría de los colaboradores de las diferentes empresas de Quevedo para desempeñar su cargo en el área actual para seleccionarlos fue por medio de selección y reclutamiento con un 48.00%, mientras un 40.00% fue seleccionado por medio de méritos y oposición, concluyendo el 12.00% de los encuestados fue seleccionado por compromisos políticos, como se muestra en el gráfico 20.

Pregunta 6 ¿Cuánto tiempo trabaja en esta empresa?

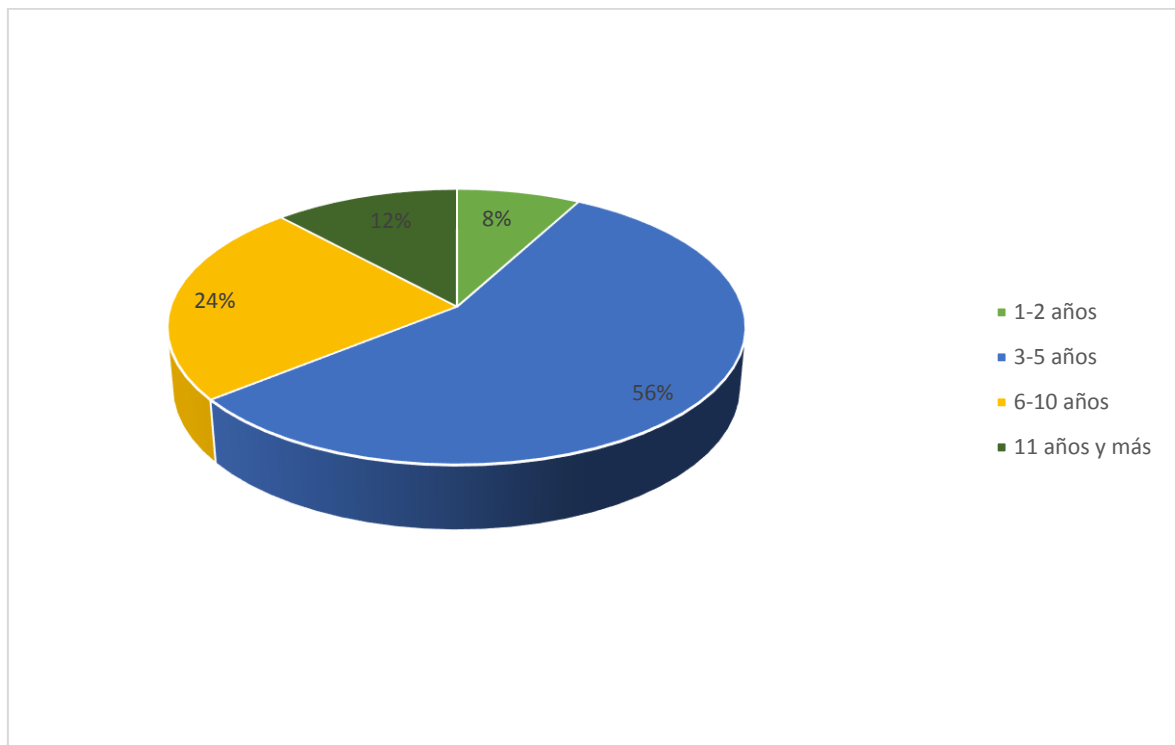
Tabla 22. Tiempo de trabajo en la empresa.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1-2 años	12	7,33%
3-5 años	85	56,67%
6-10 años	36	24,00%
11 años y más	18	12,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 22. Tiempo de trabajo en la empresa.



Análisis e interpretación

De acuerdo al tiempo que llevan laborando los empleados de las diferentes empresas de Quevedo, un 56.67% lleva trabajando de 3 a 5 años, mientras que un 24.00% estipulado labora entre 6 a 10 años, el 12.00% tiene mayor tiempo de trabajo que es de 11 años y más, y 7.33% labora aproximadamente de 1 a 2 años, como se muestra en la gráfico 22.

Pregunta 7 ¿Hace que tiempo recibió su última capacitación?

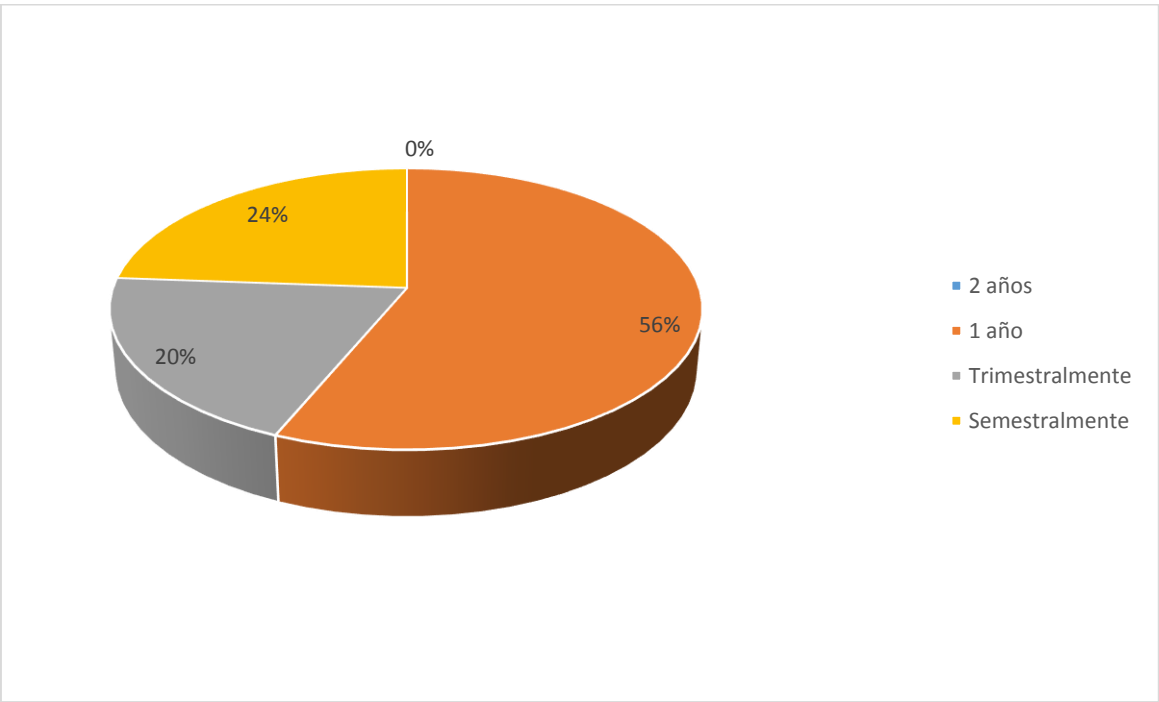
Tabla 23. Tiempo de recibir la última capacitación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
2 años	0	00,00%
1 año	85	56,67%
Trimestralmente	30	20,00%
Semestralmente	36	23,33%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 23. Tiempo de trabajo en la empresa.



Análisis e interpretación

Como se visualiza en el gráfico 23, acorde a las encuestas realizadas a los empleados de las empresas de Quevedo, la última vez que recibieron la última capacitación según el 56.67% fue hace 1 año, mientras que el 23.33% opino haber recibido la capacitación hace seis meses, y un 20.00% manifestó haber recibido hace tres meses.

Pregunta 8 ¿Considera que la capacitación es?

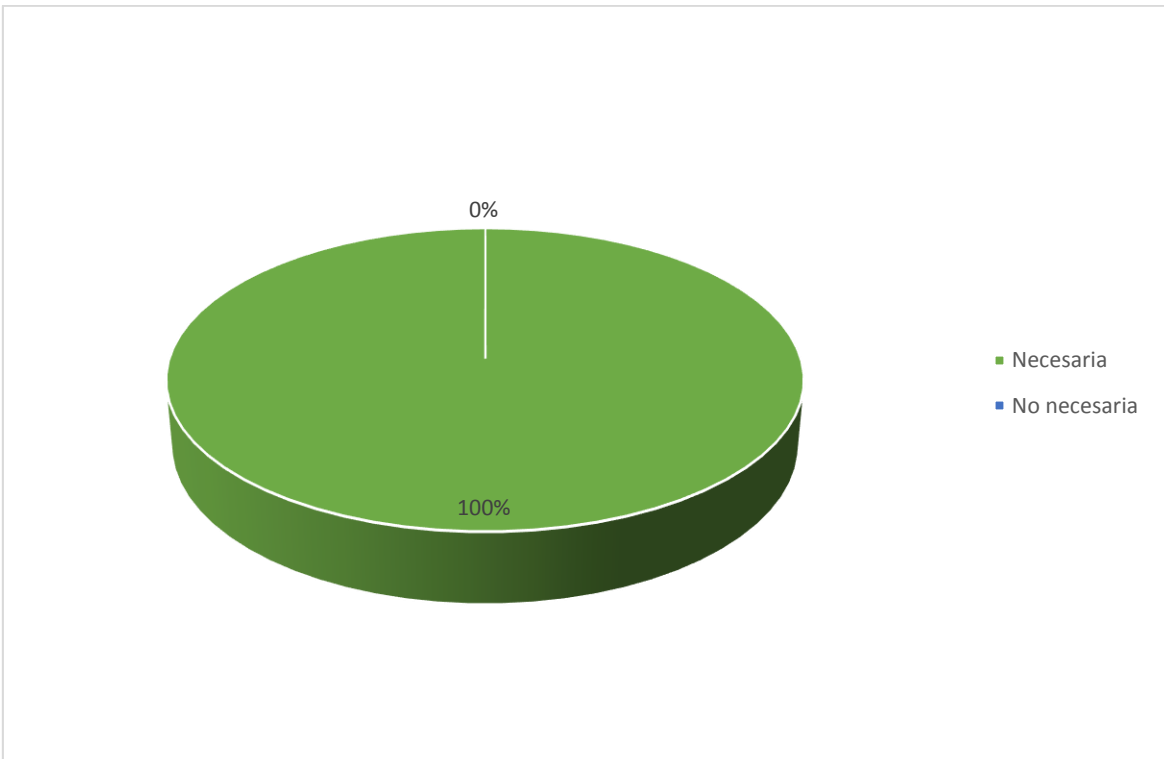
Tabla 24. Consideración de la capacitación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Necesaria	150	100,00%
No necesaria	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 24. Consideración de la capacitación.



Análisis e interpretación

Como se visualiza en el gráfico 24, con respecto a la capacitación de las empresas de Quevedo, todos los encuestados consideran que la capacitación es necesaria ya que ellos están conscientes que mejorarán en sus actividades para ofrecer un servicio de calidad.

Pregunta 9 ¿Qué tipo de capacitación recibió?

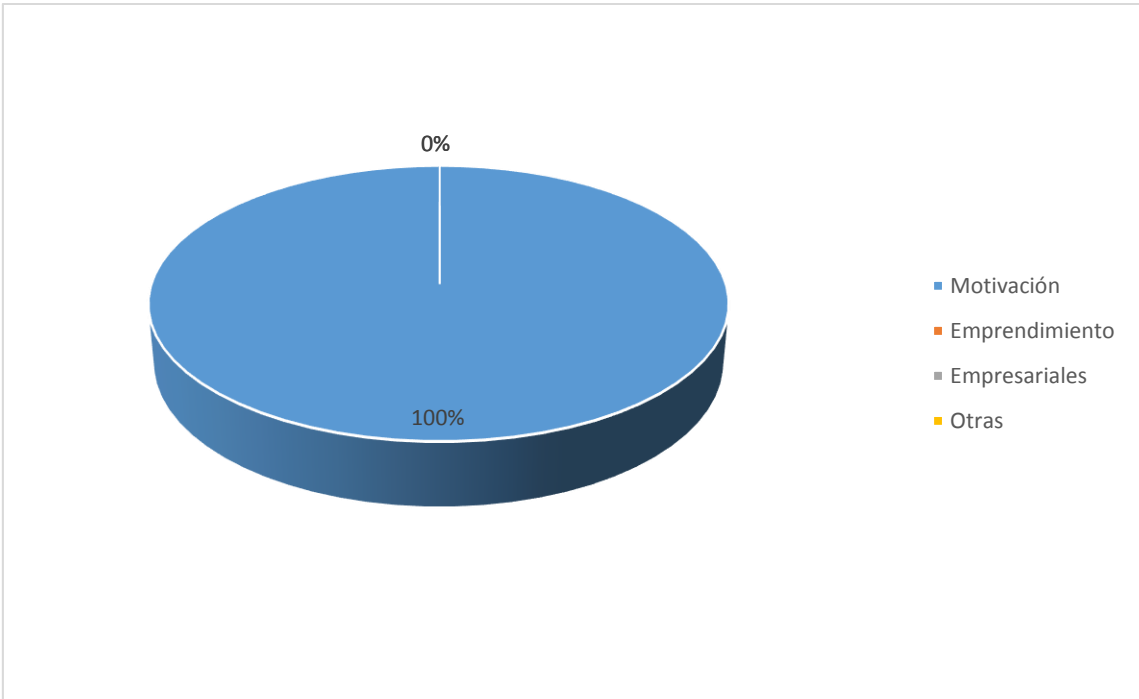
Tabla 25. Tipo de capacitación recibida.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Motivación	150	100,00%
Emprendimiento	0	00,00%
Empresariales	0	00,00%
Otras	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 25. Tipo de capacitación recibida.



Análisis e interpretación

Visualizando el gráfico 25 de acuerdo a las respuestas de los empleados encuestados de las diferentes empresas de Quevedo, la capacitación que ellos recibieron solo son de motivación para que mejoren el desempeño en el trabajo, esto no ayuda a los empleados adquirir nuevas destrezas en las diversas áreas que deben realizar en las empresas.

Pregunta 10. ¿Cómo califica la capacitación recibida?

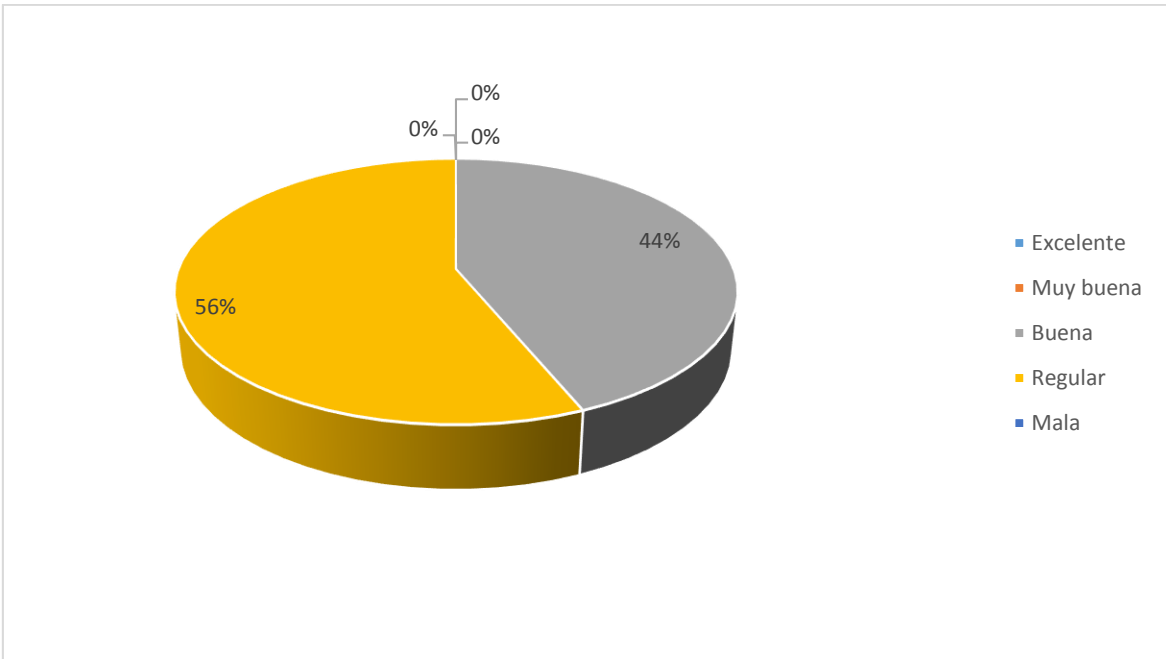
Tabla 26. Calificación de la capacitación recibida.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	00,00%
Muy buena	0	00,00%
Buena	66	43,33%
Regular	85	56,67%
Mala	0	00,00%
Total	150	100,00%

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 26. Calificación de la capacitación recibida



Análisis e interpretación

En referencia a las encuestas realizadas a los empleados de varias empresas ubicadas en Quevedo, un 56.00% consideraron que la capacitación recibida por parte de la empresa fue regular, mientras que un 44.00% calificaron a la capacitación recibida como buena, como se observa en el gráfico 26.

Pregunta 11. ¿Qué temas cree usted que necesita para que la capaciten y que contribuyan al desempeño de sus funciones?

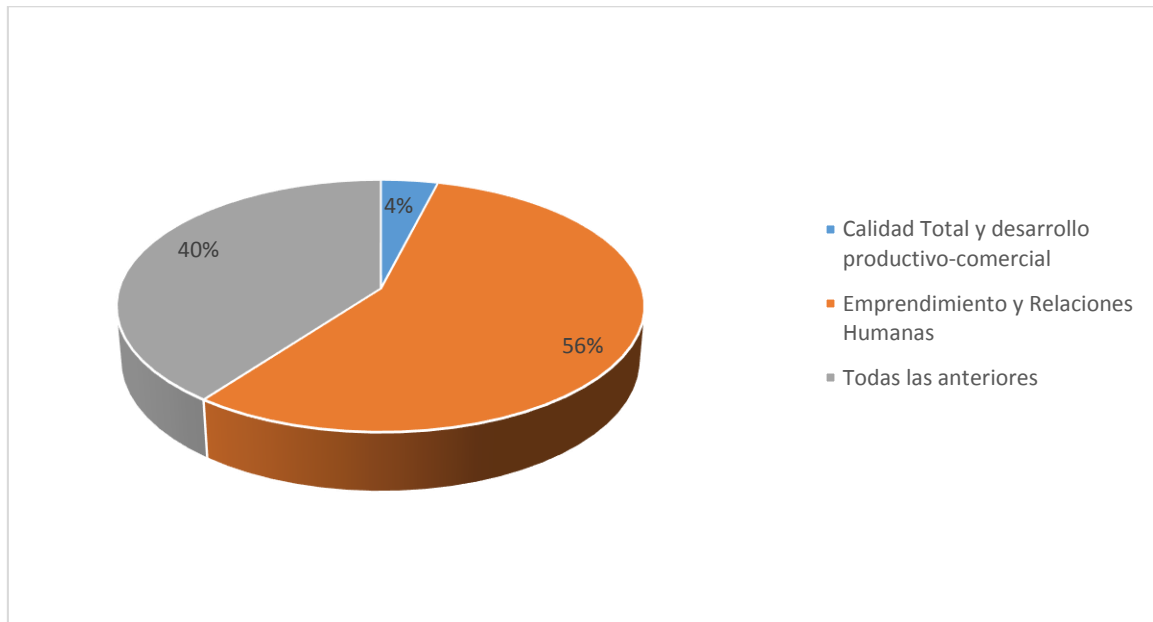
Tabla 27. Temas necesarios para la capacitación.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Calidad Total y desarrollo productivo-comercial	6	4,00%
Emprendimiento y Relaciones Humanas	85	56,00%
Todas las anteriores	60	40,00%
Total	150	100,00

Fuente: Datos de las encuestas, aplicadas a los empleados. 2015.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico 27. Temas necesarios para la capacitación.



Análisis e interpretación

Acorde a los empleados encuestados de las empresas, la mayoría considero que los temas que consideran necesarios para la capacitación serian Ambiente laboral y relaciones humanas en un 56.00% de encuestados, mientras que el 40.00 están de acuerdo en recibir capacitaciones acerca de servicio al cliente, calidad total, ambiente laboral y relaciones humanas es decir todos los temas ya que creen que son muy necesarias, y el 4.00% manifestó que sería de gran importancia capacitaciones acerca de servicios al cliente y relaciones humanas, como se visualiza en el gráfico 27.

4.1.2. Estudio técnico.

4.1.2.1. Tamaño del proyecto.

Se refiere a la capacidad del proyecto, la cual se encuentra condicionada por el tamaño, capacidad financiera y corporativa del programa de formación empresarial para emprendedores. Los puntos siguientes detallan de mejor manera el tamaño del proyecto.

a. Tamaño.

El fin del estudio es buscar la forma de satisfacer las necesidades de las personas y empresas que según el Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador (2015), en el sector empresarial del Cantón Quevedo existen 1388 empresas y microempresas registradas, en donde laboran un promedio aproximado de 15 personas por empresa, lo que da un total de 20.820 trabajadores, por lo tanto se pretende implementar estrategias, imagen corporativa y estructura del local estarán dirigidas a ellos, con el propósito de satisfacer sus necesidades.

b. Disponibilidad de recursos financieros.

El capital para la creación del programa de formación empresarial para emprendedores, será financiado por una entidad Financiera Banco Internacional con una inversión inicial de \$34.305,00, esto corresponde a los gastos de equipos, muebles y materiales de oficinas, permisos, publicidad, instalaciones, recursos administrativos, entre otros materiales. La entidad se encuentra en capacidad de facilitar el capital de inversión para hacer factible la creación.

c. Disponibilidad de mano de obra.

En el sector existe mano de obra calificada y no calificada como profesionales como supervisor y orientadores para dictar las capacitaciones (Ingenieros en gestión empresarial, administración de empresas o carreras afines), también un director, contador una secretaria que conozca todos los procedimientos y papeleos administrativos y organizacionales para el crecimiento del programa de formación empresarial para emprendedores, lo que

significa que el proyecto no presentará dificultad en cuanto a la disponibilidad de mano de obra.

d. Disponibilidad de tecnología.

Con el creciente desarrollo de la tecnología hoy en día es posible adquirir y tener equipos modernos, es por ello el programa de formación empresarial para emprendedores contará con el equipo tecnológico necesario para alcanzar sus objetivos entre los principales equipos se consideran proyectores, aire acondicionado, televisores LED 42", teléfonos – fax y computadoras con software especializado.

4.1.2.2. Localización del proyecto.

a. Macro localización.

El Programa de formación empresarial para emprendedores se lo implantará en el Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos.



Gráfico 28. Mapa político del cantón Quevedo.

b. Micro localización.

El local estará ubicado específicamente en la Av. 7 de Octubre zona centrica del Cantón Quevedo, Provincia de Los Ríos.

El local donde funcionará el Programa de formación empresarial para emprendedores, estará estructurado de la siguiente manera: Área de Administración, Área de Talleres, Área de Espera, 2 baños, 3 aulas, 2 bodegas y Área de exposiciones.

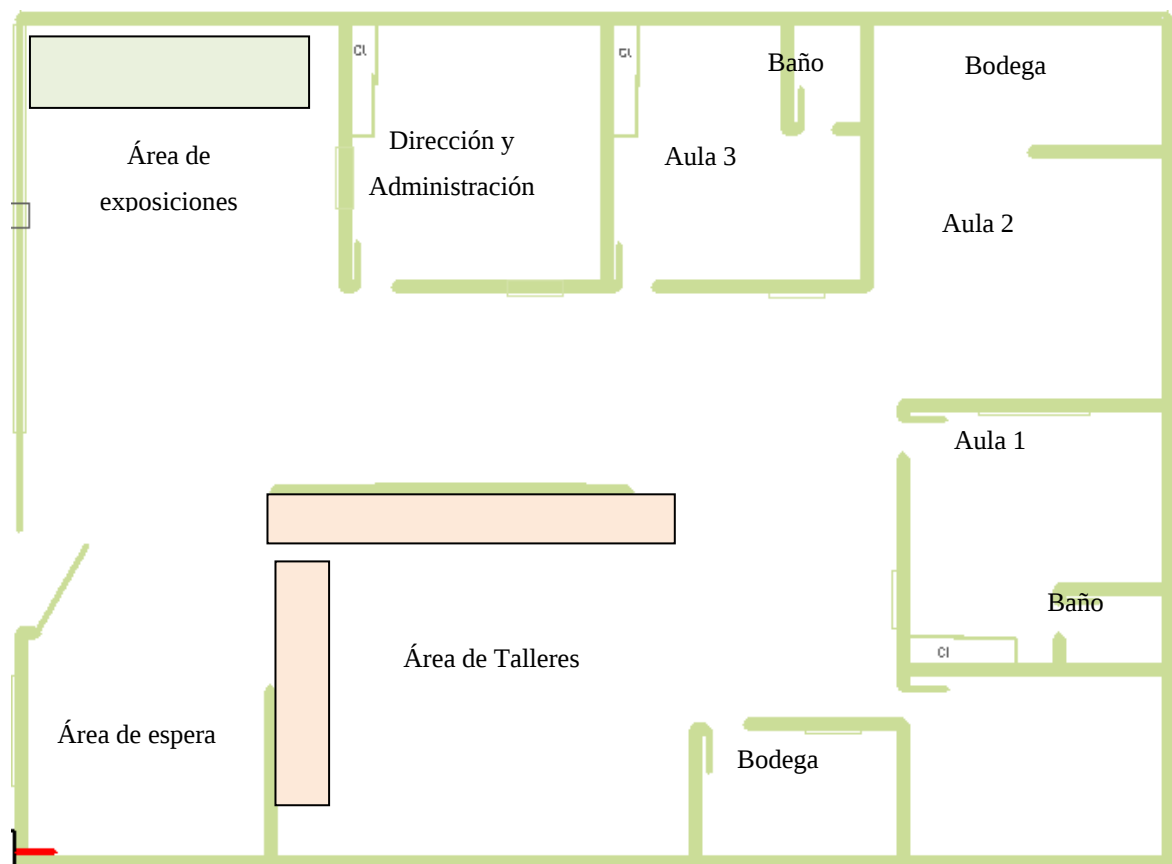


Gráfico 29. Micro Localización. Plano del local.

Desarrollo del programa de formación

El programa de capacitación está dirigido a los emprendedores del Cantón Quevedo lo cual se establece un horario en dos secciones para la oferta de los servicios de capacitación a continuación se detalla:

Tabla 28. Horarios de capacitación.

DÍAS	HORA
Lunes a sábados	Sección Diurna
	08h00 a 10h00
	10h20 a 12h20
	Sección Nocturna
Domingos	18h00 a 20h00
	20h10 a 22h00
	Sección Diurna
	08h00 a 10h00
	10h20 a 12h20

Elaborado por: La Autora.

Según la infraestructura diseñada para el programa de formación se establece que tendrá una capacidad para 40 personas por un total de 4 aulas dando una aproximado de 160 usuarios que podrán ser capacitados, considerando estratégicamente establecer dos secciones diurna y nocturna el centro de capacitación podrá atender a 320 personas diariamente.

4.1.2.3. Organigrama.

El Programa de formación empresarial para emprendedores, para el cumplimiento de sus objetivos y desarrollo de actividades, aspira contar con una organización que contemple la siguiente estructura administrativa:

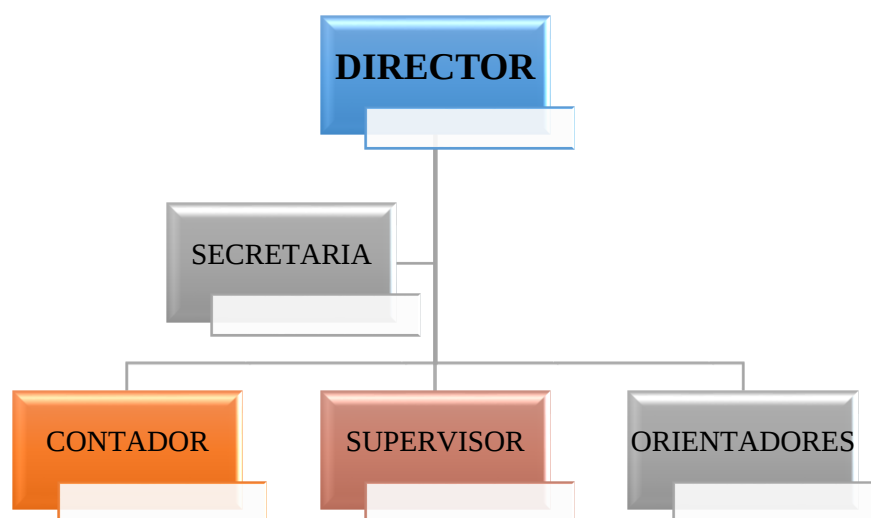


Gráfico 30. Estructura organizacional.

- ✓ **Director:** Encargado de administrar, dirigir, controlar y coordinar las actividades del Centro de Emprendimiento.
- ✓ **Contador:** Es el encargado de llevar la contabilidad.
- ✓ **Secretaria:** Manejo la documentación y apoya a la dirección en todas las gestiones que se realicen.
- ✓ **Supervisor:** Se encargan de administrar las actividades, horarios, asistencias para el desarrollo de las capacitaciones.
- ✓ **Orientador:** Orienta a los educadores en el desarrollo de actividades del centro, del mismo modo, organiza a las personas que reciben capacitación.

4.1.2.4. Análisis Legal.

a. Documentación para crear una empresa.

En Ecuador para iniciar con una nueva empresa, hay que seguir un sinnúmero de trámites que muchas veces no se encuentra el fin. Aquí los pasos para ensamblar una empresa.

1. Idea de negocio,
2. Elegir socios
3. Trámites de constitución
 - 3.1. Capital
 - 3.2. Accionistas
 - 3.3. Escrituras
 - 3.4. Registro Mercantil
 - 3.5. Registro en la Superintendencia de Cías
4. Obtener RUC persona jurídica (llevar escrituras)
5. Registro en el IEISS
 - 5.1. Empresa
 - 5.2. Patrono
6. Permiso Municipal
 - 6.1. Uso de Suelo
 - 6.2. Patente
 - 6.3. Permiso de Habilitación (**MIPRO, 2011**).

b. Requisitos para patente municipal.

1. Presentar el formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
2. Original y copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
3. Copia de ultima planilla de luz del local.
4. Original y copia de carta de pago de impuesto predial.

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el país **(MIPRO, 2011)**.

Tiempo de Obtención.- De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

Requisitos.- En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, se debe presentar:

Patente personas naturales:

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia;
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso **(MIPRO, 2011)**.

b. RUC.

Este documento constituye el Registro Único de Contribuyente que otorga el Servicio de Rentas Internas para la emisión de facturas y declaración de impuestos.

La obtención del RUC es un requisito indispensable ya que el comisionista deberá presentar su factura, dentro del procedimiento de cobro, de las comisiones acordadas **(MIPRO, 2011)**.

Requisitos para abrir un RUC.

- ✓ Original y copia de cedula a color.

- ✓ Copia de papeleta de votación actualizada.
- ✓ Patente municipal.

Hay que obtener de manera obligatoria los siguientes permisos:

- ✓ Licencia Anual de Funcionamiento.
- ✓ Patente Municipal.
- ✓ Tasa de Turismo.
- ✓ Permiso de Bomberos.

Se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “formulario de solicitud de autorización de funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la licencia única anual de funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal.

Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal.

Permiso de Uso.

Copia del RUC (si hubieren cambios, el RUC actualizado)

Permiso Sanitario.- El permiso sanitario sirve para facultar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente (Ministerio de Salud), al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

Requisitos:

- ✓ Certificado de uso de suelo.
- ✓ Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- ✓ Comprobante de pago de patente del año.
- ✓ Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- ✓ Certificado (s) de salud.

- ✓ Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- ✓ Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

Dentro de la Normativa es necesario considerar “El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias.

Para inscribir el RUC se debe acercar a cualquier oficina del SRI portando los requisitos que sustenten la información a ingresar, según el tipo de contribuyente, de acuerdo a los documentos, se deberá presentar:

- ✓ Original y copia de la cédula de identidad o el pasaporte si es un extranjero.
- ✓ Copia de un documento para verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza la actividad económica.
- ✓ Los ecuatorianos presentarán también el original de la papeleta de votación del último proceso electoral hasta un año después de su emisión por parte del TSE.

Para la verificación del domicilio y de los establecimientos donde realiza su actividad económica, presentarán el original y entregarán una copia de cualquiera de los siguientes documentos que se encuentren a nombre del contribuyente:

- ✓ Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción; o
- ✓ Contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción; o
- ✓ Pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción; o,
- ✓ Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta, de uno de los últimos tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.
- ✓ Cuando no sea posible entregar cualquiera de los documentos antes señalados a nombre del sujeto pasivo, se deberá presentar una comunicación al SRI indicando que se ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble (carta de cesión) <http://www.sri.gov.ec/>

4.1.3. Estudio económico.

a) Presupuesto de inversión.

Tabla 29. Presupuesto de inversión.

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			\$ 22.745,00
1,1	Pizarras	5	\$ 120,00	\$ 600,00
1,2	Proyectores	5	\$ 850,00	\$ 4.250,00
1,3	Suministro de oficina		\$ 600,00	\$ 600,00
1,4	Aire acondicionado	5	\$ 380,00	\$ 1.900,00
1,5	Escritorios	7	\$ 160,00	\$ 1.120,00
1,6	Material bibliográfico y documental		\$ 1.200,00	\$ 800,00
1,7	Cableado de red		\$ 600,00	\$ 400,00
1,8	Software especializado		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
1,9	Televisor LED 42"	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
1,10	Línea telefónica, internet y teléfonos - fax	2	\$ 250,00	\$ 500,00
1,11	Vitrinas - mostradores	2	\$ 200,00	\$ 400,00
1,12	Computador	7	\$ 1.000,00	\$ 7.000,00
1,13	Sillas secretaria	2	\$ 75,00	\$ 150,00
1,14	Repisas	5	\$ 150,00	\$ 750,00
1,15	Mesas plásticas	4	\$ 25,00	\$ 100,00
1,16	Sillas plásticas	250	\$ 5,50	\$ 1.375,00
2	ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES			\$ 870,00
2,1	Razón Social	anual		\$ 100,00
2,2	Registro sanitario	anual		\$ 250,00
2,3	Permisos (trámites legales)	anual		\$ 150,00
2,4	Permiso de Bomberos	anual		\$ 170,00
2,5	Permiso Hospital	anual		\$ 200,00
3	GASTOS DE PUBLICIDAD			\$ 4.390,00
3,1	Publicidad	anual		\$ 4.390,00
4	OTROS GASTOS GENERALES			\$ 4.800,00
4,1	Movilización y Transporte			\$ 600,00
4,2	Arriendos y Garantías			\$ 4.200,00
5	INVENTARIO INICIAL			\$ 1.500,00
5,1	Material didáctico (Libros, papelerías, etc)			\$ 600,00
5,2	Material para desarrollar capacitaciones			\$ 400,00
5,3	Imprevistos			\$ 500,00
TOTAL PRESUPUESTO				\$ 34.305,00

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: La autora.

Según el presupuesto para la creación de un Centro de Emprendimiento para personas emprendedoras en el Cantón Quevedo, se determinó que el monto de la inversión es de \$34.305,00, esto corresponde a los gastos de equipos, muebles y materiales de oficinas, permisos, publicidad, instalaciones, recursos administrativos, entre otros materiales.

b) Ingresos por el servicio de capacitación para emprendimiento.

Tabla 30. Ingresos (Proyección)

Años	Ingresos
2016	\$ 100.800,00
2017	\$ 105.840,00
2018	\$ 111.132,00
2019	\$ 116.688,60
2020	\$ 122.523,03

Fuente: Estudio Económico.

Elaboración: La autora

Se ha calculado que se generarán ingresos mensuales por \$8.400,00 correspondiente a un costo por persona de \$28,00 según un promedio de capacitación al mes de 300 persona capacitada es decir que en el primer año (2016) se obtendrían aproximadamente \$100.800,00

c) Costos.

Tabla 31. Costos fijos.

Rubros	Años Productivos				
	1	2	3	4	5
Costos Fijos	\$ 73.441,31	\$ 73.711,31	\$ 73.994,81	\$ 74.292,48	\$ 74.605,04
Costos Variables	\$ 5.000,00	\$ 5.250,00	\$ 5.512,50	\$ 5.788,13	\$ 6.077,53
Total ingresos	\$ 100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 111.132,00	\$ 116.688,60	\$ 122.523,03
Punto de Equilibrio	\$ 77.274,36	\$ 77.558,45	\$ 77.856,75	\$ 78.169,96	\$ 78.498,83

Fuente: Estudio Económico.

Elaboración: La autora

d) Sueldos y salarios: Considerando las necesidades del Centro de Emprendimiento, se plantea la contratación de 7 personas: 1 Director \$600.00, 1 Secretaria \$380.00, 1 Contador \$500.00, 1 supervisor \$400.00, 3 Orientadores \$400.00, dando un total de \$3.906,53 mensual y \$46.878,39 anual.

Tabla 32. Sueldos y salarios.

Cargo	Cant	Tiempo	Remuneración	Décimo cuarto	Décimo tercero	Beneficio Mensual	Aporte Patronal IESS	Gasto Mensual	Gasto Anual
Director	1	Mensual	600	50,00	29,17	679,17	63,50	742,67	8.912,07
Secretaria	1	Mensual	380	31,67	31,67	443,33	41,45	484,79	5.817,42
Contador	1	Mensual	500	41,67	41,67	583,33	54,54	637,88	7.654,50
Supervisor	1	Mensual	400	33,33	33,33	466,67	43,63	510,30	6.123,60
Orientadores	3	Mensual	400	33,33	33,33	466,67	43,63	1530,90	18.370,80
Totales			2.280,00	190,00	169,17	2.639,17	246,76	3.906,53	46.878,39

Fuente: Estudio Económico.**Elaboración:** La autora

e) Depreciaciones: Considerando diferentes grados de obsolescencia de los bienes, se estima que los equipos y muebles de oficina tendrán una vida útil de 3, 5 y 10 años. El valor de los activos asciende a \$ 2.420,00. La depreciación estimada anual se calcula con la fórmula siguiente:

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Costo} - \text{Valor de salvamento}}{\text{Vida Útil}}$$

Tabla 33. Depreciación de los bienes.

Detalle	Vida Útil	Valor	Depreciación
Pizarras	8	\$ 600,00	\$ 75,00
Proyectores	5	\$ 4.250,00	\$ 850,00
Suministro de oficina	5	\$ 600,00	\$ 120,00
Aire acondicionado	5	\$ 1.900,00	\$ 380,00
Escritorios	5	\$ 1.120,00	\$ 224,00
Material bibliográfico y documental	5	\$ 800,00	\$ 160,00
Cableado de red	5	\$ 400,00	\$ 80,00
Software especializado	5	\$ 1.200,00	\$ 240,00
Televisor LED 42"	10	\$ 1.600,00	\$ 160,00
Teléfonos - fax	5	\$ 500,00	\$ 100,00
Vitrinas - mostradores	10	\$ 400,00	\$ 40,00
Computador	5	\$ 7.000,00	\$ 1.400,00
Sillas secretaria	5	\$ 150,00	\$ 30,00
Repisas	10	\$ 750,00	\$ 75,00
Mesas plásticas	5	\$ 100,00	\$ 20,00
Sillas plásticas	5	\$ 1.375,00	\$ 275,00
Total			\$ 2.420,00

Fuente: Estudio Económico**Elaboración:** La autora

f).-Publicidad: Según datos referentes del sector, el centro de emprendimiento invertirá en publicidad un monto anual de \$ 4.390,00.

g) Estado de resultados proyectado.

Se observa la utilidad neta, luego de descontar todos los costos y gastos que se incurren cada año de vida útil del proyecto. Para el primer año la utilidad es de \$ 13.415,22 y para el quinto \$ 25.104,28.

Tabla 34. Estado de resultados proyectado.

Rubros	Años Productivos				
	1	2	3	4	5
Costos fijos					
Sueldos y Salarios	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39
Prestamo Bancario	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98
Arriendo	\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
Servicios Básicos	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Depreciaciones	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00
Aportes Patronales	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94
Publicidad	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00
Total Costos fijos	\$ 73.441,31	\$ 73.711,31	\$ 73.994,81	\$ 74.292,48	\$ 74.605,04
Costos variables					
Compra materiales de capacitación	\$ 5.000,00	\$ 5.250,00	\$ 5.512,50	\$ 5.788,13	\$ 6.077,53
Total Costos variables	\$ 5.000,00	\$ 5.250,00	\$ 5.512,50	\$ 5.788,13	\$ 6.077,53
Total costos de operación	\$ 78.441,31	\$ 78.961,31	\$ 79.507,31	\$ 80.080,61	\$ 80.682,57

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: La autora

h) Flujo de caja proyectado.

El flujo de caja permite visualizar en forma resumida, los ingresos y egresos de dinero que se realizarán durante el período de 5 años. Se observa que con una inversión de \$34.305,00, se creará el Centro de Emprendimiento en el Cantón Quevedo, proyectando ingresos por ventas, aportes y sus respectivos egresos en cada año. En las líneas finales se encuentra calculada la utilidad a obtenerse en cada año.

Tabla 35. Flujo de caja proyectado.

RUBROS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN	\$ 34.305,00					
INGRESOS						
Ventas Totales		\$ 100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 111.132,00	\$ 116.688,60	\$ 122.523,03
TOTAL DE INGRESOS \$		\$ 100.800,00	\$ 105.840,00	\$ 111.132,00	\$ 116.688,60	\$ 122.523,03
EGRESOS						
Compra materiales de capacitación		\$ 5.000,00	\$ 5.250,00	\$ 5.512,50	\$ 5.788,13	\$ 6.077,53
Sueldos y Salarios		\$ 46.878,39	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39	\$ 46.878,39
Prestamo Bancario		\$ 9.125,98	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98	\$ 9.125,98
Arriendo		\$ 4.200,00	\$ 4.410,00	\$ 4.630,50	\$ 4.862,03	\$ 5.105,13
Servicios Básicos		\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Depreciaciones		\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00	\$ 2.420,00
Aportes Patronales		\$ 5.226,94	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94	\$ 5.226,94
Publicidad		\$ 4.390,00	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00	\$ 4.390,00
TOTAL DE EGRESOS \$		\$ 78.441,31	\$ 78.961,31	\$ 79.507,31	\$ 80.080,61	\$ 80.682,57
FLUJO NETO \$	\$ (34.305,00)	\$ 22.358,69	\$ 26.878,69	\$ 31.624,69	\$ 36.607,99	\$ 41.840,46
15% Partic. Empleados		\$ 3.353,80	\$ 4.031,80	\$ 4.743,70	\$ 5.491,20	\$ 6.276,07
25% Imp. a la Renta		\$ 5.589,67	\$ 6.719,67	\$ 7.906,17	\$ 9.152,00	\$ 10.460,11
Utilidad Líquida \$	\$ (34.305,00)	\$ 13.415,22	\$ 16.127,22	\$ 18.974,82	\$ 21.964,80	\$ 25.104,28

Fuente: Estudio Financiero.**Elaboración:** La autora**i) Valor Actual Neto (VAN).**

El valor actual neto (VAN), obtenido fue de \$ 40.236,14, este valor conjugado con el TIR demuestra la rentabilidad del proyecto, lo cual hace factible la creación del Centro de Emprendimiento. Para calcular el VAN se aplicó la siguiente fórmula:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1 + K_1)} + \frac{Q_2}{(1 + K_2)^2} + \frac{Q_3}{(1 + K_3)^3} + \frac{Q_4}{(1 + K_4)^4} + \frac{Q_5}{(1 + K_5)^5}$$

VAN = \$ 40.236,14**j) Tasa Interna de Retorno (TIR).**

La tasa interna de retorno (TIR), tiene un valor de 41,2%, lo cual refleja el alto margen de utilidad, revelando la conveniencia de realizar la inversión.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se la utilizará para determinar la rentabilidad en función de porcentaje. La fórmula a emplearse fue la siguiente:

$$TIR = \frac{VANT_m}{T_m + (TM - T_m) \cdot \frac{VANT_m}{VANT_m - VANTM}}$$

Dónde:

TIR= Tasa interna de retorno.

T_m=Tasa menor.

T_M= Tasa mayor o tasa superior.

VANT_m= Valor actual neto menor.

VANT_M= Valor actual neto mayor.

$$TIR = 41,2\%$$

k) Relación beneficio costo.

La relación beneficio costo actualizado se ha determinado dividiendo beneficio actualizado para el total de egresos actualizados, la misma que dio un resultado de 1,17. Esto indica que por cada dólar que invierte retorna 0.17 centavos de dólar, lo cual permite aprobar la investigación planteada. Los cálculos económicos establecen la rentabilidad en la creación del centro de capacitación para emprendimiento.

$$RBC = \frac{\text{Beneficio actual}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{\$ 397.673,09}{\$ 466.584,77}$$

$$RBC = 1.17$$

I) Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

$$P \frac{R}{K} = N - 1 + \left[\frac{(F.A) n - 1}{(F) n} \right]$$

$$P \frac{R}{K} = 2 - 1 + \left[\frac{-29.542,43}{35.867,37} \right]$$

$$P \frac{R}{K} = 2,21$$

Se establece que el período de recuperación de la inversión es de 2 años 2 meses 1 día.

I) Financiamiento.

Como se ha determinado en el presupuesto, que se requiere un capital de inversión de \$34.305,00. Se contactó al Banco Internacional para tramitar el préstamo por la cantidad mencionada para la inversión, quien financiará el capital por 60 meses (5 años), sin intereses. Con estos parámetros se puede observar que se generan cuotas mensuales fijas de \$ 760,50.

Tabla 36. Tabla de amortización.

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
Financiamiento		\$ 34.305,00			
Tasa de interés anual		11,85%			
Plazo:	5	años			
Capital:	60 meses de amortización				
Cuotas:	Pagos Fijos				
Numero de cuota	Fecha	Dividendo	Capital	Interés	Saldo
					\$ 34.305,00
1	01-ene-16	\$ 760,50	\$ 421,74	\$ 338,76	\$ 33.883,26
2	01-feb-16	\$ 760,50	\$ 425,90	\$ 334,60	\$ 33.457,36
3	01-mar-16	\$ 760,50	\$ 430,11	\$ 330,39	\$ 33.027,26
4	01-abr-16	\$ 760,50	\$ 434,35	\$ 326,14	\$ 32.592,90
5	01-may-16	\$ 760,50	\$ 438,64	\$ 321,85	\$ 32.154,26
6	01-jun-16	\$ 760,50	\$ 442,97	\$ 317,52	\$ 31.711,28
7	01-jul-16	\$ 760,50	\$ 447,35	\$ 313,15	\$ 31.263,94
8	01-ago-16	\$ 760,50	\$ 451,77	\$ 308,73	\$ 30.812,17
9	01-sep-16	\$ 760,50	\$ 456,23	\$ 304,27	\$ 30.355,94
10	01-oct-16	\$ 760,50	\$ 460,73	\$ 299,76	\$ 29.895,21

11	01-nov-16	\$ 760,50	\$ 465,28	\$ 295,22	\$ 29.429,93
12	01-dic-16	\$ 760,50	\$ 469,88	\$ 290,62	\$ 28.960,05
13	01-ene-17	\$ 760,50	\$ 474,52	\$ 285,98	\$ 28.485,53
14	01-feb-17	\$ 760,50	\$ 479,20	\$ 281,29	\$ 28.006,33
15	01-mar-17	\$ 760,50	\$ 483,94	\$ 276,56	\$ 27.522,39
16	01-abr-17	\$ 760,50	\$ 488,71	\$ 271,78	\$ 27.033,68
17	01-may-17	\$ 760,50	\$ 493,54	\$ 266,96	\$ 26.540,14
18	01-jun-17	\$ 760,50	\$ 498,41	\$ 262,08	\$ 26.041,72
19	01-jul-17	\$ 760,50	\$ 503,34	\$ 257,16	\$ 25.538,39
20	01-ago-17	\$ 760,50	\$ 508,31	\$ 252,19	\$ 25.030,08
21	01-sep-17	\$ 760,50	\$ 513,33	\$ 247,17	\$ 24.516,75
22	01-oct-17	\$ 760,50	\$ 518,40	\$ 242,10	\$ 23.998,36
23	01-nov-17	\$ 760,50	\$ 523,51	\$ 236,98	\$ 23.474,84
24	01-dic-17	\$ 760,50	\$ 528,68	\$ 231,81	\$ 22.946,16
25	01-ene-18	\$ 760,50	\$ 533,90	\$ 226,59	\$ 22.412,26
26	01-feb-18	\$ 760,50	\$ 539,18	\$ 221,32	\$ 21.873,08
27	01-mar-18	\$ 760,50	\$ 544,50	\$ 216,00	\$ 21.328,58
28	01-abr-18	\$ 760,50	\$ 549,88	\$ 210,62	\$ 20.778,70
29	01-may-18	\$ 760,50	\$ 555,31	\$ 205,19	\$ 20.223,39
30	01-jun-18	\$ 760,50	\$ 560,79	\$ 199,71	\$ 19.662,60
31	01-jul-18	\$ 760,50	\$ 566,33	\$ 194,17	\$ 19.096,27
32	01-ago-18	\$ 760,50	\$ 571,92	\$ 188,58	\$ 18.524,35
33	01-sep-18	\$ 760,50	\$ 577,57	\$ 182,93	\$ 17.946,78
34	01-oct-18	\$ 760,50	\$ 583,27	\$ 177,22	\$ 17.363,50
35	01-nov-18	\$ 760,50	\$ 589,03	\$ 171,46	\$ 16.774,47
36	01-dic-18	\$ 760,50	\$ 594,85	\$ 165,65	\$ 16.179,62
37	01-ene-19	\$ 760,50	\$ 600,72	\$ 159,77	\$ 15.578,90
38	01-feb-19	\$ 760,50	\$ 606,66	\$ 153,84	\$ 14.972,24
39	01-mar-19	\$ 760,50	\$ 612,65	\$ 147,85	\$ 14.359,59
40	01-abr-19	\$ 760,50	\$ 618,70	\$ 141,80	\$ 13.740,89
41	01-may-19	\$ 760,50	\$ 624,81	\$ 135,69	\$ 13.116,09
42	01-jun-19	\$ 760,50	\$ 630,98	\$ 129,52	\$ 12.485,11
43	01-jul-19	\$ 760,50	\$ 637,21	\$ 123,29	\$ 11.847,90
44	01-ago-19	\$ 760,50	\$ 643,50	\$ 117,00	\$ 11.204,40
45	01-sep-19	\$ 760,50	\$ 649,85	\$ 110,64	\$ 10.554,55
46	01-oct-19	\$ 760,50	\$ 656,27	\$ 104,23	\$ 9.898,28
47	01-nov-19	\$ 760,50	\$ 662,75	\$ 97,75	\$ 9.235,53
48	01-dic-19	\$ 760,50	\$ 669,30	\$ 91,20	\$ 8.566,23
49	01-ene-20	\$ 760,50	\$ 675,91	\$ 84,59	\$ 7.890,32
50	01-feb-20	\$ 760,50	\$ 682,58	\$ 77,92	\$ 7.207,74
51	01-mar-20	\$ 760,50	\$ 689,32	\$ 71,18	\$ 6.518,42
52	01-abr-20	\$ 760,50	\$ 696,13	\$ 64,37	\$ 5.822,29
53	01-may-20	\$ 760,50	\$ 703,00	\$ 57,50	\$ 5.119,29
54	01-jun-20	\$ 760,50	\$ 709,95	\$ 50,55	\$ 4.409,34
55	01-jul-20	\$ 760,50	\$ 716,96	\$ 43,54	\$ 3.692,39
56	01-ago-20	\$ 760,50	\$ 724,04	\$ 36,46	\$ 2.968,35
57	01-sep-20	\$ 760,50	\$ 731,19	\$ 29,31	\$ 2.237,17
58	01-oct-20	\$ 760,50	\$ 738,41	\$ 22,09	\$ 1.498,76
59	01-nov-20	\$ 760,50	\$ 745,70	\$ 14,80	\$ 753,06
60	01-dic-20	\$ 760,50	\$ 753,06	\$ 7,44	\$ (0,00)
TOTAL \$		\$ 45.629,88	\$ 34.305,00	\$ 11.324,88	

Fuente: Banco Internacional

Elaboración: La autora

4.1.4. Estrategias publicitarias.

Las estrategias publicitarias se las realizaron con el fin de posicionar el centro de capacitación de emprendimiento del Cantón Quevedo. Según los resultados del estudio de mercado, existe un favorable nivel de aceptación por parte del sector empresarial, lo cual hace factible la creación del programa de capacitación en la ciudad, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los colaboradores de las empresas en lo que a capacitación se refiere, pero se desconoce sobre el programa de emprendimiento, por lo cual es recomendable solventar esta necesidad a través de la implementación de estrategias publicitarias.

- **Imagen corporativa.**

a) Isotipo.

EMPREAR utiliza como imagen una persona donde puede observar muchas opciones donde puede emprender, como símbolo del programa de capacitación, el color naranja para dar una imagen de motivación al isotipo.



Gráfico 31. Isotipo de la empresa.

b) Logotipo.

EMPREAR, es el nombre del centro de capacitación para emprendimiento, la cual mantiene el logotipo con la tipología letra Adobe Caslon Pro Bold (negrita) la primera palabra EMPRE, es de color azul claro y la siguiente palabra AR, de color naranja.



Gráfico 32. Logotipo de la empresa.

c) Isologotipo de la empresa.

El isologotipo de la centro de emprendimiento lo conforma el Isotipo y logotipo.



Gráfico 33. Isologotipo del programa de emprendimiento.

d) Eslogan.

El centro de emprendimiento de capacitación EMPREAR, utiliza el siguiente eslogan:

Creando Futuro...

4.1.4.1. Publicidad.

Para realizar el trabajo de difusión publicitaria, el centro de EMPREAR deberá implementar las siguientes estrategias para posicionar el nuevo programa de emprendimiento en el Cantón Quevedo:

a) Tarjeta de presentación.

Permitirá realizar entregas de tarjeta personalizada a aquellos clientes que acuden hasta las oficinas de la empresa de capacitación, para que a través de estas se alcancen nuevos clientes.



Gráfico 34. Tarjeta de presentación.

b) Hojas volantes.

Este medio de publicidad se entregará a los clientes y a las personas que son propietarios de las empresas en el cantón Quevedo, con la finalidad de publicitar los cursos de capacitación del programa de emprendimiento.

CENTRO DE CAPACITACIÓN

OBJETIVO: Lograr que trabajadores, empleados y funcionarios manejen una serie de conocimientos técnicos y la información necesaria o relevante para que pueda emprender muchos objetivos.

CURSOS DE:

- * **EMPRENDIMIENTO**
- * **RELACIONES HUMANAS**
- * **CRECIMIENTO PERSONAL**
- * **SERVICIO DE EXCELENCIA**

DURACION:
20 horas (de lunes a viernes)

HORARIO:
De 08h00 a 12h00 (Lunes a Viernes)
De 14h00 a 16h00 (Lunes a Viernes)

Dirección: Quevedo - Los Ríos - Ecuador

Gráfico 35. Hoja volante.

c) Letrero.

El letrero, posee colores sugestivos, para el emprendimiento. Muestra una imagen que está implícitamente relacionada al servicio que se brindará con los planes de capacitación al sector empresarial.



Gráfico 36. Letrero.

d) Banner.

El banner, se lo utilizará como estrategias para captar la atención de las personas, que estén interesadas en recibir capacitación a nivel empresarial. Se los debe ubicar en sitios estratégicos, en lugares visibles. Este debe de mostrar la imagen corporativa de la compañía consultora y si es posible los cursos y planes de capacitación que se están ofertando, a fin de proporcionarle información al interesado.



Gráfico 37. Banner.

e) Gigantografías.

Esta herramienta publicitaria se colocará en un lugar visible y estratégico del edificio donde funciona el centro de capacitación para emprendimiento, para que sea observada desde todos los ángulos del sector.



Gráfico 38. Modelo, aplicación de la Gigantografía.

f) Publicidad en radio.

Se transmitirán cuñas radiales a través de la estación de Radio “Viva 91.1 FM” de la ciudad, las cuales se contratarán en paquetes y se las realizará seis veces al día.

Texto utilizado en las cuñas radiales: EMPREAR, empresa especializada en capacitación profesional, llega a Quevedo, para ofrecer innovadores programas y planes especializados de capacitación en diferentes áreas, dirigido al sector productivo, comercial y empresarial para mejorar el emprendimiento en sus negocios.

Brinda consultoría y asesoría técnica bajo los estándares de calidad y profesionalismo.

Cuenta con un acogedor local, ubicado en el centro de la ciudad de Quevedo.

VISÍTANOS... SERÁ UN PLACER ATENDERTE.

4.1.5. Plan de medios.

Para ejecutar las estrategias publicitarias se diseñó el siguiente plan de medios:

Tabla 37. Plan de medios.

Estrategias	Tácticas	Plan de Acción
Radio	Difusión	Cuñas publicitarias, Radio “Viva 91.1” para difundir los planes y posicionar la empresa.
Tarjeta de presentación	Repartición	Nuevos clientes.
Volanteo	Repartición	Publicidad de los planes de capacitación.
Letrero	Publicitar	Posicionamiento de los servicios que se ofertará.
Banner	Publicitar	Captar la atención y promover los cursos y seminarios de emprendimiento.
Gigantografía	Publicitar	Reconocimiento de la empresa de capacitación.

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: La Autora.

4.1.6. Presupuesto.

a) Presupuesto para publicidad.

Para el diseño de estrategias publicitarias, la sucursal de la empresa de capacitación, deberá invertir \$ 4.390,00 dólares americanos, por los siguientes detalles:

Tabla 38. Presupuesto para publicidad radial.

Actividad	Detalle	Costo mes	Total mes	Costo total
Publicidad Radio				
Viva 100.5 FM	6 cuñas diarias	\$ 112,00	12	\$ 1.344,00
Total de publicidad radial				\$ 1.344,00

Fuente: Estudio económico presupuestal.

Elaboración: La Autora

Tabla 39. Presupuesto para publicidad impresa.

Publicidad de medios impresos				
Cantidad	Detalle	Valor unitario	Costo total	
1	Gigantografía de 2 mt x 4mt	\$ 1.096,00	\$	1.096,00
1	Letrero luminoso 2 mt x 6 mt	950,00		950,00
2	Banners	150,00		300,00
4000	Volantes	0,06		240,00
3000	Tarjetas de presentación	0,10		300,00
Total de medios impresos				\$ 2.886,00

Fuente: Estudio económico presupuestal.

Elaboración: La Autora

Tabla 40. Presupuesto para la repartición de volantes y trípticos.

Cantidad de personas	Estrategias	Valor unitario	Valor Total
4	Repartición volantes y trípticos	\$ 40,00	\$ 160,00
Total de inversión en personal para publicidad			\$ 160,00

Fuente: Estudio económico presupuestal.

Elaboración: La Autora

De acuerdo al estudio económico para presupuestar las estrategias publicitarias, se necesita un monto de \$ 4.390,00, con los cuales se solventaran los gastos de publicidad radial, impresa y repartición de volantes.

4.2. Discusión.

El estudio de mercado revela que el 83,33% de los administradores, jefes y gerentes de las empresas del Cantón Quevedo, no utilizan los servicios de capacitación, lo cual implica que existe una demanda insatisfecha por parte de los trabajadores, esto concuerda con (Urbina, 2010), quien indica “En relación con su oportunidad, la demanda se clasifica como insatisfecha o satisfecha. Existe demanda insatisfecha cuando el cliente o consumidor debe trasladarse a otro lugar para adquirir el producto deseado o simplemente se abstiene de comprarlo”. La concordancia entre el hallazgo y la teoría del autor demuestra que es indispensable satisfacer la demanda, a fin de solventar las necesidades de los empleados.

Respecto a las necesidades de capacitación en las empresas de Quevedo, se determinó que la mayoría de los colaboradores de las empresas han solicitado capacitación, lo que significa que este servicio es fundamental, lo considera (Nassir, 2011), quien indica “Algunos ejecutivos llegan a solicitar que a ciertos colaboradores se les imparta capacitación en un tópico específico”. Es indispensable capacitar a los trabajadores de las empresas del sector, pues se requiere innovar conocimientos para incidir positivamente en los procesos productivos y comerciales.

Los resultados de la investigación indican que los programas de formación empresarial existentes en la Provincia de Los Ríos, no satisfacen la demanda del sector empresarial, 56.67% de los trabajadores revelan que la capacitación no ha llenado sus expectativas, calificándola de regular, lo cual concuerda con (Nassir, 2011), quienes manifiestan “La satisfacción de los clientes se da cuando se entienden mejor sus necesidades”, lo que da a entender que las consultoras del medio no han llenado las expectativas de los obreros, debido a que los planes de capacitación implementados no han estado acorde a sus necesidades.

Las encuestas revelan, que los planes de capacitación en el sector empresarial que se cumplen en un 75,00%, lo que significa que las empresas están considerando la capacitación de manera permanente, es decir que existe mercado en este tipo de actividad, lo cual concuerda con el autor (Nassir, 2011), que indica “El mercado es un conjunto de

personas naturales o jurídicas, situadas en un área geográfica determinada que consumen o son susceptibles de consumir un producto o servicio".

Con referencia a la demanda existente, se determinó que el 50,00% de las empresas realizan capacitaciones internas. El 100% de los administradores, jefes y gerentes encuestados indicaron que las empresas si tienen presupuesto para la capacitación, estos datos revelan que la demanda está dada por un conjunto de factores, lo cual se relaciona con el criterio de la teoría (proyectos, 2010), que indica "Para que exista mercado se necesitan tres factores: El factor demográfico (las personas), el factor económico (la renta), y el factor psicológico (los deseos de comprar). Si falta alguno de los tres factores, no existirá mercado". Esto demuestra que las empresas del sector empresarial, poseen los tres factores mencionados por el autor, lo cual indica que es beneficioso para la creación de un centro de capacitación para emprendimiento.

El análisis de los resultados del estudio de mercado, permitió alcanzar los objetivos planteados "Existe un alto grado de aceptación para el centro de capacitación, que ofrezca sus servicios de acuerdo a las necesidades del sector empresarial en el Cantón Quevedo, la cual es positiva, ya que el 100,00% de los administradores, jefes y gerentes consideran que es de gran importancia contar con una nueva empresa que brinde motivación y emprendimiento, que ofrezca mejores servicios y que estén acorde a las necesidades del sector. (Muñiz, 2010), indica "La capacitación de los empleados es parte integral de los programas amplios de administración de la calidad. Los programas de capacitación están disertados para promover una mano de obra de mayor calidad"

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

- ✓ Existe un nivel de aceptación del 100,00% según los administradores, jefes, gerentes y empleados consideran que es de gran importancia contar con un programa de formación empresarial para emprendedores en el Cantón Quevedo, existe insatisfacción por la poca capacitación que se brinda al personal que laboran en las empresas esto afecta el desarrollo de destrezas y habilidades empresariales, esto incide en el poco emprendimiento y declive de la rentabilidad de las entidades empresariales.
- ✓ Se establece en el estudio realizado que la rentabilidad en la inversión de un programa de emprendimiento en el Cantón Quevedo es factible según el estudio técnico, económico y financiero donde se obtuvo un valor actual neto (VAN), obtenido de \$ 40.236,14, este valor conjugado con la tasa interna de retorno (TIR), de 41,2%, demuestra la rentabilidad del proyecto lo cual refleja el alto margen de utilidad, revelando la conveniencia de realizar la inversión.
- ✓ En el desarrollo del estudio se consideró indispensable implementar estrategias publicitarias que permitan establecer una identidad al programa de formación para emprendedores creando una imagen corporativa atractiva y llamativa que identifique la actividad de la misma, mediante el logotipo, slogan, además se diseñó tarjeta de presentación, volantes, banner, valla y cuña radial esto permitirá promocionar el programa de formación en el Cantón Quevedo.

5.2. Recomendaciones.

- ✓ El programa de formación empresarial deberá cubrir la demanda del servicio en el Cantón Quevedo y los sectores aledaños con la implementación de planes de capacitación eficientes e innovadores para incentivar al emprendimiento según su necesidad, esto permitirá cambiar la visión de los habitantes e impulsar el desarrollo socioeconómico de la ciudad.
- ✓ Invertir en la creación de un programa de formación empresarial según los resultados del VAN es de \$ 40.236,14 y TIR de 41,2% que determinaron la factibilidad además logrará que el Cantón de Quevedo siga emprendiendo proyectos para el desarrollo de la ciudad ofertando mejores planes de capacitación con temas innovadores y llenen las expectativas del sector empresarial.
- ✓ Se recomienda aplicar estrategias publicitarias que permitan promocionar el programa de formación empresarial con el propósito de lograr captar clientes y posicionar el programa en el Cantón Quevedo, esto incentivará a las personas emprendedoras al desarrollo empresarial y económico de la ciudad.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura Citada.

- Aguilar, M. (2013). Estudio de factibilidad para la creacion de una empresa de turismo ecoturiza del canton zaruma-provincia del oro. <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/881/1/Tesis%20Biblioteca.pdf>. Loja, El Oro, Eecuator.
- Bach, A. (2014). *Gestiion economica y financiera de la Empresa*. Madrid: Pararinfo S.A.
- Blank, S., & Bob , D. (2013). *El manual del emprendedor*. Madrid: Ediciones gestion 2000.
- Bohigues, I. (2014). *Pruebas de acceso ciclos formativos de grado medio*. España: Paraninfo.S.A.
- Bosch, M. (2013). *Gestion contable*. Madrid: Ic.
- Camacho, J. (10 de 09 de 2010). *centro de informacion*. Obtenido de 10 habilidades de un emprendedor exitoso: http://wiki.ideas.org.ve/index.php/10_Habilidades_de_un_emprendedor_exitoso
- Herrera, H. (2011). *responsbilidad social y etica empresarial*. Bogota: Ecoe ediciones.
- Ibarra, D. (2010). *Los primeros pasos al mundo empresarial*. Mexico: Limusa.
- Kountz, H. (2012). *Administracion una perspectiva global y empresarial*. Mexico: McGraw-Hill.
- Lacalle, G., Caldos, M., & Carrion, R. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Barcelona: Editex.
- Madariaga, C. (2010). *Las metas actuales de la capacitacion y la rehabilitacion laboral*. Mexico: Trillas.
- Mendez, C. (2011). *Metodologia como guia para elaboracion de diseño de investigacion*. Madrid: McGrawHill.

- Muirragai, V., Bustamante, D., & Gonzabay, J. (Septiembre de 2013). Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de asesoría y capacitación microempresarial en el cantón Milagro. Milagro, Guayas, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/1108>
- Munch, L. (2010). *Gestion Organizacional Enfoques y Proceso*. Mexico: Pearson Educacion.
- Muñiz, L. (2010). *Planes de negocios y estudios de viabilidad*. Barcelona: profit.
- Nassir, C. (2011). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion*. chile: pearson.
- Proyectos, E. d. (27 de 09 de 2010). *componentes del proyecto*. Obtenido de factibilidad-y-viabilidad:
<http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Rodriguez, A. (01 de 11 de 2010). Programas formativos y empresariales dirigidos al emprendimiento de los jóvenes en el Ecuador. Quito, Sierra, Ecuador: Flacso. Obtenido de http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/7634#.VhbWKY5_Oko
- Schnarch, A. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- SlideShare, L. (03 de 02 de 2010). *in.slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/guest3120c24/trabajo-de-estudio-economico-y-financiero-de-un-proyecto-3063356>
- Urbina, G. (2010). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: McGraw-Hill educacion.
- Vainrub, R. (2010). *Una guia para emprendedores*. Mexico: Ediciones IESA.
- Van, J., & Wachowicz, J. (2011). *Fundamentos de administracion financiera*. Mexico: Pearson educacion.
- Varela, R., & Colaboradores. (2011). *Formacion empresarial*. Mexico: Pearson educacion.
- Vilajoana, S., Jiménez, M., Gonzáles, Z., & Vila, J. (2015). *Como diseñar una campaña de publicidad*. Barcelona: UOC.

Werther, W. (2010). *Administracion de personal y recursos humanos*. Mexico: McGrawHill.

Yepez, T., & Abudeye, C. (01 de 09 de 2011). Analisis de un centro de capacitacion microempresarial para jovenes y comerciantes emprendedores del canton Marcelino Maridueña. Milagros, Guayas, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1604/3/AN%C3%81LISIS%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UN%20CENTRO%20DE%20CAPACITACI%C3%93N%20MICROEMPRESARIAL%20PARA%20J%C3%93VENES%20Y%20COMERCIANTES%20EMPRENDEDORES%20DEL%20CANTON%20MARCELINO%20MARIDUEÑA>

CAPÍTULO VII

ANEXOS

ANEXO 1. Cuestionario de preguntas aplicado en las encuestas.

La presente encuesta está dirigida a los trabajadores del sector empresarial

OBJETIVO.- Determinar la factibilidad para la creación de un programa de formación empresarial para emprendedores en el cantón Quevedo, año 2015

1.- ¿Cuál es su nivel de preparación académica?

Primer Nivel (Primaria) ()

Segundo Nivel (Secundaria) ()

Tercer Nivel (Superior) ()

Cuarto Nivel (Maestrías) ()

Quinto Nivel (PhD) ()

2.- ¿Al momento de ingresar a laborar en la empresa recibió adiestramiento en el área que actualmente desempeña?

SI () NO ()

3.- ¿Cómo colaborador de la empresa reciben charlas, cursos, capacitaciones, acerca de cómo realizar sus actividades de forma práctica y eficiente?

SI () NO ()

4.- ¿La empresa cubre los costos de capacitación?

Totalmente () Parcialmente ()

Nada ()

5.- ¿De qué manera usted fue seleccionado para desempeñar su cargo en esta entidad?

Proceso de Selección y Reclutamiento ()

Por concurso de mérito y oposición ()

Por compromisos políticos ()

6.- ¿Cuánto tiempo trabaja en esta empresa?

1-2 años () 6-10 años ()

3-5 años () 11 años y más ()

7.- ¿Hace que tiempo recibió su última capacitación?

4 años () 2 años ()

1 año () Semestralmente ()

Trimestralmente () No recibió capacitación ()

8.- ¿Considera que la capacitación es?

Necesaria () No necesaria ()

9.- ¿Qué tipo de capacitación recibió?

Interna () Externa () Ninguna ()

10.- ¿Cómo califica la capacitación recibida?

Excelente () Muy Buena ()

Buena () Regular ()

11.- ¿Que temas cree usted que necesita para que lo capaciten y que contribuyan al desempeño de sus funciones?

Calidad total () Ambiente Laboral ()

Emprendimiento ()

Otros: _____

Gracias por su colaboración...

ANEXO 2. Cuestionario de preguntas aplicado en la encuesta.

La presente entrevista está dirigida a los gerentes, jefes y administradores de las empresas en el cantón Quevedo.

OBJETIVO.- Determinar la factibilidad para la creación de un programa de formación empresarial para emprendedores en el cantón Quevedo, año 2015

Empresa: _____

Número de empleados: _____ Años de funcionamiento: _____

Sector al que atiende: _____

1.- ¿Con qué frecuencia utiliza usted los servicios de capacitación?

Trimestralmente () Semestralmente ()

Anualmente () Nunca ()

2.- ¿Cómo considera usted el servicio que brindan las empresas de capacitación en el cantón Quevedo?

Excelente () Muy Bueno ()

Bueno () Regular ()

3.- ¿Ha tenido algún tipo de pedido por los empleados de la empresa sobre las capacitaciones? ¿En qué área?

SI () NO ()

4.- ¿Cómo califica usted el trabajo que se realiza en su empresa?

Excelente () Muy Bueno ()

Bueno () Regular ()

5. ¿Cómo califica el clima laboral de su empresa?

Excelente () Muy Bueno ()

Bueno () Regular ()

6.- ¿Considera usted importante que el personal que laboran este en constante capacitación?

SI () NO ()

7.- ¿Existen en su empresa planes de capacitación?

SI () NO ()

8.- ¿Considera que se cumplen los planes de capacitación en su empresa?

SI () NO ()

9.- ¿Considera usted que es necesario elaborar un plan de capacitación para los funcionarios de la empresa?

SI () NO ()

10.- ¿Cuál es el presupuesto anual que destina su empresa para la capacitación?

< \$1000 () \$1000 - \$2000()

\$2000 - \$3000() \$3000 - \$4000()

\$4000 - \$5000() > \$5000 ()

11.- ¿Según su opinión el presupuesto que tiene la empresa es suficiente para cubrir con las necesidades de capacitación?

SI () NO ()

12.- ¿Es efectiva la función que realizan los empleados de la empresa en sus diferentes puestos de trabajo?

SI () NO ()

13.- ¿La empresa tiene asesorías en capacitaciones para el personal?

SI () NO ()

14. ¿Las empresas que han prestado sus servicios para la capacitación del personal han llenado sus expectativas?

SI () NO ()

15. ¿Considera importante contar con una empresa de capacitación, que ofrezca sus servicios de acuerdo a las necesidades del sector en el cantón Quevedo?

SI () NO ()

Gracias por su colaboración...

ANEXOS 3. Fotos del estudio de campo



Foto 1. Encuesta a Gerente de la Cooperativa Quevedo Ltda.

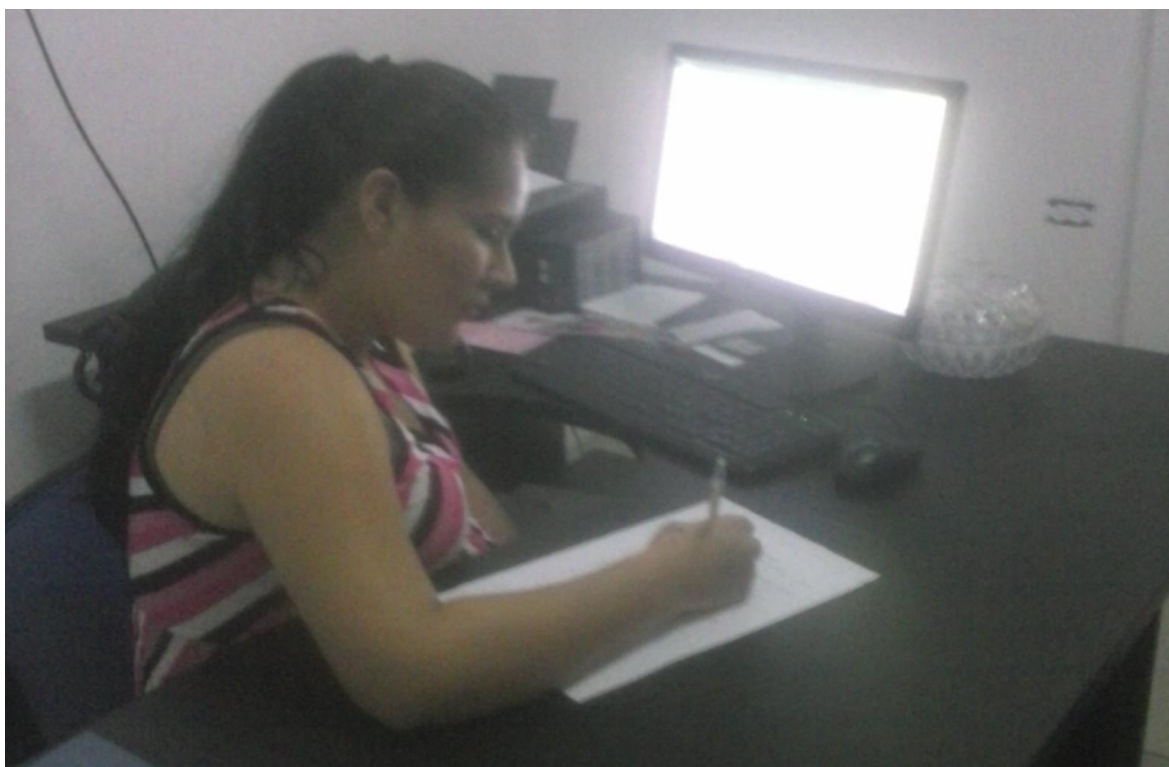


Foto 2. Encuesta a empleada de empresa en el cantón Quevedo



Foto 3. Encuesta a jefa de centro odontológico en el cantón Quevedo



Foto 4. Encuesta a empleado de microempresa Informática en el cantón Quevedo



Foto 5. Encuesta a microempresaria de Boutique en el cantón Quevedo