



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA INGENIERIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto investigación
previa a la obtención
del título en ingeniería
en gestión empresarial

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS CON
GRUPOS VULNERABLES, CANTÓN LA MANA, AÑO 2014**

Autor:

CRISTIAN ISIDRO PILATASIG ANTE

Director

Ing. Edgar Muñoz Murillo. MGE.

Quevedo - Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Pilatasig Ante Cristian Isidro, 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

Pilatasig Ante Cristian Isidro

Autor

CERTIFICACIÓN

Edgar Muñoz Murillo, Ing., Director de Tesis certifico que el señor egresado Pilatasig Ante Cristian Isidro, realizó la investigación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS CON GRUPOS VULNERABLES, CANTÓN LA MANA, AÑO 2014”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

Ing. Edgar Muñoz Murillo. MGE
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TRIBUNAL DE TESIS

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales
como requisito previo a la obtención del título de: Ingeniería en Gestión
Empresarial.

Aprobado:

Ing. Carreño Rodríguez Washington V. M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lic. Pinto Cotto Bautista R. M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Rendón Guerra Gina D. M.sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

AÑO 2015

AGRADECIMIENTO

Agradecer hoy y siempre a mi familia por el esfuerzo realizado por ellos. El apoyo en mis estudios, de ser así no hubiese sido posible. A mis padres y demás familiares ya que me brindan el soporte, la alegría y la fortaleza necesaria para seguir adelante.

DECDICATORIA

Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN	iii
TRIBUNAL DE TESIS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DECDICATORIA.....	vi
(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE SUMMARY	xv
CAPITULO I <u>M</u> ARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. INTRODUCCIÓN	2
1.2. PROBLEMATIZACIÓN	3
1.2.1. Planteamiento del problema	3
1.2.2. Diagnostico	4
1.2.3. Pronóstico.....	4
1.2.4. Control de pronóstico.....	4
1.2.5. Formulación del problema	5
1.2.6. Sistematización del problema	5
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	6
1.4. OBJETIVOS.....	7
1.4.1. General.....	7
1.4.2. Específicos	7
1.5. HIPÓTESIS.....	7
1.5.1. General.....	7
1.5.2. Específicas.....	8
CAPITULO II <u>M</u> ARCO TEÓRICO	9
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10
2.1.1. Estudio de Factibilidad.....	10
2.1.1.1. Proceso de estudio de proyecto	10
2.1.2. Estudio de mercado	11
2.1.2.1. Comportamiento económico del mercado	12
2.1.2.2. Comportamiento de la demanda.....	12
2.1.2.4. Comportamiento de los costos	14
2.1.3. Estudio técnico	15
2.1.3.1. Balance de equipos	16
2.1.3.2. Balance de personal	17
2.1.3.3. Balance de insumos	17

2.1.3.4.	Tamaño.....	18
2.1.3.5.	Localización	19
2.1.4.	Estudio económico financiero	20
2.1.4.1.	Inversiones	21
2.1.4.2.	Costos relevantes	22
2.1.4.3.	Ingreso, ahorro de costo y beneficio	22
2.1.4.4.	Ingreso por venta de servicios	23
2.1.4.5.	Financiamiento	24
2.1.4.6.	Razones o ratios financieros.....	24
2.1.4.7.	Relación costo beneficio	25
2.1.4.8.	Valor actual neto	25
2.1.4.9.	Tasa interna de retorno.....	25
2.1.4.10.	Periodo de recuperación de inversión.....	25
2.1.5.	Grupos vulnerables.....	25
2.1.5.1.	Tipos de vulnerabilidad	26
2.1.5.2.	Factores de la vulnerabilidad	26
2.1.6.	Tipologías de emprendedores y de PYMES	28
2.1.6.1.	Seis tipos de propietarios dirigentes de pymes.....	28
2.1.7.	Capacitación	29
2.1.7.1.	Tipos de capacitación	29
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	31
2.2.1.	Estudio de factibilidad	31
2.2.2.	Estudio de mercado	32
2.2.3.	Investigación de mercado	32
2.2.4.	Demanda	32
2.2.5.	Oferta.....	33
2.2.6.	Marketing	33
2.2.7.	Precio.....	33
2.2.8.	Promoción.....	34
2.2.9.	Servicio	34
2.2.10.	Estudio técnico	34
2.2.11.	Tamaño del proyecto	35
2.2.12.	Localización	35
2.2.13.	Ingeniería de proyectos	35
2.2.14.	Estudio económico financiero	36
2.2.15.	Inversión	36
2.2.16.	Financiamiento	36
2.2.17.	Ingreso.....	37
2.2.18.	Costo	37
2.2.19.	Indicadores financieros	37
2.2.20.	Relación Costo Beneficio (B/C)	39
2.2.21.	Valor Actual Neto (VAN)	39

2.2.22.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	39
2.2.23.	Periodo de recuperación de la inversión.....	40
2.2.24.	Grupos vulnerables.....	40
2.2.25.	Emprendedor	40
2.2.26.	Centro de desarrollo de emprendedores	41
2.2.27.	Capacitación	41
2.2.28.	Centro de desarrollo de emprendedores	41
2.2.29.	Programas de apoyo al emprendedor	42
2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	42
2.3.1.	Constitución de compañías.....	43
2.3.2.	Registro Mercantil	44
2.3.3.	Servicios de rentas internas.....	47
2.3.4.	Requisitos RUC sociedades	50
2.3.5.	Cuerpo de bomberos	51
2.3.6.	Relaciones Laborales	57
CAPITULO III	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.1.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	60
3.1.1.	Materiales	60
3.1.2.	Métodos	60
3.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	61
3.3.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	62
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA	62
CAPITULO IV	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	64
4.1.	ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE MEDIANOS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTON LA MANA	65
4.2.	DISCUSIÓN.....	75
4.3.	ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA.....	76
4.3.1.	Población objetivo.....	76
4.3.2.	Método del cálculo muestral	76
4.3.3.	Aplicación de la encuesta	76
4.3.4.	Demanda	77
4.3.5.	Oferta.....	78
4.3.6.	Análisis de competidores	78
4.3.7.	Comercialización del servicio.....	79
4.3.8.	Marketing estratégico.....	80
4.4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	82
4.4.1.	Objetivo del estudio técnico	82
4.4.2.	Tamaño del proyecto	82
4.4.3.	Localización del proyecto.....	84

4.4.3.1.	Macro localización	84
4.4.3.2.	Micro localización	84
4.4.4.	Distribución de la oficina	85
4.4.5.	Ingeniería de proyectos	86
4.4.5.1.	Procesos.....	86
4.4.6.	Requerimientos del proyecto	90
4.5.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	94
4.5.1.	Estructura organizacional	97
4.5.2.	Descripción de funciones.....	100
4.6.	ESTUDIO ECONÓMICO	110
4.6.1.	Horizonte del proyecto	110
4.6.2.	Inversión Inicial	110
4.6.3.	Capital de trabajo.....	111
4.6.4.	Financiamiento	111
4.6.5.	Amortización	112
4.6.6.	Proyección de ingreso	112
4.6.7.	Proyecciones de costos	115
4.6.8.	Estados resultados	116
4.6.9.	Flujo de caja	118
4.7.	INDICADORES FINANCIEROS	120
4.7.1.	Valor actual neto.....	121
4.7.2.	Tasa interna de retorno.....	121
4.7.3.	Indicadores de rentabilidad.....	122
4.7.4.	Relación costo beneficio	122
4.7.5.	Tiempo de recuperación de la inversión	123
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		125
5.1.	CONCLUSIONES	126
5.2.	RECOMENDACIONES.....	127
CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA.....		128
6.1.	Literatura citada	129
CAPITULO VII ANEXOS.....		134
7.1.	ANEXOS.....	135
7.1.1.	ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE MEDIANOS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTON LA MANA.....	135
7.1.2.	Registro de permisos de funcionamiento bajados del sistema ARCSA.....	138

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.	ACTIVIDAD DEL NEGOCIO.....	65
CUADRO 2.	TIEMPO DE CREACIÓN.....	66
CUADRO 3.	ALCANCE DEL OBJETIVO DEL NEGOCIO.....	67
CUADRO 4.	NECESIDADES DEL SERVICIO.....	68
CUADRO 5.	CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS PARA GRUPOS VULNERABLES.....	69
CUADRO 6.	EXISTENCIA DE INSTITUCIONES QUE OFERTAN EL SERVICIO EN EL CANTON LA MANA.....	70
CUADRO 7.	NIVEL DE ACEPTACIÓN.....	71
CUADRO 8.	CANTIDAD DISPUESTA A INVERTIR EN UN SERVICIO DEL CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS.....	72
CUADRO 9.	SERVICIOS DISPUESTOS A CONTRATAR.....	73
CUADRO 10.	MEDIOS DE PUBLICACIÓN.....	74
CUADRO 11.	ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA.....	77
CUADRO 12.	TAMAÑO DE PROYECTO.....	83
CUADRO 13.	ADECUACIÓN DE LA OFICINA.....	90
CUADRO 14.	MAQUINARIA Y ENSERES.....	90
CUADRO 15.	COSTOS OPERACIONALES.....	91
CUADRO 16.	GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	92
CUADRO 17.	DEPRECIACIONES.....	93
CUADRO 18.	INVERSIÓN INICIAL.....	111
CUADRO 19.	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	112
CUADRO 20.	AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	112
CUADRO 21.	INGRESOS ESPERADOS EN EL PRIMER AÑO.....	114
CUADRO 22.	INGRESOS EN LOS PRIMEROS CINCO AÑOS.....	114
CUADRO 23.	PROYECCIÓN DE COSTOS.....	115
CUADRO 24.	COSTOS VARIABLES.....	116
CUADRO 25.	ESTADOS RESULTADOS.....	117
CUADRO 26.	ESTADOS RESULTADOS 5 AÑOS.....	118
CUADRO 27.	FLUJO DE CAJA.....	119

CUADRO 28. FLUJO DE CAJA 5 AÑOS.....	120
CUADRO 29. VALOR ACTUAL NETO.....	121
CUADRO 30. TASA INTERNA DE RETORNO.....	121
CUADRO 31. INDICADORES DE RENTABILIDAD.....	122
CUADRO 32. RELACIÓN COSTO BENEFICIO (C/B).....	123
CUADRO 33. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	123

ÍNDICE DE GRAFICO

GRAFICO 1. ACTIVIDAD DEL NEGOCIO.....	65
GRAFICO 2. TIEMPO DE CREACION.....	66
GRAFICO 3. ALCANCE DEL OBJETIVO DEL NEGOCIO.....	67
GRAFICO 4. NECESIDADES DEL SERVICIO.....	68
GRAFICO 5. CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS PARA GRUPOS VULNERABLES.....	69
GRAFICO 6. EXISTENCIA DE INSTITUCIONES QUE OFERTAN EL SERVICIO EN EL CANTON LA MANA.....	70
GRAFICO 7. NIVEL DE ACEPTACIÓN.....	71
GRAFICO 8. CANTIDAD DISPUESTA A INVERTIR EN UN SERVICIO DEL CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS.....	72
GRAFICO 9. SERVICIOS DISPUESTOS A CONTRATAR.....	73
GRAFICO 10. MEDIOS DE PUBLICIDAD.....	74
GRAFICO 11. MACRO LOCALIZACIÓN.....	84
GRAFICO 12. MICRO LOCALIZACIÓN.....	85
GRAFICO 13. DISEÑO DE LA OFICINA.....	86
GRAFICO 14. FLUJO GRAMA DE PROCESO GERENCIAL.....	87
GRAFICO 15. FLUJO GRAMA DE PROCESO DE OPERACIONES.....	88
GRAFICO 16. FLUJO GRAMA PROCESO DE APOYO.....	89
GRAFICO 17. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	98
GRAFICO 18. ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	99
GRAFICO 19. ORGANIGRAMA POSICIONAL.....	100

(DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIÓN	
Título/Title	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS CON GRUPOS VULNERABLES, CANTÓN LA MANA, AÑO 2014
Creador/Creator	CRISTIAN ISIDRO PILATASIG ANTE
Materia/Subject	CIENCIAS EMPRESARIALES; CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL
Descripción /Description	EL PRESENTE PROYECTO SE REALIZO EN EL CANTÓN LA MANA, PROVINCIA DE COTOPAXI, EL OBJETIVO DE LA MISMA CONSISTE EN REALIZAR UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS CON LA FINALIDAD DE OBTENER EL TITULO DE INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL.
Editor/Publisher	FCE: CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL;
Colaborador/Contributor	NINGUNO
Fecha/Date	20/05/2015
Tipo/Type	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Formato/Format	MICROSOFT WORD 2010
Lenguaje/Language	ESPAÑOL
Relación/Relation	NINGUNA
Cobertura/Coverage	PEQUEÑOS NEGOCIOS CON CARACTERÍSTICAS VULNERABLES DEL CANTÓN LA MANA
Derechos/Rights	NINGUNO
Audiencias /Audience	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación constituye un estudio de factibilidad dirigido a la creación de un centro de apoyo al emprendimiento de negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná, con el nombre de REINGENIO el mismo que brindará servicios de asesoría, adiestramiento y capacitación a las medianas, microempresas y pequeños negocios de la población.

La creación de REINGENIO tiene como propósito establecer una marca reconocida en la generación de crecimiento empresarial, mediante la impartición de programas en capacitación, asesoría y adiestramiento dirigidos a directivos, empleados y dueños de negocios, mejorando la administración y el servicio al cliente; mediante la asesoría técnica se alcanza mayor cobertura en la mercado meta y a su vez complementar los servicios que brindará en el cantón La Maná.

La inversión total en la implementación del centro ascienden a \$ 24.346.00 de los cuales \$ 20.434.00 son de activos fijos donde se encuentran la compra equipos y muebles para la oficina y su adecuación, \$ 800.00 activos diferidos que comprende la cuenta gastos constitución, \$ 3.112.00 de capital de trabajo donde se refleja el costo operacional con sus cuentas de personal, gastos administrativos, arriendo y servicios básicos.

Los ingresos esperados de REINGENIO por servicios prestados son de \$ 56.100.00 para el primer año, para lo cual deberá proporcionar servicio de 15 asesoría al valor de \$ 700.00, 18 adiestramientos al valor de \$ 800.00, 48 capacitaciones al valor de \$ 650.00, cada programa está dirigido para un total de 10 representantes de negocios a precio de \$ 70.00 por asesoría, \$ 80.00 por adiestramiento y \$ 65.00 por capacitación, durante los primeros 5 años se incrementará un promedio de 1.5% anual.

Finalmente el análisis de los indicadores financieros nos muestra un VAN de \$ 14.166,41 con el 15% tasa máxima de rentabilidad, una TIR del 38%, un costo beneficio de \$ 0.34 hasta los \$ 0.63 centavos por cada dólar de inversión y el período de recuperación del capital es de 2 años, 4 mes y 9 días.

EXECUTIVE SUMMARY

This research project is a feasibility study aimed at creating a support center business endeavor with vulnerable groups in cantón La Maná, with the name of REINGENIO the same that would provide advisory services, training and training to medium, micro and small business population.

Creating REINGENIO aims to establish itself as recognized brand in generating growth in business sector, with the delivery of training programs and training for directors, employees and business owners hope to improve customer management and service through technical advice is to achieve greater coverage in the target market and in turn complement the service that offered in the cantón La Maná.

The total investment in the implementation of the center are \$ 24.346.00 of which \$ 20.434.00 are of fixed assets where they are buying equipment and furniture for the office and the adequacy of the workshop, \$ 800.00 deferred assets comprising the account Rates constitution, \$ 3.112.00 working capital where the operational cost with their personal accounts, administrative expenses, rent and utilities is reflected.

The expected income REINGENIO for services are \$ 56.100.00 for the first year, which shall provide advice service 15 to the value of \$ 700.00, 18 trainings to the value of \$ 800.00, 48 trainings to the value of \$ 650.00, each program is run for a total of 10 business representatives price of \$ 70.00 per consulting, training \$ 80.00 and \$ 65.00 for training during the first five years an average of 1.5% increase.

Finally, the analysis of financial indicators shows a NPV of \$ 14.166,41 15% maximum rate of return an IRR of 38%, a cost benefit of \$ 0.34 up to \$ 0.63 cents and capital recovery period is 2 years, 4 month and 9 days.

CAPITULO I.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

Dentro del mundo mercantil existen empresas trasnacionales que se dedican a diversos negocios en este mundo globalizado, cada año se crean emprendimientos nuevos e innovadores de los cuales el 80% de estos quiebran en los primeros 5 años, y los que sobresalen terminan por cesar sus actividades en los próximos 10 años, solo el 2% del total de emprendimientos se convierten en grandes empresas.

Los grupos mercantiles que se encuentran muy por debajo de las grandes empresas son considerados pequeños negocios o emprendimientos los mismos que por su condición económica y sobre todo su conocimiento técnico se los considera como grupos vulnerables dentro del campo empresarial y tienen mayor probabilidad de cesar sus actividades comerciales en el futuro.

El presente proyecto es un estudio de factibilidad que está dirigido para conocer si es factible invertir en la creación de un centro de apoyo al emprendimiento de negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná, Año 2014.

La creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios es una idea generada por la realidad que viven los medianos y pequeños negocios del cantón La Maná, estos negocios se los define como vulnerables porque carecen de asistencia técnica especializada que les ayude a guiar la dirección y administración del mismo.

La mayoría de negocios creados en este Cantón son producto del desempleo, ya que los dueños al no encontrar estabilidad laboral optan por emprender en el comercio u otras actividades mercantiles, guiándose por la experiencia adquirida en su vida laboral.

Por ello se realiza una investigación que se desglosa en los siguientes capítulos.

Capítulo I, corresponde al marco contextual de la investigación donde se encuentran la introducción, la problematización con el planteamiento, la formulación y sistematización del problema, la justificación, el objetivo general con sus específicos, y las hipótesis respectivas del proyecto.

Capítulo II, comprende al marco teórico donde se ubica la fundamentación teórica, conceptual y legal, con todos los temas que respalden la realización del proyecto de factibilidad.

Capítulo III, en este capítulo se establece los materiales, métodos, tipo de investigación, diseño, población y muestra utilizados durante el periodo de realización del proyecto.

Capítulo IV, en este apartado se estableció los resultados encontrados con la respectiva discusión, además se adjuntó el estudio de mercado, técnico, organizacional y legal, económico y los indicadores financieros con sus respectivos análisis.

Capítulo V, luego de efectuar el estudio y su redacción se expone las conclusiones obtenidas y sus respectivas recomendaciones sobre el estudio efectuado.

Capítulo VI. Se respalda la investigación con la bibliografía citando la información de los libros consultados y la Linkografía como ayuda en temas que no se encontró en libros

Capítulo VII, finalmente terminamos la investigación con las anexos en este apartado encontraremos las evidencias de la realización del estudio de factibilidad.

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1. Planteamiento del problema

En el cantón La Maná existen muchos emprendedores con pequeños y medianos negocios con crecimiento económico muy bajo, e inclusive se podría decir que la mayoría de estos emprendimientos, fueron creados por dueños que decidieron tener un ingreso adicional o por independencia financiera, basando todos sus esfuerzos en el conocimiento de la actividad del negocio, dejando en segundo plano todas las especificaciones adicionales relacionados con los mismos, por lo tanto su crecimiento económico es mínimo.

Por otra parte la no existencia de Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios en la localidad, es la causa mayoritaria de la falta de formación en las actividades que se desempeñan, también esta situación es el principal problema del déficit en crecimiento económico y desarrollo empresarial en el sector.

1.2.2. Diagnostico

Causa

- Muy baja cantidad de ofertas de empleo.
- Creación de negocios con poco conocimiento empresarial.
- Bajo índice de crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.

Efecto

- Aumento en la tasa de auto empleo.
- Poca probabilidad de éxito en el emprendimiento.
- Mayor vulnerabilidad de quiebra en pequeñas y medianas empresas.

1.2.3. Pronóstico

- Aumento desequilibrado de productos, bienes y servicios.
- Pérdida del capital invertido en el emprendimiento.
- Bajo índice de crecimiento empresarial en el cantón La Maná.

1.2.4. Control de pronóstico

- ❖ Incentivar a la creación de nuevos productos, servicios o mercado.

- ❖ Recibir cursos intensivos para afrontar este nuevo reto.
- ❖ Buscar capacitación en centros de apoyo al emprendimiento de negocios.

1.2.5. Formulación del problema

Antes de empezar a crear el centro de apoyo al emprendimiento de negocios en el Cantón La Mana, empezaremos por conocer la factibilidad de la inversión, con lo que determinaremos si es factible invertir en la creación de esta empresa.

Por lo anteriormente expuesto se plantea como pregunta general de investigación lo siguiente:

- ¿Qué tan factible será la creación de un centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná?

1.2.6. Sistematización del problema

En lo referente a la creación de un Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná, involucra la realización de estudios complementarios del estudio de factibilidad en relación al mercado, a la infraestructura, al ámbito económico y otros aspectos en el presente proyecto, lo cual lleva a plantear las siguientes subpreguntas de investigación:

- ❖ ¿Qué mayormente afectará la cantidad de oferta, la cantidad demanda o el grado de aceptación en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná?
- ❖ ¿De qué manera las especificaciones técnicas y reglamentación legal necesaria incidirán en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná?

- ❖ ¿Cuál será el monto y el rendimiento económico de la inversión en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de factibilidad se lo realiza basado en las nuevas tendencias que exigen el mercado, en la globalización mundial de hoy en día la formación profesional es una de las actividades que está siendo de mayor importancia para las personas que dirigen asociaciones, pequeñas y medianas empresas, quienes en mucho de los casos dichos individuos no han tenido la oportunidad de terminar una formación académica completa.

Para muchos emprendedores, empleados y dueños de pequeñas y medianos negocios en el cantón La Maná, la complementación de sus conocimientos en las actividades laborales, son vistas como una manera de desperdicio económico, por otro lado los pocos recursos generados en la actividad son mínimos y toman la decisión que no pueden darse el lujo de desviar fondos de sus negocios en capacitación profesional, dando como resultado un poco menos de probabilidad de tener un emprendimiento que le brinde crecimiento económico.

Algunos de los cursos que se efectúan en el Cantón van dirigidos a las asociaciones operativas ya establecidas, pero en ninguno de los casos se da seguimiento total a las necesidades que presentan los grupos vulnerables, por ello, se considera realizar el estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios, donde podamos conocer los problemas a los que nos enfrentaremos y desarrollar una estrategia efectiva.

De manera general el estudio está dirigido a la creación de un Centro de Apoyo al emprendimiento de negocios a grupos e individuos con características emprendedoras, considerados como vulnerables frente a las grandes empresas, donde mediante asesoría, capacitación y adiestramiento se pueda realizar un

mejor aprovechamiento a las ideas de negocios, analizando estrategias que puedan aplicarse para respaldar las decisiones a tomar sobre el capital destinado a la inversión.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

- ❖ Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná.

1.4.2. Específicos

- ❖ Conocer la cantidad de oferta, demanda y el grado de aceptación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná.
- ❖ Investigar las especificaciones técnicas y reglamentación legal necesaria en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná.
- ❖ Determinar el monto y el rendimiento económico de la inversión en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. General

- La Elaboración del estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná determina la viabilidad positiva del proyecto.

1.5.2. Especificas

- ❖ La cantidad de oferta, demanda y el grado de aceptación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná será favorable para el proyecto.
- ❖ Las especificaciones técnicas y reglamentación legal necesaria en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná permite un buen funcionamiento del proyecto.
- ❖ El monto y el rendimiento económico de la inversión en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná determina la rentabilidad positiva del proyecto

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Estudio de Factibilidad

Los niveles de pre factibilidad y factibilidad son esencialmente dinámicos; es decir, proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresan mediante un flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales previamente establecidos.

En el nivel de pre factibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. En el de factibilidad, la información tiende a ser demostrativa, y se recurre principalmente a información de tipo primario. La información primaria es la que genera la fuente misma de la información. Por ejemplo, mientras que el costo promedio del metro cuadrado de construcción se usa a nivel de pre factibilidad por ser un promedio o estándar, en factibilidad debe realizarse un estudio detallado de cada uno de los ítems, para determinar la cuantía de los costos específicos de esa construcción en particular, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.1.1. Proceso de estudio de proyecto

El estudio de la rentabilidad de una inversión busca determinar, con la mayor precisión posible, la cuantía de las inversiones, los costos y beneficios de un proyecto para posteriormente compararlos y decidir la conveniencia de emprender dicho proyecto.

Consta de tres actividades muy diferentes entre sí –formulación, preparación y evaluación–, donde un error en cualquiera de ellas puede llevar a conclusiones equivocadas.

La formulación es la más difícil e importante de todas las actividades para que el proyecto pueda efectivamente asignar los recursos de manera eficiente. En esta etapa, se definen primero las características del proyecto y luego la

cuantificación de sus costos y beneficios. La cantidad de opciones que existen para configurar el proyecto obliga a identificar las más relevantes y proceder a su evaluación para determinar cuál es la mejor.

Por ejemplo:

- Comprar o arrendar las oficinas.
- Comprar una máquina barata que tiene una vida útil de cuatro años o una más cara pero cuya vida útil es de nueve años.
- Invertir en un área de mantenimiento interno de equipos o contratar y el mantenimiento externo a través de un outsourcing.
- Pagar horas extras o contratar un segundo turno.
- Instalar una sola planta asumiendo altos costos de transporte o dos plantas reduciendo este costo.

La lista de temas no resueltos es, en la gran mayoría de los proyectos, mucho más larga que la lista de los aquí enunciados. Incluso, cuestiones que podrían parecer obvias pueden ser evaluadas y modificadas. Por ejemplo, si una ordenanza municipal permite la construcción de un edificio de hasta 18 pisos en un determinado terreno, la predisposición de muchos evaluadores e inversionistas es construir el máximo permitido.

Sin embargo, podría ser más rentable edificar solo 16 pisos si se consideran factores como el mayor costo de construcción promedio de los últimos pisos, la necesidad de más estacionamientos, el mayor tiempo de construcción, la mayor inversión o el mayor tiempo de venta, entre otros, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.2. Estudio de mercado

El mercado es donde se realiza el intercambio de recursos (transacciones) de bienes y servicios por dinero u otros bienes o servicios. Cuando los productores identifican lo que el cliente desea, se estimulan para fabricarlo, dado que esperan transarlo por dinero.

Un número pequeño de productores o clientes puede influir significativamente sobre los precios en que se transan los bienes en el mercado. Sin embargo, cuando existe una gran cantidad de ambos, las acciones de unos u otros difícilmente podrán modificar el precio observado. Por ejemplo, un aumento insignificante en la producción de queso no hará variar los precios en el mercado, así como tampoco cuando una familia decide comprar menos queso al salir de vacaciones. Cuando existen muchos oferentes y compradores que no pueden afectar los equilibrios de mercado, se está en presencia de un mercado competitivo, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.2.1. Comportamiento económico del mercado

Los principales aspectos económicos que explican el comportamiento de los mercados vinculados con el proyecto de inversión que se evalúa corresponden al comportamiento de la demanda, de la oferta y de los costos, y a la maximización de los beneficios, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.2.2. Comportamiento de la demanda

Cuando se considera solo la variación en los precios, el comportamiento del consumidor se mueve sobre la curva de la cantidad demandada. Sin embargo, el comportamiento de la demanda se ve también afectado por otras variables, entre las que se pueden mencionar las siguientes.

- Ingreso de los consumidores: al aumentar el ingreso de las personas, la tendencia a comprar puede aumentar (se denomina bien normal) o disminuir (bien inferior).
- Cantidad de consumidores: al variar la población del mercado, se modifica la capacidad de consumo reflejando un cambio en la demanda en el mismo sentido en que lo hace la población.
- Precio de los bienes complementarios: al variar el precio de un bien complementario, la demanda por el producto se modifica en sentido

contrario. Dos productos son complementarios cuando el consumo de uno condiciona el consumo del otro. Aunque no se modifique el precio del producto que se elaborará en el proyecto, su demanda caerá si sube el precio del bien complementario.

- Precio de los bienes sustitutos: al variar el precio de un bien sustituto, se modifica la demanda del producto del proyecto en el mismo sentido que la variación del precio.
- Gustos y preferencias: personas que manifiesten diferentes intereses o preferencias sobre un mismo producto, aun teniendo el mismo ingreso, demandarán más o menos de él, según sus gustos, a un mismo precio.
- Expectativas: el nivel de expectativas sobre variaciones de precios o cambios en los atributos de un producto, por las constantes innovaciones tecnológicas, puede hacer que un consumidor adelante o posponga compras respecto de otro, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.2.3. Comportamiento de la oferta

Cuando se considera solo la variación en los precios, el comportamiento del productor se mueve sobre la curva de la cantidad ofrecida. Cuando se modifica cualquiera de los elementos ya mencionados y desarrollados a continuación, es la curva completa de la oferta la que se desplaza.

- Costos de producción: si suben los costos de los factores de producción y el precio del producto se mantiene constante, baja el beneficio del fabricante y disminuye la oferta total, desplazando su curva hacia la izquierda. En caso contrario, aumenta, desplazando la curva hacia la derecha.
- Flexibilidad de la tecnología: acceder a nuevas tecnologías podría permitir producir la misma cantidad con menores recursos o en menor tiempo, lo que reduce los costos de producción, aumenta los beneficios y desplaza la curva de oferta hacia la derecha.

- Expectativas: si el productor espera que el precio de venta del bien que fabrica aumente a futuro o estima que la demanda podrá incrementarse, podría aumentar la producción por la expectativa de ganar más o para tener stocks suficientes para enfrentar el cambio en los niveles de demanda.
- Cantidad de empresas: al aumentar la cantidad de proveedores, la oferta del bien se incrementa, desplazando la curva hacia la derecha, pero al disminuir la cantidad de empresas competidoras de la industria, la oferta disminuye, desplazando la curva hacia la izquierda.
- Precios de los bienes relacionados: cuando los bienes son sustitutos, un aumento en los precios del otro bien puede conducir a un aumento en la oferta del producto del proyecto si la demanda se traslada hacia el proyecto. Si son complementarios, un aumento en el precio del otro bien hará bajar su demanda y, en consecuencia, la del producto del proyecto, desincentivando su producción y desplazando la curva hacia la izquierda.

La variación de cualquiera de estos factores hará que la oferta cambie, aun manteniéndose un precio, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.2.4. Comportamiento de los costos

Dentro de los límites de una capacidad dada de planta, la empresa podrá variar sus niveles de producción haciendo cambiar la cantidad de insumos ocupados y, por lo tanto, sus costos variables totales. Dentro de ciertos rangos, los costos fijos se mantendrán constantes, pero también podrán variar.

Los costos variables unitarios pueden cambiar por las economías o deseconomías de escala que se puedan generar con el proyecto, mientras que los costos fijos varían por los factores de escala involucrados. Hay economías de escala cuando, por ejemplo, se logran descuentos en compras por volúmenes mayores, y deseconomías de escala cuando, por ejemplo, se debe recurrir a fuentes más lejanas de abastecimiento por un mayor volumen de operación, el pago de horas extras, etcétera.

Una forma de calcular los costos fijos y variables es mediante la cuantificación de ambos ítems de costos y de todos sus componentes para distintos niveles de producción.

Al disponerse de la información de las funciones de costos fijos, variables y totales, pueden derivarse de ella distintas funciones de costo unitario, como el costo fijo medio, el costo variable medio, el costo medio total y el costo marginal.

El costo fijo medio tiene una tendencia decreciente debido a que hay ítems que no se incrementan, dentro de determinados rangos, y que son prorrateados entre un mayor número de unidades, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.3. Estudio técnico

El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto, y al cual se refiere este capítulo, es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. El resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación. Por tal motivo, cualquier error que se cometa podrá tener grandes consecuencias sobre la medición de la viabilidad económica.

Todos estos balances tienen la misma estructura y se componen de tres partes principales:

- La identificación de cada ítem, su cantidad y su costo.
- La vida útil que permita estimar las inversiones de reposición de cada activo.

- El valor de liquidación de cada activo al final de su vida útil. Como se verá más adelante, podrá haber consideraciones adicionales a las meramente técnicas para determinar la sustitución de los activos, como las de carácter económico o comercial.

Los costos contables y sus implicancias sobre los costos tributarios serán tratados especialmente, pues constituyen, en general, un factor decisivo en el resultado de la evaluación, particularmente en aquellos países con alta tasa impositiva.

El término “costo” tiene muchas acepciones distintas, dependiendo del tipo de decisión que se quiera tomar, aunque la definición más adecuada para el análisis de inversiones es la que lo considera como la reducción en dinero que implica comprometer este recurso para una opción particular de negocios, antes de calcular el beneficio que ella reporta. En este sentido, el concepto de costo involucra la totalidad de egresos ocasionados por una alternativa, ya sea que se derive de una inversión, un gasto de operación o un costo de oportunidad, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.3.1. Balance de equipos

La vida útil técnica se expresa en años y se anota en la quinta columna, aunque se deben considerar los estándares de medición usados para ello: kilómetros recorridos, unidades producidas, horas de funcionamiento, etcétera. Por ejemplo, si un vehículo se sustituye con un recorrido de 300.000 kilómetros y recorre en promedio 60.000 kilómetros anuales, su vida útil técnica se proyectará en cinco años. Si el proyecto considera tres y no un vehículo, el promedio de vida de cada uno será con seguridad superior a solo uno, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.3.2. 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, administrativas y de servicio.

El balance de personal incorpora las estructuras de remuneraciones fijas, incluyendo gratificaciones, leyes sociales, bonos de alimentación y movilización, y costos de turnos especiales. Como se muestra en la Tabla 4.4, este balance consta de cuatro columnas que deben explicitar el cargo, la cantidad de puestos en cada cargo, la remuneración mensual unitaria de cada puesto y la remuneración mensual total. La suma de los valores de la última columna corresponde a la proyección de los costos en remuneraciones estimadas para un año con un nivel de actividad predeterminado.

De igual manera, si el proyecto presenta claras características de que la producción irá variando con el tiempo (por ejemplo, en función de la penetración en el mercado), será necesario confeccionar varios balances, uno para cada uno de los niveles de actividad esperados. El nivel de actividad se define como el intervalo de unidades producidas donde la estructura de personal se mantiene constante.

La información así obtenida se debe complementar con las remuneraciones de carácter variable, como los honorarios por prestación médica y toma de muestras, por bonos de productividad o por comisiones de ventas, entre otros, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.3.3. Balance de insumos

La estimación de los costos de los insumos que se utilizarán en el proceso de producción, embalaje, distribución y venta tiene la dificultad de depender de la

configuración de los tipos y de la cantidad de productos que se pronostique elaborar.

En una clínica, por ejemplo, un procedimiento que facilita estos análisis es la construcción de un balance de insumos médicos, basado en la confección de varios balances de insumos por tipo de prestación, de manera tal que posibiliten determinar el costo de los elementos empleados en cada prestación, ya sea individual o por grupo de pacientes. Estos, finalmente, se expresan—en función del número de prestaciones esperadas para cada año— en el balance total de insumos.

La siguiente es una estructura típica de un balance de insumos (resumido e incompleto con fines didácticos) que debe repetirse para cada tipo de prestación que considere ofrecer un proyecto de centro médico, la información a incluir en la primera columna y en la segunda difícilmente podrá ser definida por el evaluador ni, probablemente, tampoco por un médico especialista en cirugía estética recuperativa, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.3.4. 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, etcétera.

El resultado del estudio del mercado influye directamente sobre esta decisión, ya que ahí se determinaron los niveles ofrecidos y demandados que se esperan

para el futuro, así como la participación de mercado que podría lograr el proyecto si realiza las acciones de marketing adecuadas.

Las especificaciones técnicas de los equipos que cumplen con los requerimientos para la producción pueden presentar tres características respecto del tamaño:

- Que la cantidad demandada total sea menor que la capacidad de producción de la tecnología más pequeña existente en el mercado.
- Que la cantidad demandada sea similar a la capacidad de producción de alguna tecnología.
- Que la cantidad demandada sea mayor que la capacidad de producción de la tecnología disponible, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.3.5. Localización

Los principales factores que influyen en la ubicación del proyecto son los siguientes:

- Mercado que se desea atender, como por ejemplo hoteles de cinco estrellas en sectores de altos ingresos, nuevos centros de atención pediátrica en comunas donde la tasa de crecimiento de la población infantil se proyecta como más alta en el futuro, cercanía a las fuentes de abastecimiento, etcétera.
- Transporte y accesibilidad de los usuarios; por ejemplo, es ilógico ubicar un centro maternal para familias de escasos recursos a 12 cuadras de distancia del paradero más cercano al transporte colectivo.
- Regulaciones legales que pueden restringir la posibilidad de instalar una empresa en una zona de exclusividad residencial o los planos reguladores municipales que limitan la construcción en altura.
- Aspectos técnicos como las condiciones topográficas, la calidad del suelo, la disponibilidad de agua de riego, las condiciones climáticas e, incluso, la

resistencia estructural de un edificio si se quiere instalar una maquinaria pesada en un piso alto.

- Aspectos ambientales como restricciones a la evacuación de residuos o a la cantidad máxima de estacionamientos permitidos por las normas de impacto ambiental. Podría darse el caso, por ejemplo, de que la mejor de las localizaciones, por precio, ubicación, características del terreno o accesos, se desestime si el costo de la evacuación de residuos fuese tan alto que optar por un terreno más caro y aparentemente menos atractivo haga más rentable al proyecto.
- Costo y disponibilidad de terrenos o edificaciones adecuados a las características del proyecto.
- Entorno y existencia de sistemas de apoyo.

En toda decisión de localización entran en juego factores a veces contrapuestos: los dominantes (influyen directamente en la viabilidad económica del proyecto), y los preferentes o de carácter más emocional. El que prima, desde el punto de vista del evaluador, será el que permita alcanzar el objetivo central de su trabajo: dar la mayor cobertura comercial, lograr la mayor eficiencia en el uso de los recursos o maximizar la rentabilidad del inversionista.

Un efecto importante de la localización se da sobre el costo de los insumos necesarios para atender los requerimientos de la producción (Nassir, Sapag, & Chain, 2011, pág. 136)

2.1.4. Estudio económico financiero

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros (Planeacion y evaluacion de proyectos, 2010).

2.1.4.1. Inversiones

La mayoría de las inversiones de un proyecto se concentra en aquellas que se deben realizar antes del inicio de la operación, aunque es importante considerar también las que se deben realizar durante la operación del proyecto, tanto por la necesidad de reemplazar activos como para enfrentar la ampliación proyectada del nivel de actividad.

Las que se realizan antes de que el proyecto empiece a funcionar constituyen lo que los textos denominan calendario de inversiones previas a la puesta en marcha, caracterizado por incluir todos los desembolsos anteriores a la puesta en marcha. Por ejemplo, la compra de un terreno obliga a pagar en forma anual un impuesto que, dependiendo del país, recibe el nombre de “territorial”, “contribuciones de bienes raíces”, “inmobiliario”, “patrimonial”, etc., el cual se paga desde que es adquirido y no desde el momento en que empieza a usarse. De igual modo, cuando se adquiere una maquinaria, el seguro (considerado como un gasto) es pagado por el proveedor y el transportista inicialmente, pero una vez en las instalaciones del proyecto, deberá ser pagado por este aun cuando no haya entrado en operación. Lo mismo con las remuneraciones del gerente general y todos aquellos que cumplirán funciones antes del inicio de actividades, algunos arriendos, comunicaciones y gastos de administración, entre otros. Por esto, el concepto correcto debería ser calendario de egresos previos a la puesta en marcha, para incluir tales desembolsos (pág. 180)

Las inversiones de reemplazo se incluirán en función de la vida útil de cada activo, la que se puede calcular de acuerdo con distintos criterios.

El avance que se observa de manera creciente en los últimos años en casi todas las áreas tecnológicas puede determinar que se acorte la vida útil económica de un activo, aunque no su vida útil técnica ni contable, (Nassir, Sapag, & Chain, 2011).

2.1.4.2. Costos relevantes

Estos costos, denominados costos diferenciales, expresan el incremento o la disminución de los costos totales que implicaría la implementación de cada una de las alternativas en análisis, en términos comparativos respecto de lo observado en la situación vigente. Por esto, bastará con considerar los costos diferenciales para decidir respecto de un proyecto que involucre variación en los resultados económicos esperados.

Puesto que muchas de las partidas de costo no variarán al implementar alguna operación como alternativa de la existente, se podrán excluir del análisis para la toma de la decisión. Solo son relevantes aquellas partidas de costo que sean diferentes entre cada opción estudiada y una situación base de comparación (Nassir, Sapag, & Chain, 2011, pág. 194).

2.1.4.3. Ingreso, ahorro de costo y beneficio

En términos generales, se considera variables que impactan positivamente en el resultado de una inversión a los ingresos, las reducciones de costos y el aumento de eficiencia, y a los beneficios que no son ingresos, pero que incrementan la riqueza del inversionista o la empresa.

En el primer caso, se encuentran los ingresos por la venta del producto o servicio que generará adicionalmente el proyecto como resultado de una mejora o ampliación; los ingresos por la venta de activos, particularmente cuando el proyecto involucra el reemplazo de alguno de ellos o su liberación por efecto de algún outsourcing; los ingresos por la venta de material de desecho reutilizable o subproductos; y los ahorros de costo que se asocian con la realización del proyecto que se evalúa. Todos ellos constituyen beneficios que aumentan la liquidez de la empresa y, por lo tanto, se incluyen dentro del concepto de ingreso.

En el segundo caso, se consideran los beneficios que no constituyen ingresos de caja; por ejemplo, el valor de desecho del proyecto al final del periodo de evaluación y la recuperación de la inversión en capital de trabajo. La empresa,

cuando hace una inversión, además de recibir el beneficio generado por la utilización de los activos comprados, tiene el beneficio de la propiedad de esos activos cualquiera que sea el momento en que se considere valorarlos.

2.1.4.4. Ingreso por venta de servicios

La mayoría de las inversiones que realiza la empresa se justifican por el incremento futuro de los beneficios monetarios. Si bien la teoría de la oferta y la demanda ha sido considerada como una de las más influyentes de la ciencia económica, desde el punto de vista de la administración, la maximización de los beneficios de la empresa busca quebrantar esa ley tan seguida como sea posible. Para escapar de la ley de oferta y demanda, las empresas intentan, mediante distintos proyectos, ganar las preferencias del consumidor por medio de una estrategia basada en la diferenciación del producto ofertado, para que sea percibido como deseable y, por lo tanto, se esté dispuesto a pagar por ello.

Esto se logra, según Martín de Holan¹, mediante tres vías:

- Ofertar un producto que le parezca al consumidor tan distinto de las otras opciones que no sea posible comparación alguna.
- Ofertar un producto que, aunque sea percibido como similar, haga al consumidor estimar que posee características adicionales a las de la mejor opción.
- Ofertar un producto percibido como similar, pero a un precio inferior.

En todos estos casos, los clientes podrían pagar por una diferencia que valorizan. Para alcanzar una ventaja competitiva, la empresa debe obtener primero –y mantener después– las preferencias del cliente, lo que logra mediante el aumento de la apreciación del valor del producto (o la disminución de la apreciación del costo) respecto del precio por parte del consumidor (Nassir, Sapag, & Chain, 2011, pág. 219).

2.1.4.5. Financiamiento

Las fuentes de fondos para pymes son numerosas. Resulta útil clasificarlas en dos grandes categorías: las deudas y los capitales netos. Las deudas presentan las sumas que se deben a prestamistas. Los capitales netos son los fondos que los dueños invierten en la compañía (Louis, Cisneros, & Mejia, 2011, p. 274).

2.1.4.6. Razones o ratios financieros

Existen gran variedad de ellos, ya que simplemente son coeficientes que indican la relación existente entre dos variables seleccionadas y obtenidas de los propios estados financieros. No obstante mencionaremos los más utilizados en los estudios de factibilidad, dado al tipo de información que ofrecen.

- **Razón liquides.** A pesar de contar con un estado cuya función esencial es mostrar los niveles de liquidez esperados para el proyecto, sus resultados nos pueden ser fácilmente comparables con otros casos o con los promedios vigentes en el sector económico que se trate.
- **Razón endeudamiento.** Este indicador llamado también “palanca financiera” relaciona el volumen total de pasivos que la empresa manejara en un momento determinado, con el capital global de la misma. Suele emplearse en proyectos para reforzar conclusiones sobre los grados de endeudamiento pronosticados y para observar alternativas de implementar los créditos de mediano y largo plazo.
- **Razón de eficiencia.** A partir del estado de resultados proforma, pueden obtenerse ciertos indicadores sobre los niveles de eficiencia previstos para la empresa (Hernandez Diaz, 2010, p. 122).

2.1.4.7. Relación costo beneficio

También llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor a 1, entonces acepte el proyecto. (Cordoba Padilla, 2011, p. 240).

2.1.4.8. Valor actual neto

El VAN se calcula a través de la actualización de todos los flujos de caja que se prevé va a generar la aplicación de los recursos financieros obtenidos a través de la ampliación de capital (Montserrat & Josep, 2013).

2.1.4.9. Tasa interna de retorno

Se dice que la TIR es aquella en la cual el VAN = 0, o sea, donde los ingresos netos y egresos de inversión se igualan en sus valores actualizados (Hernandez Diaz, 2010, p. 151).

2.1.4.10. Periodo de recuperación de inversión

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Cordoba Padilla, 2011, p. 234).

2.1.5. Grupos vulnerables

El concepto de vulnerabilidad se aplica a aquellos sectores o grupos de la población que por su condición de edad, sexo, estado civil y origen étnico se

encuentran en condición de riesgo que les impide incorporarse al desarrollo y acceder a mejores condiciones de bienestar (Grupos Caritas, 2010).

2.1.5.1. Tipos de vulnerabilidad

Vulnerabilidad urbana: Se le entiende como propensión de personas, bienes y actividades a ser dañados. Se clasifican en dos tipos:

- Vulnerabilidad física: la capacidad o propensión de ser dañada que tiene una estructura y funciones del elemento estudio en particular cuando se trata de una persona, edificación o una comunidad.
- Vulnerabilidad social: capacidad de afectación de la calidad de vida de un individuo, familia o comunidad ante las amenazas de origen social o natural que le ofrece u ambiente.

2.1.5.2. Factores de la vulnerabilidad

Es un conjunto de factores que permite a las localidades identificar ya sea la mayor o menor probabilidad de quedar expuesto ante un desastre este conjunto de elemento observables pueden ser diversos sin embargo todos ellos tienen una estrecha relación o vinculo es decir que no se presenta de manera aislada.

Los factores de la vulnerabilidad más destacados son:

- Factores Físicos: Están relacionados a condiciones específicas y de ubicación de los asentamientos humanos la producción y la infraestructura.

Entre las condiciones específicas de estos asentamientos humanos se pueden ejemplificar: el uso de técnicas y materiales de construcción sismo resistentes. Un factor de vulnerabilidad lo constituye la ubicación de los asentamientos

humanos sobre laderas. En falda de volcanes en las zonas costeras que sufren inundaciones y sobre fallas tectónicas.

- Factores Ambientales o ecológicos: Son aquellos que se relacionan con la manera de cómo una comunidad utiliza de forma no sostenible los elementos de su entorno, con lo cual debilita la capacidad de los ecosistemas para adsorber sin traumatismo las amenazas naturales. Por ejemplo: la deforestación de una ladera.
- Factores Económicos: Se refiere a la ausencia o poca disponibilidad de recursos económicos de los miembros de una localidad, como la mala utilización de los recursos disponible para una correcta gestión del riesgo uno de los ejemplos a señalar consiste en la pobreza, como una de las mayores causas de vulnerabilidad.
- Factores Sociales: Se refiere a un conjunto de relaciones, comportamientos, creencias formas de organización, y manera de actuar de las localidades e instituciones que las colocan en condiciones de mayor o menor vulnerabilidad entre estos encontramos:
- Políticos: La poca capacidad de los sectores para tomar decisiones o para influir en las instancias locales o nacionales en los asuntos que pueden afectarles también puede relacionarse con la gestión y negociación con agentes externos que puedan afectar sus condiciones positivas o negativas y la falta de alianzas para influir en las decisiones territoriales.
- Educativos: Los contenidos y métodos de enseñanzas se perciben aislado del concepto socioeconómico de la población, una educación de calidad debe tomar en cuenta el aprendizaje de comportamiento que posibiliten enfrentar las amenazas, prevenir y actuar adecuadamente en situaciones de desastres un ejemplo puede ser la ausencia de contenido educativos relacionados con la gestión de riesgos en los programas de enseñanza.
- Ideológicos y Culturales: Se refiere a la visión concepto y prejuicios que poseen hombres y mujeres sobre el mundo y la manera como se

interpretan los fenómenos, esto incluye en la prevención este tipo son las creencias respecto a que el origen de los desastres tiene que ver con la voluntad o cargo de dios.

- **Organizativos:** En la medida en que las comunidades se encuentran organizadas articuladas y con una visión clara de su situación de vulnerabilidad y amenaza así ha de ser su respuesta ante un desastre, una localidad que cuenta con un plan de gestión de riesgo en marcha esta menos expuesta al impacto de un desastre.
- **Institucionales:** Se refiere que las instituciones cuenten con una estrategia eficaz y eficiente para la gestión del riesgo a fin de actuar debidamente; una localidad donde las instituciones trabajen de manera coordinada bajo el enfoque de gestión de riesgo permitirá reducir el impacto que puede ocurrir un evento como un terremoto, tormenta tropical entre otros.

Para el análisis de la vulnerabilidad debe tenerse en cuenta este conjunto de factores que pueden influir de manera directa o indirecta en que el evento que se presente tenga un mayor o menor impacto en la localidad (Gestion de Riesgo, 2011).

2.1.6. Tipologías de emprendedores y de PYMES

Existen muchas tipologías de emprendedores y de PYMES. Todas ellas gozan de un valor y una utilidad inigualables, ya que se elaboraron en función de objetivos y a partir de metodologías y muestras muy distintas. Aquí presentamos algunas:

2.1.6.1. Seis tipos de propietarios dirigentes de pymes

A continuación, se describe una tipología de propietarios dirigentes de PYMES basada en el estudio de un centenar de casos de empresarios que han creado una PYME. Para ello, se utilizó la metodología de los sistemas flexibles de

Checkland (1999) y se adaptó (Filion, 1999) al estudio de actores empresariales que trabajan en el contexto de las PYMES.

Esta metodología permite comparar los sistemas de valores y las formas de pensar de un actor organizacional con el sistema de actividades que éste elabora y dirige. Por otra parte, seguimos las cuatro normas básicas del análisis sistémico (interrelación, información, jerarquía y control), para establecer la clasificación de los propietarios dirigentes de las PYMES estudiadas.

Se prestó especial atención a los valores y objetivos de los propietarios dirigentes, especialmente a aquellos que guardan relación con las bases de su empresa. Se intenta conocer los motivos que les hicieron crear una empresa, y determinar el lugar que ésta ocupa en sus vidas. Analizaremos a continuación seis tipos de propietarios dirigentes de PYMES (Filion 1997; 2000a y b; 2003):

1. El leñador
2. La mariposa
3. El libertino
4. El aficionado
5. El converso
6. El misionero

2.1.7. Capacitación

La capacitación no solo se ocupa de la información de conocimientos, también ayuda a las personas para que se ayuden a sí mismas. (Trillar, 2012).

2.1.7.1. Tipos de capacitación

Los tipos de capacitación son muy variados y se clasifican con criterios diversos:

Por su formalidad

- Capacitación Informal. Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa, por ejemplo un contador indica a un colaborador de esa área la utilización correcta de los archivos contables o enseña cómo llevar un registro de ventas o ingresos.
- Capacitación Formal. Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

Por su naturaleza

- Capacitación de Orientación: Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización, por ejemplo en caso de los colaboradores ingresantes.
- Capacitación Vestibular: Es un sistema simulado, en el trabajo mismo.
- Capacitación en el Trabajo: práctica en el trabajo
- Entrenamiento de Aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.
- Entrenamiento Técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo
- Capacitación de Supervisores: aquí se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales
- Otros Tipos: cualquier situación poco usual no incluida anteriormente

Por su nivel ocupacional

- Capacitación de Operarios
- Capacitación de Obreros Calificados
- Capacitación de Supervisores

- Capacitación de Jefes de Línea
- Capacitación de Gerentes

Capacitación para el trabajo: Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa.

Capacitación promocional. Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

Capacitación en el trabajo. Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa. Busca el crecimiento integral de la persona y la expansión total de sus aptitudes y habilidades, todo esto con una visión de largo plazo. El desarrollo incluye la capacitación, pero busca principalmente la formación integral del individuo, la expresión total de su persona (Capacitacion, 2011).

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. Estudio de factibilidad

Según (Hernandez Diaz, 2010) Está relacionado con la idea de posible, esto es, con la determinación de juzgar una factura acción como capaz de realizar, salvando las distintas limitaciones que pudiera presentársele (p. 44).

Según (Salazar, 2010) Es el estudio más acabado y se elabora sobre la base de antecedentes precisos, obtenidos mayoritariamente a través de fuentes primarias de información (p. 49).

2.2.2. Estudio de mercado

Según (Flores Uribe, 2010) Busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final (p. 21).

Según (Baca Urbina, 2013) Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización (p. 7).

2.2.3. Investigación de mercado

Según (Flores Uribe, 2010) Se aplica herramientas como la realización de encuestas y el método de regresión lineal, los cuales permiten obtener la información necesaria para la identificación y cuantificación del segmento del mercado objetivo (p. 21).

Según (Cano Morales, 2013) En la investigación de mercados se determina consultando la fuente primaria, es decir el segmento de mercado al que se pretende llegar, es importante cuando se trata de introducir un nuevo producto o se requiere ingresar en un mercado diferente (p. 212).

2.2.4. Demanda

Según (Flores Uribe, 2010) Es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permita analizar su comportamiento y así mismo (p. 36).

Según (Baca Urbina, 2013) Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (p. 17).

2.2.5. Oferta

Según (Cordoba Padilla, 2011) La oferta es una relación que muestra la cantidad de una mercadería que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todos los demandantes permanecen constantes (p. 72).

Según (Baca Urbina, 2013) Oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado (p. 42).

2.2.6. Marketing

Según (Salazar, 2010) Es el conjunto de técnicas que, a través de estudios de mercado, intenta lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing se podrá saber a qué tipo de público le interesa su producto (p. 148).

Según (Louis, Cisneros, & Mejia, 2011) Es una herramienta que sirve para familiarizar a los consumidores con el producto, para crear una buena imagen de la marca y de la empresa, pero también para informar y atraer a los consumidores a la tienda (p. 230).

2.2.7. Precio

Según (Cordoba Padilla, 2011) Se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien o servicio expresado en términos monetarios, o como cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien” (p. 77).

Según (Baca Urbina, 2013) Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio (p. 47).

2.2.8. Promoción

Según (Salazar, 2010) La promoción y comunicación persigue difundir un mensaje y que este tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. La promoción no es solo publicidad (p. 151).

Según (Louis, Cisneros, & Mejia, 2011) Se define como el conjunto de esfuerzos de percusión y comunicación que realiza la empresa (p. 230).

2.2.9. Servicio

Según (Schuffer, 2012) Los servicios de capacitación no siempre poseen un programa claramente escrito, muchas veces los extensionistas, capacitadores trabajan como base en lo que les llega en forma de preguntas y problemas de la población.

Según (Louis, Cisneros, & Mejia, 2011) Constituido por una serie de procesos que lleva a la entrega o realización del servicio o contacto de la empresa con el cliente, a través de los empleados o de cualquier otro medio, como el electrónico, telefónico o postal (p. 239).

2.2.10. Estudio técnico

Según (Breyner, Elkin, & Acevedo, 2010) El Estudio Técnico consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.

Según (Baca Urbina, 2013) Esta parte del estudio 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 administrativo (p. 8).

2.2.11. Tamaño del proyecto

Según (Tomas, 2012) El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.

(Flores Uribe, 2010) Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto. (p. 49).

2.2.12. Localización

Según (Calderón, 2011) El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones es con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

Según (Flores Uribe, 2010) Se realiza el análisis de las variables que permitan determinar el lugar donde se ubica el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades y la minimización de los costos de producción y gastos operacionales. (p. 52).

2.2.13. Ingeniería de proyectos

Según (Hernandez, 2011) Es la rama de la ingeniería que estudia los proyectos, estudia las actividades comprendidas en la concepción, planteamiento, organización, diseño, ejecución y verificación de dispositivos, procesos, sistemas, construcciones e instalaciones en cualquier campo tecnológico.

Según (Baca Urbina, 2013) El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria

se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva (p. 102).

2.2.14. Estudio económico financiero

Según (Baca Urbina, 2013) Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirve de base para la evaluación económica financiera (p. 9)

Según (Cordoba Padilla, 2011) El estudio de evaluación económica financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable (p. 231).

2.2.15. Inversión

Según (Flores Uribe, 2010) Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa (p. 10).

Según (Salazar, 2010) Las inversiones están constituidas por las sumas de todos los bienes y servicios necesarios para la implementación del proyecto (p. 228).

2.2.16. Financiamiento

Según (Montserrat & Josep, 2013) Las decisiones de financiación están relacionadas con el origen de los recursos financieros que la empresa destina a financiar el desarrollo de sus actividades.

Según (Cordoba Padilla, 2011) Determina de qué fuentes se obtendrán los fondos para cubrir la inversión inicial y, eventualmente, quien pague costos y recibirá los beneficios del proyecto (p. 216).

2.2.17. Ingreso

Según (Flores Uribe, 2010) Las fuentes de ingresos pueden ser de carácter operacional y no operacional. Dentro de los operacionales se encuentran las ventas de productos o la prestación de servicios; los no operacionales pueden considerarse los rendimientos que pueden producir los activos por la colocación de excedentes del efectivo (p. 84).

Según (Salazar, 2010) El ingreso está dado por la cantidad de bienes vendidos a un precio determinado o precio de venta (p. 247).

2.2.18. Costo

Según (Baca Urbina, 2013) El costo es un desembolso en efectivo o en especie de hecho en el pasado, presente, en el futuro o en forma virtual (p. 161).

Según (Cano Morales, 2013) Es la sumatoria de esfuerzos y sacrificios efectuado por una unidad económica durante un periodo de tiempo determinado para la obtención de bienes y servicios (p. 22).

2.2.19. Indicadores financieros

Según (Flores Uribe, 2010) En este contexto se estudia en forma conjunta algunos indicadores. Después de realizar sus cálculos y con el objeto de tomar una adecuada decisión, se asocia en forma juiciosa, la interpretación de cada uno de ellos, de acuerdo con los criterios establecidos para efectos de análisis financiero.

- **Indicadores de liquidez.**- se entiende por liquidez, la capacidad que tiene un proyecto, para pagar sus deudas de corto plazo. Comparando los activos corrientes con los pasivos corrientes, se conoce las expectativas de liquidez de un proyecto en el futuro.

- **Indicador de endeudamiento.**- esta razón mide el volumen de endeudamiento del proyecto comparando el valor de los pasivos con otros grupos de cuentas.
- **Indicadores de rentabilidad.**- como su nombre lo indica, esta razón miden la rentabilidad del proyecto y se calculan comparando la utilidad en cualquier de sus etapas, con otros rubros de interés y que puedan tener alguna relación con esta (p. 127).

Según (Hernandez Diaz, 2010) Existen gran variedad de ellos, ya que simplemente son coeficientes que indican la relación existente entre dos variables seleccionadas y obtenidas de los propios estados financieros. No obstante mencionaremos los más utilizados en los estudios de factibilidad, dado al tipo de información que ofrecen.

- **Razón liquides.** A pesar de contar con un estado cuya función esencial es mostrar los niveles de liquidez esperados para el proyecto, sus resultados nos pueden ser fácilmente comparables con otros casos o con los promedios vigentes en el sector económico que se trate.
- **Razón endeudamiento.** Este indicador llamado también “palanca financiera” relaciona el volumen total de pasivos que la empresa manejara en un momento determinado, con el capital global de la misma. Suele emplearse en proyectos para reforzar conclusiones sobre los grados de endeudamiento pronosticados y para observar alternativas de implementar los créditos de mediano y largo plazo.
- **Razón de eficiencia.** A partir del estado de resultados proforma, pueden obtenerse ciertos indicadores sobre los niveles de eficiencia previstos para la empresa (p. 122).

2.2.20. Relación Costo Beneficio (B/C)

Según (Flores Uribe, 2010) Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del proyecto, comparándola con los costos en que su ejecución se espera incurrir para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa (p. 131).

Según (Baca Urbina, 2013) Se utiliza para evaluar las inversión gubernamental o de interés social. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privada, sino que se toman en cuenta criterios sociales (p. 229).

2.2.21. Valor Actual Neto (VAN)

Según (Hernandez Diaz, 2010) Este indicador nos muestra el monto de beneficio reales que un proyecto aportaría al inversionista privado y considera tanto el valor cronológico del dinero, como su costo de oportunidad (p. 135).

Según (Cordoba Padilla, 2011) Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja originados por la inversión (p. 236).

2.2.22. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según (Cordoba Padilla, 2011) La tasa interna de retorno conocida como TIR, refleja la tasa de inversión o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil (p. 242)

Según (Flores Uribe, 2010) Permite calcular el rendimiento esperado del proyecto antes de iniciar cualquier inversión (p. 130).

2.2.23. Periodo de recuperación de la inversión.

Según (Flores Uribe, 2010) Su cálculo expresa en qué año dentro del resultado obtenido del flujo de fondos totalmente neto se recupera la inversión (p. 130)

Según (Salazar, 2010) Este indicador permite conocer en qué momento de la vida útil de proyecto, una vez que empezó a operar el negocio, se puede recuperar el monto de la inversión (p. 291).

2.2.24. Grupos vulnerables

Según (SIISE) La vulnerabilidad social se refiere a la suma de circunstancias que afectan a grupos de población limitando sus capacidades para valerse por sí mismos. Los factores asociados a la vulnerabilidad social expresados como indicadores demográficos que conforman el IVS.

Según (Publiboda, 2011) Son aquellos grupos o comunidades que, por circunstancias de pobreza, origen étnico, estado de salud, edad, género o discapacidad, se encuentran en una situación de mayor indefensión para hacer frente a los problemas que plantea la vida y no cuentan con los recursos necesarios para satisfacer sus necesidades básicas. La vulnerabilidad coloca a quien la padece en una situación de desventaja en el ejercicio pleno de sus derechos y libertades.

2.2.25. Emprendedor

Según (Louis, Cisneros, & Mejia, 2011) Son propietarios dirigentes de pymes sumamente innovador, con espíritu capitalista cultura emprendedora. (p. 68).

Según (Definicion ABC, 2010) Se denomina emprendedor/a aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocios en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a buen puerto.

2.2.26. Centro de desarrollo de emprendedores

Según (Centro de Desarrollo Empresarial de la ESPOL) los Centro de Desarrollo de Emprendedores provee formación en conocimientos y habilidades, propicia el contexto adecuado y facilita los contactos que permiten a los emprendedores concebir y lanzar negocios exitosos basados en ideas innovadoras. El CEEMP fomenta el emprendimiento en estudiantes, ex-alumnos y profesionales en general mediante la implementación de programas de formación y tutoría y la facilitación de la integración entre los sectores productivos, los desarrolladores de innovaciones, y los emprendedores para que estos logren beneficios mutuos e impulsen el desarrollo del País generando empleo y riqueza.

Según (Apoyo Emprendimiento, 2015) su objetivo es promover el fomento de la cultura emprendedora y contribuir al desarrollo de la economía, la creación de empleo y el fortalecimiento de la sociedad civil.

2.2.27. Capacitación

Según (Louis, Cisneros, & Mejia, 2011) Se sostiene por capacitación la herramienta de negocio que, a través del desarrollo capital humano, tiene a mejorar el rendimiento de la organización y aumentar los beneficios personales que reporta (p. 216).

Según (Sanchez, 2012) El avance tecnológico y los problemas sociales requieren que las personas estén mejor preparadas en todos los aspectos para enfrentarse con éxito al mundo actual (pág. 83).

2.2.28. Centro de desarrollo de emprendedores

Según (Liderazgo , 2014) La misión es Brindar soluciones de capacitación y entrenamiento a empresas y profesionales en sus modalidades Abierta, en Compañía, Virtual (Internet), así como satisfacer la necesidad de comunicación y organización de Eventos.

Según (Centro de Desarrollo de Emprendedores (CEEMP), 2010) El Centro de Desarrollo de Emprendedores de la ESPOL (CEEMP) provee formación en conocimientos y habilidades, propicia el contexto adecuado y facilita los contactos que permiten a los emprendedores concebir y lanzar negocios exitosos basados en ideas innovadoras. El CEEMP fomenta el emprendimiento en estudiantes, ex-alumnos y profesionales en general mediante la implementación de programas de formación y tutoría y la facilitación de la integración entre los sectores productivos, los desarrolladores de innovaciones, y los emprendedores para que estos logren beneficios mutuos e impulsen el desarrollo del País generando empleo y riqueza.

2.2.29. Programas de apoyo al emprendedor

Según (Dopech, 2010) Tienen como objetivo principal el identificar proyectos de emprendedores, evaluar su viabilidad y buscar los apoyos financieros necesarios para garantizar su implementación, mediante la formación de y la aplicación de diversos apoyos financieros complementarios.

Según (Parque Científico Madrid, 2012) El principal objetivo del Programa es ayudar a nuevos emprendedores y empresarios a desarrollar actividades emprendedoras basadas en el conocimiento y el desarrollo tecnológico, en la adquisición de experiencia y habilidades en la gestión de empresas preferentemente en entidades de otro país.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Todas las empresas creadas en el Ecuador debe regirse a normas y reglamentos establecidos para cada una de actividades que se dediquen y no podría de ser de otra manera a continuación presentamos las instituciones y las normas que rigen para la creación del centro de apoyo al emprendimiento de negocios en el Cantón La Mana.

2.3.1. Constitución de compañías

Para la creación de una nueva empresa tiene los siguientes requisitos.

Requisitos:

- Copia de Cedula a color (mínimos dos personas para conformar una compañía anónima o limitada)
- Copia a color de los certificados de votación
- Planilla de servicio básico
- Copia de Cedula y certificado de votación a color de la persona que vaya a ejercer la representación legal de la compañía, en cuyo caso puede ser también uno de los accionistas.

Proceso:

- Reserva del nombre: el abogado patrocinador, solicita la reserva de denominación de la compañía, siempre es bueno llevar consigo varias denominaciones, esta reserva vence en el plazo de 30 días que pueden ser renovables por el mismo tiempo.
- Apertura de la Cuenta de Integración de Capitales: consiste en abrir una cuenta de inversión en un banco, mediante el cual los accionistas o socios aportan y pagan el mínimo del capital suscrito y se inscriben el nombre de todos los socios.
- Redacción de la minuta, Derechos notariales de la minuta (escritura de constitución): se procede a redactar la minuta de la constitución de la compañía, en este caso el Notario la eleva a escritura pública.
- Aprobación de la Superintendencia de Compañías: una vez obtenida la escritura de constitución de compañía se ingresan mínimo tres testimonios certificados de la escritura en Superintendencia de Compañías para su aprobación.

- **Marginación:** una vez obtenida la aprobación de la Superintendencia de Compañías, se la ingresa a la Notaria para que haga las marginaciones correspondientes.
- **Registro mercantil:** se ingresan los testimonios de las escrituras en el Registro Mercantil, después de registrados se procede a realizar e ingresar en dicha institución los nombramientos respectivos del o los representantes legales de la compañía.
- **Publicación:** en los diarios de mayor circulación del cantón donde se encuentre la compañía, se procede a publicar el extracto que otorga la Superintendencia de Compañías al momento de aprobar la compañía.
- **Número de expediente en la superintendencia de Compañías:** entregando la publicación del extracto, el formulario del RUC, la planilla de servicio básico donde vaya a funcionar la compañía, testimonio de la escritura ingresada en el Registro Mercantil y nombramiento del representante legal. La superintendencia de Compañía emite el número de expediente, el certificado de cumplimiento de obligaciones, actos jurídicos y la carta dirigida al banco para la cancelación de la cuenta de integración de capitales (Superintendencia de compañías, 2012).

2.3.2. Registro Mercantil

La Inscripción de Nombramientos tienen los siguientes requisitos.

REQUISITOS:

- Mínimo tres ejemplares originales o al menos uno de ellos deberá ser original, el resto pueden ser copias debidamente certificadas por un notario.
- Fotocopia del Acta del Órgano nominador donde consta la designación de los administradores: Para el fiel cumplimiento del requisito número tres del Reglamento Sobre Los Requisitos Que Deben Contener El

Nombramiento Del Representante Legal Y El Poder Del Factor De Comercio De Las Compañías y la verificación de datos (Publicado en el Registro Oficial 601 de 20 de junio de 2002, y sujeto al Art. 4 y 11 de la Ley Nacional del Sistema del Registro de Datos Públicos).

- Fotocopia del Documento de Identificación y del Certificado de Votación de la persona designada y de la persona que otorga el nombramiento.

Estos documentos se solicitan para la verificación de la identidad de los administradores designados (Art. 583 del Código Civil, Art 97 de la Ley del Registro Civil y Cedulación y la Ley de Elecciones).

Los únicos documentos de identificación que se pueden presentar son:

- Cédula de Ciudadanía: En el caso de ecuatorianos.
- Cédula de Identidad o Pasaporte: En el caso de extranjeros.
- El Certificado de Votación vigente es obligatorio para ecuatorianos mayores de 18 y menores de 65 años.

En el nombramiento debe constar claramente:

Para la elaboración de los nombramientos de los administradores de compañías ecuatorianas se deben acatar los requisitos señalados en el Artículo 1 del reglamento sobre los requisitos que deben contener el nombramiento del representante legal y el poder del factor de comercio de las compañías, publicado en el Registro Oficial 601 de 20 de junio de 2002:

Fecha de otorgamiento: Que debe ser igual o posterior a la fecha de celebración de la reunión del órgano nominador.

Nombre de la Compañía, tal y como lo aprobó mediante resolución la Superintendencia o en sentencia el juez de lo civil, basada en la escritura de constitución, de codificación o de cambio de denominación de la compañía.
Nombres y apellidos de la persona en cuyo favor se lo extendiere:

Fecha del Acuerdo o Resolución del órgano estatutario que hubiere hecho el nombramiento: La fecha será siempre igual o anterior a la emisión de los nombramientos. El órgano nominador puede ser: Junta General, Directorio, o el órgano que señale el estatuto vigente.

Cargo o función a desempeñarse: Aquellos que consten en el artículo de la administración del estatuto vigente.

Periodo de duración del cargo: Debe estar señalado en años y acorde a lo que dispone el estatuto vigente.

Indicar si el administrador designado ejerce la representación legal.

Indicar fecha de otorgamiento de la escritura, notaria ante la que se celebró, fecha y número de inscripción de la escritura en el Registro Mercantil correspondiente. (Donde constan los estatutos vigentes en lo que se refiere a los nombramientos de los administradores)

Nombre y firma de la persona que a nombre de la compañía extiende el nombramiento.

La aceptación del cargo al pie del nombramiento, de parte de la persona en cuyo favor se lo hubiere discernido, con indicación del lugar y fecha en que tal aceptación se hubiere producido: Nombres completos (en el orden y en la forma en la que constan en la fotocopia del documento de identificación), el número de documento de identificación, y la firma del designado (idéntica a la que consta en la fotocopia del documento de identificación adjunto).

El nombramiento debe ser inscrito en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía, en el plazo de 30 días posteriores a la fecha de designación; el Registrador lo puede inscribir después de este plazo, sin embargo, comunicará a la Superintendencia para la imposición de la multa (Registro Mercantil de Manta, 2012).

2.3.3. Servicios de rentas internas

Los requisitos para la inscripción de sociedades del sector privado son:

Documentos:

- Bajo control de la superintendencia de compañías, inclusive las compañías tenedoras de acciones o holding, establecimientos permanentes
- Bajo control de la superintendencia de bancos
- Civiles y comerciales
- Civiles, de hecho, patrimonios independientes o autónomos con o sin personería jurídica, contrato de cuentas de participación, consorcio de empresas, empresas unipersonales
- Organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro
- Establecimientos permanentes con representación

Formulario

- RUC 01-A y RUC 01-B (debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador)

Identificación de la sociedad:

- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión y Fondos Complementarios Previsionales
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil Original y copia, o copia certificada de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez

- Original y copia del acuerdo ministerial o resolución en el que se aprueba su creación. Para el caso de ONG's extranjeras autorización de funcionamiento emitida por el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración
- Original y copia o copia certificada del poder apostillado o legalizado en el Consulado del Ecuador en el país extranjero o en el Ministerio de Relaciones Exteriores e inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas)

Identificación representante legal:

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal notariado y con reconocimiento de firmas, para el caso de las Empresas Unipersonales el nombramiento deberá ser inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia o copia notariada del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual, la organización se encuentra registrada
- Original y copia o copia certificada del poder emitido por la sociedad extranjera inscrito en el Registro Mercantil
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente

- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X)

Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:

- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses. Original y copia del estado de cuenta bancario o de tarjeta de crédito o de telefonía celular. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia de la factura del servicio de televisión pagada o de Internet. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

Cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente por ejemplo: permiso anual de funcionamiento, el mismo que debe corresponder al año en el que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Para aquellos documentos cuyo plazo de vigencia no sea de un año, deben corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

- Original y copia del contrato de arrendamiento.
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o

certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

- Original y copia de la Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.

Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

Observaciones Generales

- Las copias de los requisitos presentados deberán estar en buenas condiciones y no en papel térmico (Servicio de Rentas Interna, 2012).

2.3.4. Requisitos RUC sociedades

Los requisitos del RUC para sociedades son los siguientes.

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención

- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Costo:

Sin costo directo para el contribuyente

Tiempo Estimado de Entrega:

5 minutos (Servicio de Rentas Internas).

2.3.5. Cuerpo de bomberos

Requisitos mínimos para lugares de concentración de público

De conformidad a lo establecido en la ordenanza sustitutiva a la ordenanza de seguridad y prevención contra incendios que deben cumplir los establecimientos y espectáculos públicos, publicada en la gaceta oficial no. 35 el 29 de mayo del 2012, todos los sitios donde se efectúen la concentración de más de 50 personas se consideraran como lugares de concentración de público.

Hasta 100 m2 de Área

- Extintor de 10 lbs. De polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2 debe de instalarse a una altura de 1.53 más. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo refractivo o foto luminiscente.

- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Se prohíbe que en pasillos y vías de evacuación se coloquen decorativos de cualquier tipo.
- Se prohíbe espectáculos con fuego real, juegos pirotécnicos y pirotecnia fría.
- El mobiliario debe de distribuirse de tal manera que dejen libres las vías de circulación hacia las salidas.
- Puerta de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.
- Letrero de capacidad de personas ubicado en la parte frontal del establecimiento, en formato de 30 cm x 20 cm fondo rojo con letras blancas de acuerdo a indicaciones del BCBG.
- Los locales cerrados o semi cerrados autorizados para espectáculos no deberán utilizar en su construcción y acabados materiales de combustión rápida, tales como madera, caña, paja y además determinados por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- En todo evento o espectáculo público antes de iniciar el evento, se deberá dar lectura al mensaje de seguridad.

- Plan de evacuación y emergencia en caso de incendios, previamente aprobado por el departamento de Riesgo Laboral del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

De 101 a 499 m² área

- Extintor de 10 lbs. De polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m² debe de instalarse a una altura de 1.53 más. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo refractivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencia, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).
- Letreros de “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en vías de evacuación puede ser tipo refractivo o foto luminiscente.
- Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.
- Apertura de las puertas en sentido de evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Puertas de emergencias letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Está prohibida la utilización de velas, candelabros; telas colgadas desde tumbados, carpas, material de decoración tales como ramas secas, hojas, espuma que pueden originar siniestro.

- Se prohíbe la instalación de cualquier tipo de artefacto de gas en locales que estén situados a un nivel inferior del nivel del terreno (sótano).
- Se prohíbe que en pasillos y vías de circulación se coloquen decoraciones de cualquier tipo.
- Se prohíbe espectáculos con fuego real, juegos pirotécnicos y pirotecnia fría.
- El mobiliario debe distribuirse de tal manera que dejen libres las vías de circulación hacia las salidas.
- Letrero de capacidad de personas ubicado en la parte frontal del establecimiento, en formato de 30 cm x 20 cm fondo rojo con letras blancas de acuerdo a indicaciones del BCBG.
- Los locales cerrados o semi cerrados autorizados para espectáculos no deberán utilizar en su construcción y acabados materiales de combustión rápida, tales como madera, caña, paja y demás determinados por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Los escenarios, plataformas, tarimas y similares con instalaciones desmontables de uso temporal deberá obtener la certificación del colegio de Ingenieros Mecánicos previo a la obtención del certificado emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- En todo evento o espectáculo público antes de iniciar el evento, se deberá dar lectura al mensaje de seguridad.
- Plan de evacuación y emergencia en caso de incendios, previamente aprobado por el departamento de Riesgo Laboral del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

De 500 m2 en adelante

- Extintor de 10 lbs. De polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m2 debe de instalarse a una altura de 1.53 mts. del piso al soporte, debidamente señalizados ya sea del tipo refractivo o foto luminiscente.
- Lámparas de emergencias, estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).
- Letreros de evacuación “SALIDA”, fondo verde con letras blancas en formato de 30 cm x 20 cm en vías de evacuación puede ser tipo refractivo o foto luminiscente.
- Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación es decir de adentro hacia afuera, se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impide el ingreso o egreso de personas.
- Sistema hidráulico.
- Puertas de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Está prohibida la utilización de velas, candelabros, telas colgadas desde los tumbados, carpas, material de decoración tales como ramas secas, hojas, espuma que pueden originar siniestros.

- Se prohíbe la instalación de cualquier tipo de artefacto de gas en locales que estén situados a un nivel inferior del nivel del terreno (sótano).
- Se prohíbe que en pasillos y vías de circulación se coloquen decoraciones de cualquier tipo.
- Se prohíbe espectáculos con fuego real, juegos pirotécnicos y pirotecnia fría.
- El mobiliario debe distribuirse de tal manera que dejen libres las vías de circulación hacia las salidas.
- Letrero de capacidad de personas ubicado en la parte frontal del establecimiento, en formato de 30 cm x 20 cm fondo rojo con letras blancas de acuerdo a indicaciones del BCBG.
- Los locales cerrados o semi cerrados autorizados para espectáculos no deberán utilizar en su construcción y acabados materiales de combustión rápida, tales como madera, caña, paja y además determinados por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- Los escenarios, plataformas, tarimas y similares con instalaciones desmontables de uso temporal deberá obtener la certificación del colegio de Ingenieros Mecánicos previo a la obtención del certificado emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.
- En todo evento o espectáculo público antes de iniciar el evento, se deberá dar lectura al mensaje de seguridad.
- Plan de evacuación y emergencia en caso de incendios, previamente aprobado por el departamento de Riesgo Laboral del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (Cuerpo de Bomberos).

2.3.6. Relaciones Laborales

Aprobación de reglamento de higiene y seguridad

Requisitos:

- Solicitud de aprobación del reglamento suscrita por el representante legal o apoderado dirigido al Director Regional del Trabajo en la que conste: Dirección, número de teléfono fijo, número de celular y correo electrónico del representante legal y encargado del trámite.
- CD con el proyecto de Reglamento (en formato Word).
- Formulario RHS-001 suscrito por el representante legal o apoderado (disponible en la página web: www.relacioneslaborales.gob.ec).
- Resultado del Examen Inicial de Riesgos de la Empresa.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o poder notariado.
- Certificado actualizado de cumplimiento de obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o convenio de purga mora.
- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal o del apoderado.
- Copia del RUC actualizado.
- Declaración Juramentada del Representante Legal y de Profesional Técnico en la que conste que el Reglamento presentado cumple con todos los parámetros técnicos establecidos por el MRL.

Descripción:

De conformidad con el Art. 434 del código de trabajo, en todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de 10 trabajadores, se debe contar

con un Reglamento de Higiene y Seguridad el mismo que será renovado cada dos años.

Procedimiento:

- Usuario ingresa la documentación en la oficina del MRL del domicilio de la Empresa o Negocio.
- En caso de existir observaciones, las mismas se remitirán por correo electrónico para que el usuario subsane las mismas.
- Se entrega al usuario el Reglamento de Higiene y Seguridad aprobado mediante Resolución emitida por el Director Regional de trabajo respectivo.

Para renovación adjuntar:

- Estadísticas y Respaldo de la gestión realizada en Higiene y Seguridad de los 2 últimos años.
- Programa de Vigilancia de la Higiene y Seguridad.
- Programa de Prevención y Control de Riesgos.
- Registro de accidentes y enfermedades de tipo ocupacional de los 2 últimos años.
- Capacitaciones realizadas al personal en temas específicos en Higiene y Seguridad de los 2 últimos años.
- Entrega de equipos de protección personal.

“Las instituciones o empresas que posean 10 o menos trabajadores elaboraran un Plan Mínimo de Prevención de Riesgos” (Ministerio de Relaciones Laborales, 2012).

CAPITULO III.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1. Materiales

En este proyecto de investigación se utilizó los siguientes materiales y equipos para el desarrollo del mismo:

- ❖ Computadora
- ❖ Libros y revistas
- ❖ Internet
- ❖ CD's
- ❖ Memory Flash
- ❖ Hojas A4
- ❖ Esferos
- ❖ Impresión
- ❖ Anillados/Empastados
- ❖ Calculadora
- ❖ Cámara fotográfica.

3.1.2. Métodos

En la presente investigación se utilizó métodos y técnicas que ayuden en la recopilación y análisis de la información tales como:

- **Método inductivo.**- Este método se utilizó para descubrir información desde las particularidades hacia el contexto global del fenómeno.

- **Método deductivo.-** Mediante este método se obtuvo información desde el contexto general de la actividad hacia sus singulares componentes que le permiten operar.
- **Método de observación.-** Con este método se adquirió información mediante la percepción deliberada de algunos rangos existentes del entorno de la investigación.
- **Método analítico.-** Se utilizó este método para la identificación de cada una de las partes de la información estableciendo las causas y efectos entre la información obtenida de la investigación.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente proyecto se empleó los siguientes tipos de investigación como son:

- **Investigación de Campo.-** Se realizó un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento y análisis de datos, basado en la recolección directa de los dueños de negocios obteniendo información necesaria para el proceso de investigación.
- **Investigación Descriptiva.-** Se describió datos que tienen impacto directo con las actividades de los negocios.
- **Investigación Bibliográfica.-** Se utilizó una introducción a todos los otros tipos de investigación, mediante la literatura en bibliotecas y el internet, puesto que estos proporciona el conocimiento de otras investigaciones ya existentes.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó algunas técnicas para recopilación de información necesaria requerida en la competición de la información como son:

- **Encuesta.**- La encuesta sirvió para obtener información sobre los clientes potenciales existentes en el Cantón la Mana.
- **Observación.**- Permitió observar las características, rasgos y aspectos importantes existente en el entorno del campo investigativo.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Según (Agencia Nacional de Regulacion, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015) existen 1174496 permisos de funcionamiento para negocios en el Ecuador, de estos 386 pertenecen al Cantón La Mana, y de las cuales 21 negocios tiene asistencia técnica y las 365 negocios existen con vulnerabilidad técnica.

A esta cantidad se le procede a calcular la fórmula de la muestra donde tenemos:

Formula de la muestra:

n = Tamaño de la muestra

U_o = Tamaño de la población.

P = Nivel de aceptación

Q = Nivel de rechazo

Z = Nivel de confianza

e = Error estándar.

$$n = \frac{U_o \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(U_o - 1)e^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Entonces:

$$U_o = 365$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$Z = 1.96$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{32.599 * 0.50 * .050 * 1.96^2}{(32.599 - 1)0.05^2 + 0.50 * 0.50 * 1.96^2}$$

$$\mathbf{n = 187}$$

Luego de realizar el cálculo respectivo de la muestra se obtiene realizar un muestreo con 187 encuestas para el estudio de mercado.

CAPITULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE MEDIANOS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTON LA MANA

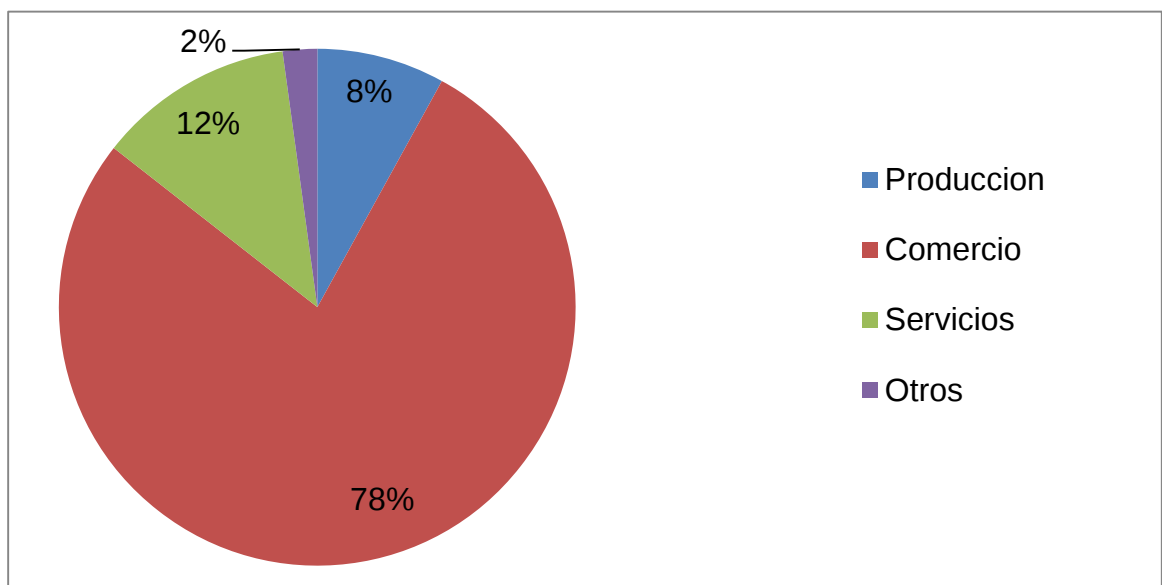
Pregunta 1.- ¿Cuál es la actividad de su negocio?

CUADRO 1. ACTIVIDAD DEL NEGOCIO

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Producción	15	8
Comercio	145	78
Servicios	23	12
Otros	4	2
Total	187	100

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 1. ACTIVIDAD DEL NEGOCIO



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 1 la actividad de negocio más frecuente en el cantón La Maná son los comerciales (78%), seguido de los servicios (12%), en tercer lugar se encuentra los productivos (8%) y en último lugar de esta escala se encuentran otros negocios con el (2%).

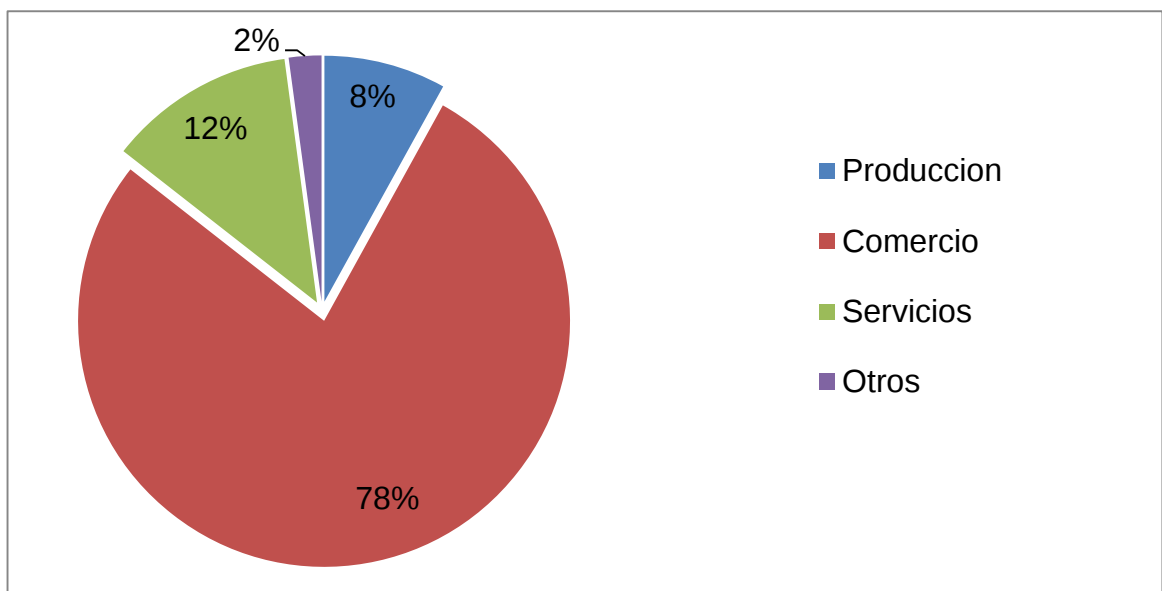
Pregunta 2 ¿Hace cuánto inició sus actividades?

CUADRO 2. TIEMPO DE CREACIÓN

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Menos de un año	3	2%
1 año a 5 años	123	66%
5 años a 10 años	57	30%
Más de 10 años	4	2%
Total	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 2. TIEMPO DE CREACIÓN



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 2 la mayoría de negocios tienen de 1 a 5 años (66%), 5 a 10 años (30%) se encuentran en segundo lugar, mientras que menores a un año (2%) y más de 10 años (2) se encuentran con el mismo porcentaje en el tercer y cuarto lugar.

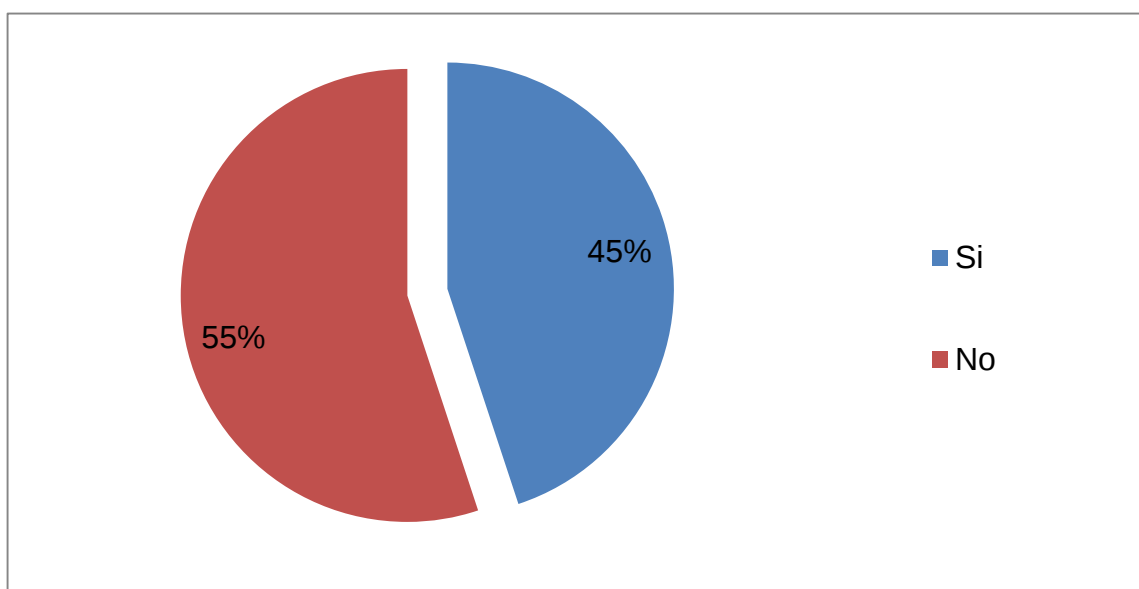
Pregunta 3.- ¿Considera usted haber alcanzado el objetivo para el cual creó su negocio?

CUADRO 3. ALCANCE DEL OBJETIVO DEL NEGOCIO

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	84	45%
No	103	55%
Total	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 3. ALCANCE DEL OBJETIVO DEL NEGOCIO



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 3 los Negocios que han alcanzado sus objetivos corresponde al 45% y el 55% del restante no ha alcanzado los objetivos para los que fueron creados.

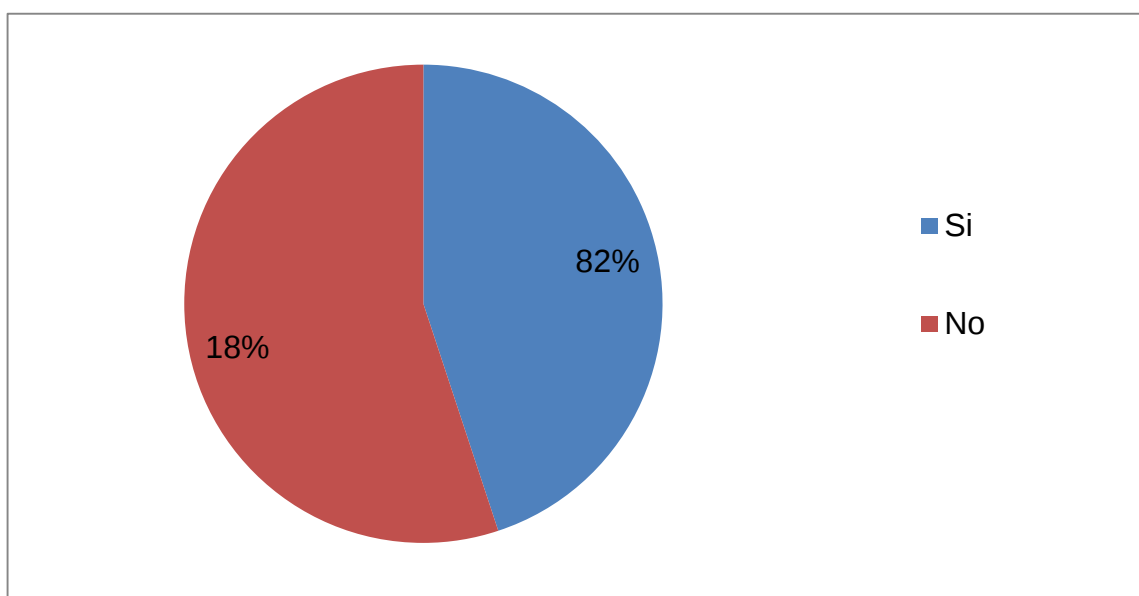
Pregunta 4.- ¿Considera usted que necesita prepararse para un mejor manejo de su empresa?

CUADRO 4. NECESIDADES DEL SERVICIO

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	154	82%
No	33	18%
Total	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 4. NECESIDADES DEL SERVICIO



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 4 sobre la necesidad de la preparación para manejar de mejor manera el negocio el 82% respondieron que sí y el 18% que no es necesario.

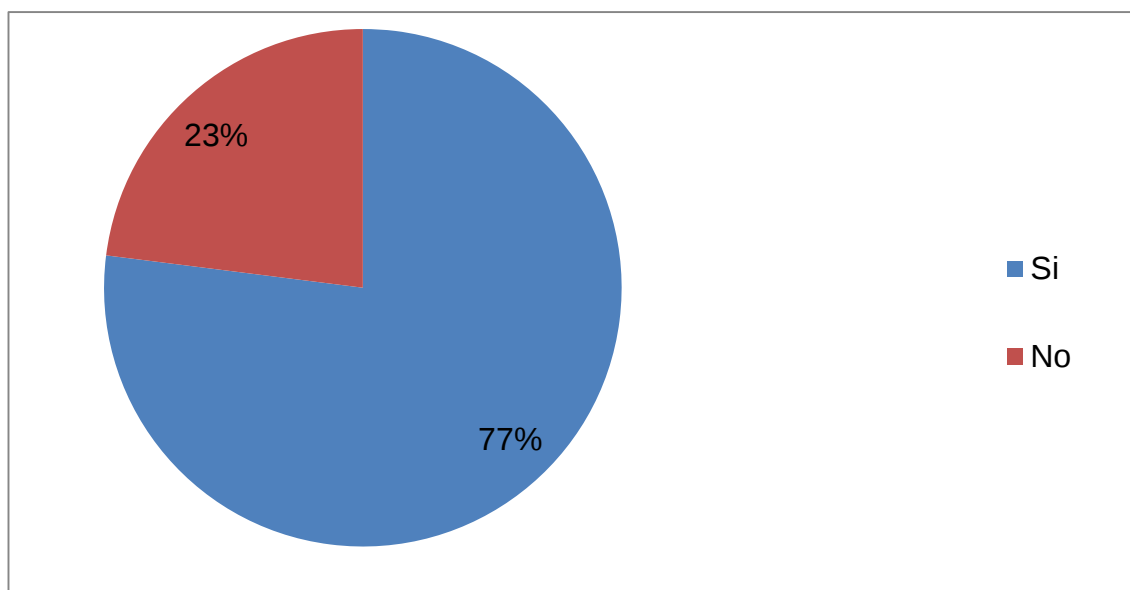
Pregunta 5.- ¿Sabía que en la actualidad existen centros de apoyo al emprendimiento de negocios con el objetivo de dar asesoría, entrenamiento y capacitación a instituciones de carácter vulnerables permitiéndoles alcanzar desarrollo empresarial?

CUADRO 5. CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS PARA GRUPOS VULNERABLES

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	144	77%
No	43	23%
Total	187	100

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 5. CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS PARA GRUPOS VULNERABLES



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 5 el 77% de los encuestados responden que si conocían de Centros de Apoyo al Emprendimiento de Negocios y el 23% menciona que no.

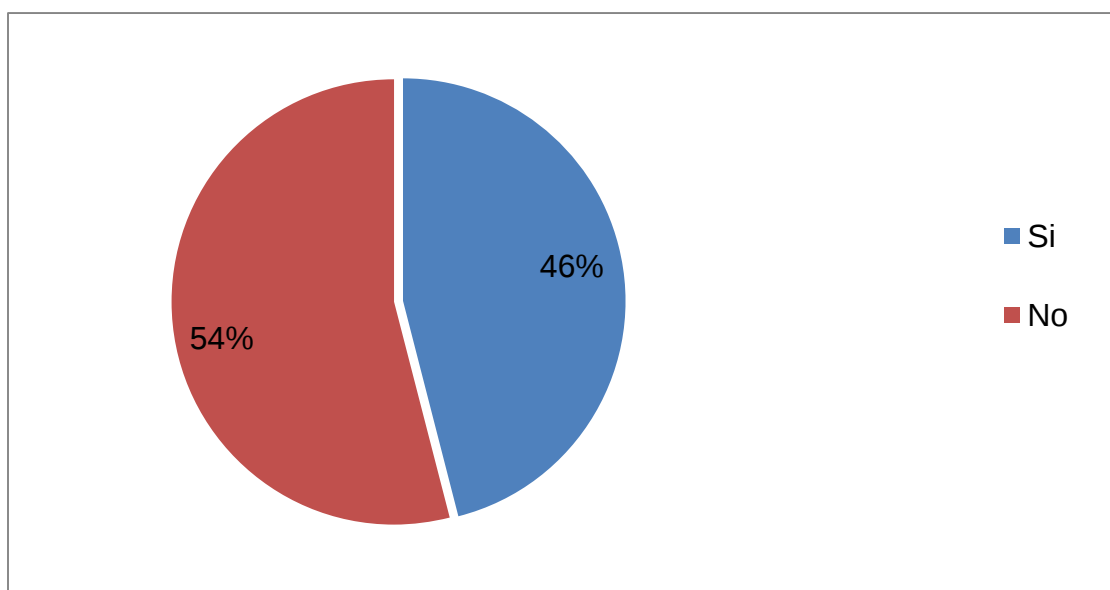
Pregunta 6.- ¿Conoce usted de la existencia de centros de apoyo al emprendimiento de negocios o alguna institución que se encargue de ofertar este servicio en el cantón La Maná?

CUADRO 6. EXISTENCIA DE INSTITUCIONES QUE OFERTAN EL SERVICIO EN EL CANTON LA MANA

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	86	46%
No	101	54%
Total	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 6. EXISTENCIA DE INSTITUCIONES QUE OFERTAN EL SERVICIO EN EL CANTON LA MANA



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 6 EL 54% de los encuestados conocen de instituciones que ofertan estos servicios y el 46% no conoce, además se pudo identificar las principales empresas que ofertan estos servicios entre ellas tenemos; Yanbal, Esika, Cyzone, Cámara de comercio del cantón, Agrocalidad, Magap, GAD del cantón La Maná y otras empresas privadas.

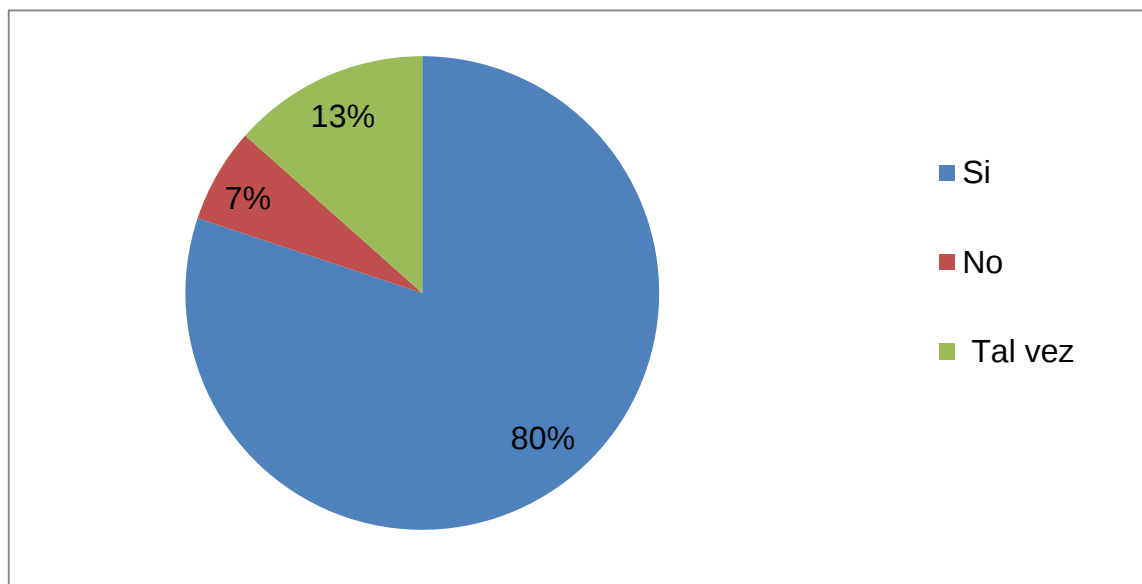
Pregunta 7.- De crearse un centro de apoyo al emprendimiento de negocios en nuestro cantón, ¿le gustaría utilizar este servicio?

CUADRO 7. NIVEL DE ACEPTACIÓN

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Si	149	80%
No	12	6%
tal vez	25	13%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 7. NIVEL DE ACEPTACIÓN



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 7 el 80% de los encuestados utilizarían los servicios del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios en el cantón La Maná, el 13% responde que tal vez y el 6% no lo utilizaría.

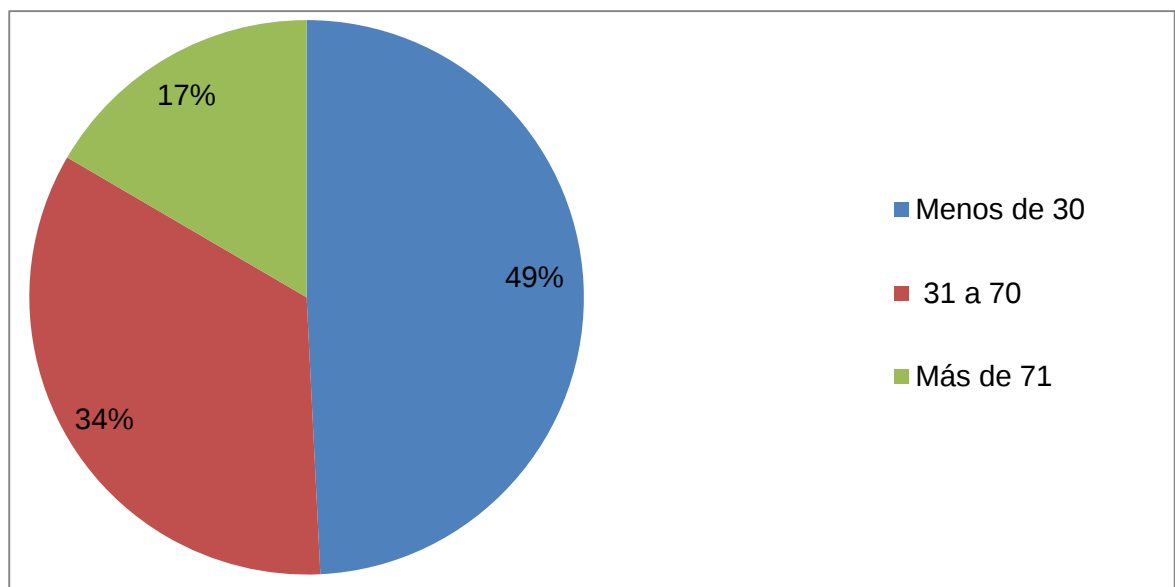
Pregunta 8.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir en un programa del centro de apoyo al emprendimiento de negocios?

CUADRO 8. CANTIDAD DISPUESTA A INVERTIR EN UN SERVICIO DEL CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Menos de 30	92	49
31 a 70	64	34
Más de 71	31	17
Total	187	100

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 8. CANTIDAD DISPUESTA A INVERTIR EN UN SERVICIO DEL CENTRO DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIOS



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 8 el valor que están dispuesto a invertir para adquirir el servicio va de menos de 30 (49%), seguido de 31 a 70 (34%), y más de 71 (17%) se ubica en el último lugar.

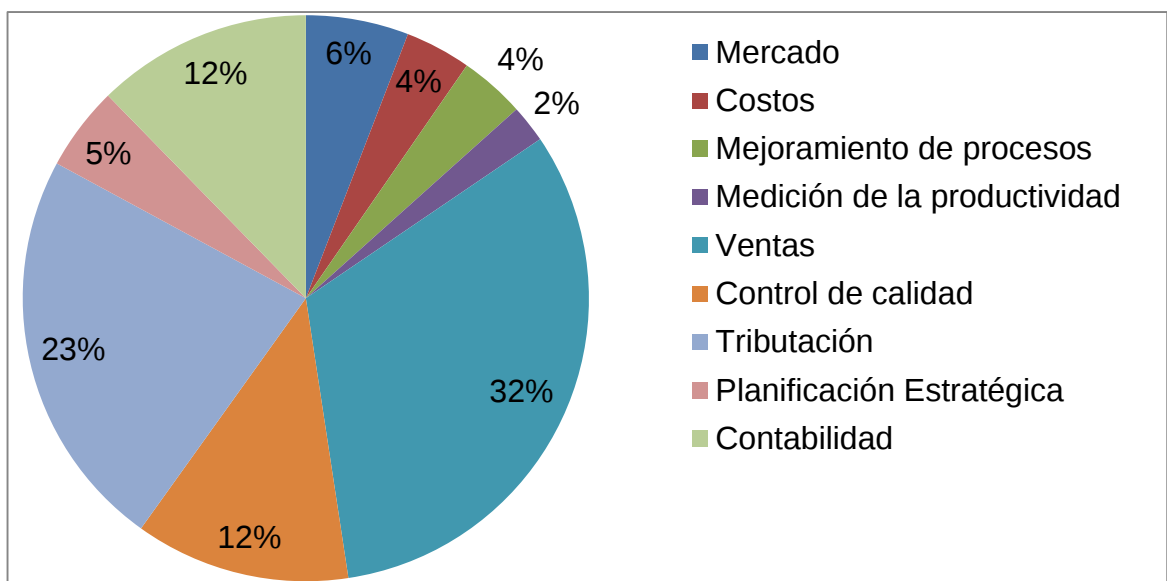
Pregunta 9.- ¿Contrataría asesoría técnica para realizar estudios de: ?

CUADRO 9. SERVICIOS DISPUESTOS A CONTRATAR

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Mercado	11	6%
Costos	7	4%
Mejoramiento de procesos	7	4%
Medición de la productividad	4	2%
Ventas	60	32%
Control de calidad	23	12%
Tributación	43	23%
Planificación estratégica	9	5%
Contabilidad	23	12%
Total	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado por: el autor

GRAFICO 9. SERVICIO DISPUESTOS A CONTRATAR



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 9 el 32% de los encuestados contrataría servicios en venta, el 23% tributación, el 12% contabilidad, el 12 % control de calidad, el 6% mercadeo, el 5% Planeación estratégica, el 4% costos y el restante 4% mejoramiento de procesos (4%).

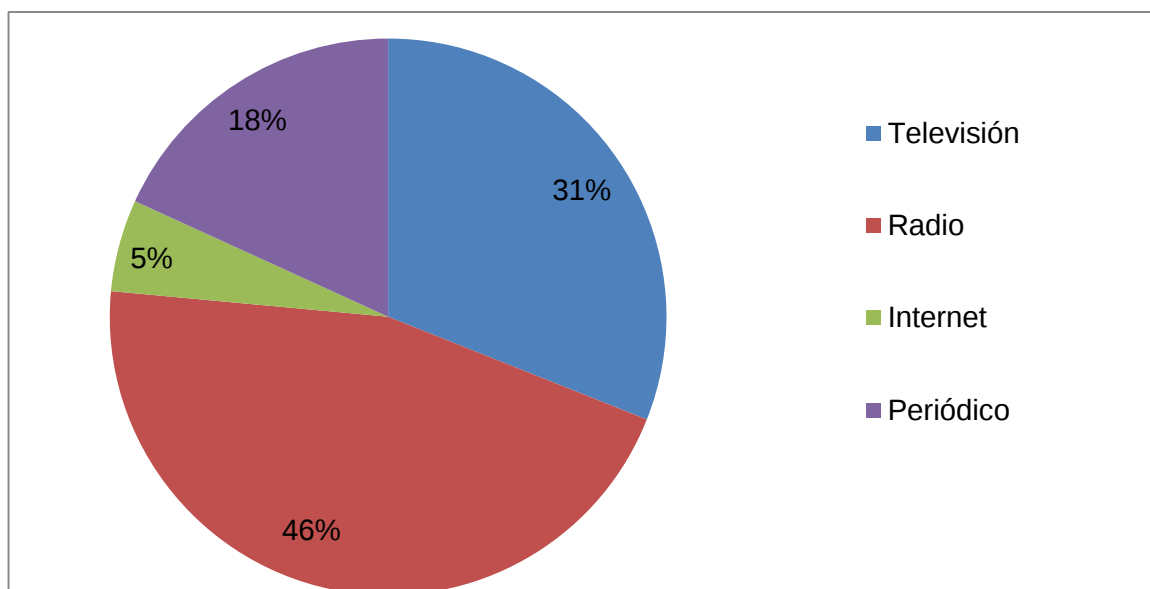
Pregunta 10.- ¿Cuál es el medio de comunicación que usted escucha o ve para enterarse de las noticias del Canto La Maná?

CUADRO 10. MEDIOS DE PUBLICACIÓN

Opciones	Encuestados	Porcentajes
Televisión	58	31%
Radio	85	46%
Internet	10	5%
Periódico	34	18%
Total	187	100%

Fuente: Encuesta realizada a los propietarios de los negocios en el Cantón La Mana
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 10. MEDIOS DE PUBLICIDAD



INTERPRETACIÓN

Según el gráfico 10, del total de encuestados el medio más escuchado es la radio (46%), luego está la televisión (31%), seguido del periódico (18%) y por ultimo pero no menos importante el Internet (5%).

4.2. DISCUSIÓN

De acuerdo con los datos adquiridos en la investigación de mercado realizado por medio de las encuestas se puede constatar que tenemos una oferta del 46% de los servicios que se ofrecerán, dentro de este muestreo se obtuvo una demanda del 82% y un nivel de aceptación del 80% para el Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios por parte de los encuestados, según (Flores Uribe, 2010) en la investigación de mercado se aplica herramientas como la realización de encuestas y el método de regresión lineal, los cuales permiten obtener la información necesaria para la identificación y cuantificación del segmento del mercado objetivo (p. 21).

El valor mínimo a invertir en un programa del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocio es menos de \$ 30.00 dólares, y tan sólo el 17% está dispuesto a invertir valores superiores a \$ 71 dólares, según (Baca Urbina, 2013) El precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio (p. 47).

Los programas con mayor demanda dentro de este muestreo se encuentran ventas, tributación y contabilidad los cuales consideran con más opciones a ser contratados al Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios en el cantón La Maná, según (Flores Uribe, 2010) la demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permita analizar su comportamiento y así mismo (p. 36).

Las promociones y ofertas de servicios se lo pueden realizar por medio de publicidad en radio, televisión y el periódico de la localidad, según (Salazar, 2010) La promoción y comunicación persigue difundir un mensaje y que este tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. La promoción no es solo publicidad (p. 151).

4.3. ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA

El objetivo de este capítulo es conocer la cantidad de oferta, demanda y el grado de aceptación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná.

4.3.1. Población objetivo

La segmentación que se aplica en la investigación son: a las asociaciones y micro empresas con características de vulnerabilidad técnica, que se encuentra ubicada en el cantón La Maná, y va considerado aquellas que se encuentren dentro de sector urbano y fuera del él. En la investigación se establece, una población de 365 negocios con vulnerabilidad técnica, a la misma que se le aplicó la fórmula de la muestra, dándonos la cantidad de encuesta que se debía aplicar, de esta manera, se estableció realizar un muestreo a la población objetivo en un número de 187 cuestionarios tipo encuesta.

4.3.2. Método del cálculo muestral

El método de selección de la muestra que se aplicó en esta investigación, es aleatorio simple, es decir; los elementos son seleccionados de tal manera que, cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población objetivo.

4.3.3. Aplicación de la encuesta

En la aplicación de la encuesta se diversificó, una parte se llevó a cabo en la parroquia El Carmen, otra parte se aplicó en la zona centro de la ciudad y así mismo otro porcentaje se realizó entre la zona que comprende la parroquia el Triunfo y zonas rurales en las parroquias Guasaganda y Pucayacu, ya que en esos, son los lugares que más emprendimientos productivos existe.

4.3.4. Demanda

La demanda del proyecto se constituye en el número de negocios que operan con permiso hasta marzo del 2015, de las cuales 365 no tiene asistencia técnica y según los datos de la tabla y gráfico 4, donde el 82% de la población considera que necesita prepararse para dirigir su emprendimiento.

Por ello se pretende alcanzar del 100% de la demanda el 21% y proyectamos entre el primer año y el segundo un aumento del 1.90% en participación de mercado y estimamos para los años siguientes continuar con un crecimiento promedio de 1.50%, a continuación la tabla de proyección de demanda.

CUADRO 11. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Servicio	Demanda	Oferta de servicio del centro	Incremento anual de servicio
2016			
Asesoría	386	3,89	21%
Adiestramiento	386	4,66	
Capacitación	386	12,44	
2017			
Asesoría	384	4,9	22,90%
Adiestramiento	384	5,5	
Capacitación	384	12,5	
2018			
Asesoría	375	5,3	24%
Adiestramiento	375	5,9	
Capacitación	375	12,8	
2019			
Asesoría	368	6,52	26,09
Adiestramiento	368	6,52	
Capacitación	368	13,04	
2020			
Asesoría	354	7,34	28,25%
Adiestramiento	354	7,34	
Capacitación	354	13,56	

Fuente (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015)
Elaborado Por: El autor

4.3.5. Oferta

Según la investigación realizada existen algunas empresas competidoras en las que podemos detallar por consecuente del resultado en tabulación de datos de la pregunta 6 de la encuesta realizada, en aquella pregunta existían algunos tipos de empresas competidoras entre las que podemos mencionar a continuación.

- Cámara de Comercio
- Gobierno Nacional
- GAD municipal del cantón La Maná
- Empresas privadas
- Proveedores de productos.

4.3.6. Análisis de competidores

La competencia obtenida nos permite realizar el respectivo estudio para mejorar el servicio y lograr mayor participación en el mercado, a continuación se analiza cada una de las empresas e instituciones catalogadas como competidoras:

a. Cámara de Comercio

La Cámara de Comercio ha venido trabajando en función de sus objetivo ofertando cursos y seminarios para desarrollo personal y empresarial a costos de \$ 40.00 por participante este tipo de empresas busca siempre la superación de los socios y está enfocado en cambiar la situación de sus miembros, para ello contrata empresas que capaciten, más no le dan seguimiento personalizado.

b. Gobierno Nacional

El estado promueve las ideas innovadoras mediante sus distintos ministerios a los cuales podemos acceder mediante conocimiento especializado y difícilmente se consigue alcanzar estos incentivos sin una formación de proyecto, por lo cual

la mayoría de las personas, optan por préstamos privados para promover sus ideas de emprendimiento entre estas están Agrocalidad, Magap.

c. GAD Municipal de La Maná

Promueve el crecimiento empresarial con aportaciones bajas como cursos en programas del gobierno, apoya de manera indirecta por medio de prestación de sala de reuniones para que los miembros de diferentes ministerios realicen charlas sobre asuntos relacionados con cumplimiento de normas que se aplican para cada tipo de negocio.

d. Empresas Privadas

Algunas de las empresas que ofertan servicios son de forma pasajera, el modo operado es realizar algunos cursos, emitir certificados y continuar con su metodología en otras ciudades, este tipo de empresas son eventuales y por temporadas, aunque son pocas pero su función es ganar dinero por el servicio prestado.

e. Proveedores de producto

Son muchos de las empresas que capacitan a sus clientes porque ello tienen la filosofía que si el cliente gana ellos también ganan, este tipo de actividades más se puede ver en empresas distribuidoras como, Yanbal, Esika, cyzone entre otras.

4.3.7. Comercialización del servicio

El mercadeo en una empresa es muy importante por ello es fundamental un plan de mercadeo y la aplicación del marketing Mix, presentamos a continuación las estrategias a utilizar para el producto, precio, plaza y promoción.

Objetivo del mercadeo

- **Posicionamiento**

Introducir los servicios de asesoría técnica, adiestramiento empresarial y capacitación gerencial de micro empresas, también se dará seguimiento al desarrollo de los negocios que adquieran productos del centro de apoyo al emprendimiento de negocios poniendo mayor énfasis en los negocios considerados con vulnerabilidad en el cantón La Maná, para establecer una marca de prestigio dentro del mercado meta.

- **Cuota de mercado**

Se alcanzó el promedio de 41 programas entre asesoría, adiestramiento y capacitación por año, en segmento de microempresa y asociaciones de servicios y productividad.

4.3.8. Marketing estratégico

En el marketing estratégico se exponen todas las estrategias seleccionadas para cada uno de los componentes del Marketing Mix.

Producto

La estrategia del producto se va a plantear en relación a los resultados obtenidos en la encuesta, donde consta la opción ventas, tributación, control de calidad entre otros, para lo cual realizaremos seminarios de capacitación principalmente en estos aspectos.

Los productos preparados para la inducción son:

- Asesoría en sistemas informática, prevención de riesgos laborales, contratación, expansión, gestión y administración de microempresas.

- Adiestramiento en liderazgo, trabajo en equipo, excelencia secretarial, administración del tiempo, productividad, selección de competencias, redacción administrativa.
- Capacitación en herramientas financieras, sistemas de gestión desempeño por competencia, técnicas de ventas, atención al cliente, marketing y dirección de empresas.

Precio

Los precios referentes establecidos en el mercado meta es de acuerdo a los servicios a ofertar, el valor determinado a pagar por persona son; en capacitación \$ 65, asesoría \$ 70 y adiestramiento \$ 80, de igual forma para que el programa pueda ejecutarse sería necesario un mínimo de 10 participantes, adicionalmente se proporciona seguimiento a cada uno de los participantes del curso sobre el aprovechamiento del conocimiento adquirido.

Plaza

La estrategia de plaza se la emplea mediante la venta directa del agente capacitador, lo cual permite realizar ventas de productos con más eficiencia y siendo parte del equipo de instrucción o capacitación, se consigue poner toda la fuerza especializada para negociar y obtener la contratación del servicio.

Promoción

La promoción se realiza por medio de una campaña dirigida a asociaciones y microempresas con actividades de servicio y productividad.

Los medios a utilizar para la promoción serán:

- Radio
- Televisión
- internet
- Periódico

Mayormente para la promoción se utilizará la radio y la televisión por ser los medios más comunes de sintonía de la población objetivo.

4.4. ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el presente estudio podremos definir los requerimientos necesarios para la implementación del centro de apoyo al emprendimiento de negocios en el cantón La Maná, el mismo que brindara servicio de asesoramiento, entrenamiento y capacitación a negocios de carácter vulnerables.

4.4.1. Objetivo del estudio técnico

Este estudio tiene como objetivo investigar las especificaciones técnicas y reglamentación legal necesaria en la creación del Centro de Apoyo al Emprendimiento de Negocios con grupos vulnerables en el cantón La Maná.

4.4.2. Tamaño del proyecto

De acuerdo a los datos obtenidos de la (Agencia Nacional de Regulacion, Control y Vigilancia Sanitaria, 2015) existen 365 negocios con vulnerabilidad técnica y por ende generan bajos porcentajes de crecimiento empresarial por ello el centro de apoyo al emprendimiento de negocios estima prestar servicio de asesoría, adiestramiento y capacitación en las siguiente cantidades.

CUADRO 12. TAMAÑO DE PROYECTO

Servicio	Demanda	Cantidad de servicio a brindar por el centro	Porcentaje de utilización del servicio
2016			
Asesoría	386	15	3,9
Adiestramiento	386	18	4,7
Capacitación	386	48	12,4
2017			
Asesoría	384	19	4,9
Adiestramiento	384	21	5,5
Capacitación	384	48	12,5
2018			
Asesoría	375	20	5,3
Adiestramiento	375	22	5,9
Capacitación	375	48	12,8
2019			
Asesoría	368	24	6,5
Adiestramiento	368	24	6,5
Capacitación	368	48	13,0
2020			
Asesoría	354	26	7,3
Adiestramiento	354	26	7,3
Capacitación	354	48	13,6

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

Los programas que oferta esta nueva empresa son de servicios por lo tanto no requiere de espacios físicos de gran magnitud para la operación administrativa, de acuerdo con la modalidad de operación gran parte del servicio se desarrolla en las instalaciones del cliente y en el caso de capacitación los cursos y seminarios usualmente usan infraestructuras de otras empresas especializadas en brindar servicios de alquiler de local y equipos como hoteles y empresas más grandes.

4.4.3. Localización del proyecto

Para la mayor comprensión de donde se encuentra ubicado y de acuerdo al estudio de mercado realizamos la ubicación de un punto de vista macro y micro localización.

4.4.3.1. Macro localización

Este proyecto está ubicado en el país Ecuador, Provincia de Cotopaxi, cantón La Maná, geográficamente localizado en el área subtropical de la provincia de Cotopaxi, a continuación presentamos la localización mediante el mapa de google.

GRAFICO 11. MACRO LOCALIZACIÓN

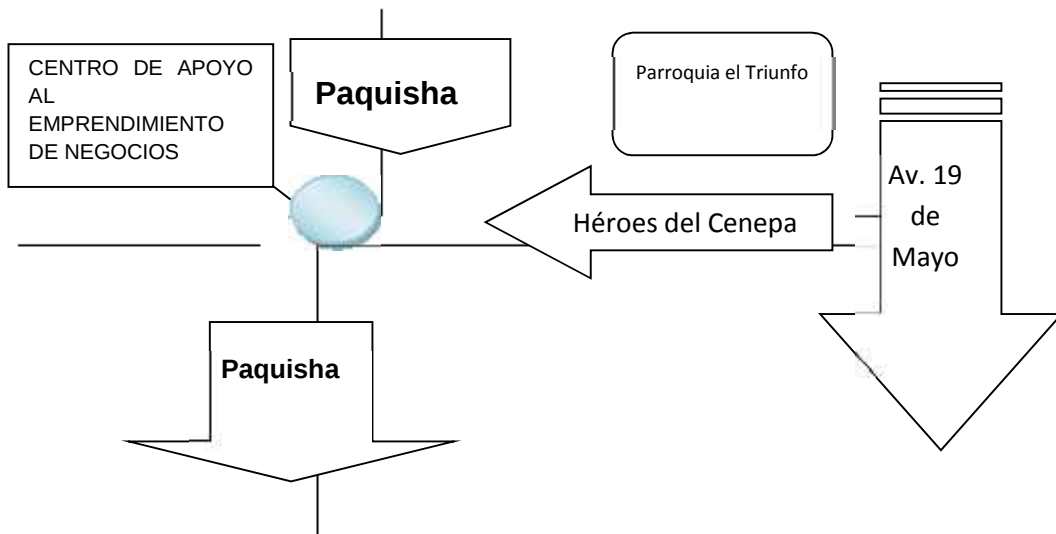


Fuente: (Google)

4.4.3.2. Micro localización

La oficina del centro de apoyo al emprendimiento de negocios se encontrara ubicada en el cantón La Maná, parroquia El Triunfo, calles Paquisha y héroes del Cenepa.

GRAFICO 12. MICRO LOCALIZACION



Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

4.4.4. Distribución de la oficina

La oficina se encuentra distribuida en las siguientes áreas:

- **Área de administración**

Área destinada al desarrollo de actividades administrativas de la empresa su superficie aproximada es de 15 metros cuadrados con una estación de trabajo para el gerente y una mini mesa de reuniones.

- **Área de operaciones**

Esta área comprenderá 12 metros cuadrados, donde albergarán a los profesionales de capacitación y desarrollo empresarial quienes disponen de este espacio físico para realizar reuniones de trabajo, conferencias con clientes, reuniones técnicas entre otras actividades.

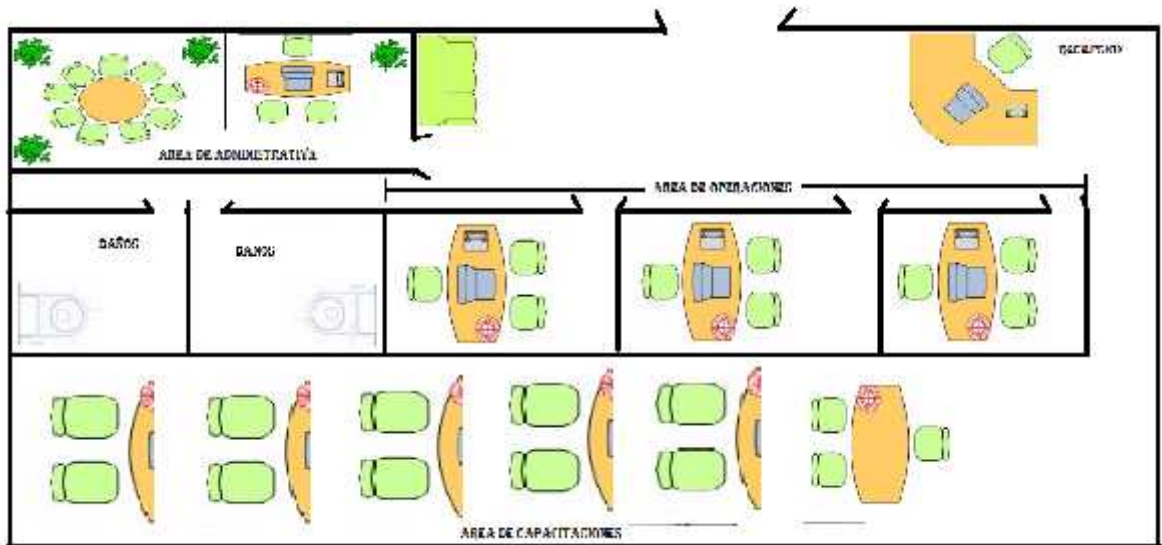
- **Área de capacitación**

Se ha destinado esta área para realizar eventos de capacitación interna y externa con una superficie de 20 metros cuadrados; con capacidad para 15 personas donde se ejecutaran reuniones regulares de capacitación para mejorar e intercambiar conocimientos manteniendo al personal actualizado con el mundo.

- **Área de recepción**

Esta área está destinada a la atención a clientes reales y potenciales, tiene una superficie de 6 metros cuadrados, aquí está a cargo de la secretaria recepcionista con una estación de trabajo.

GRAFICO 13. DISEÑO DE LA OFICINA



Elaborado por: El autor

4.4.5. Ingeniería de proyectos

4.4.5.1. Procesos

Los procesos son parte importante de las organizaciones por ello, aplicamos un flujo que permite estar concentrado en la satisfacción del cliente y donde tenemos la mayor actuación del cliente interno, de esta manera ponemos un valor agregado al servicio.

Para mantener la excelente calidad del servicio del centro de apoyo al emprendimiento se utiliza tres procesos que nos permite un excelente trabajo como equipo, los cuales son:

- Proceso estratégico
- Proceso productivo

- Proceso de apoyo

A. Proceso estratégico

Le pertenece todas las decisiones que enrumba la empresa para su funcionalidad, posicionamiento y crecimiento, está a cargo de la gerencia general y recibe toda la información de los demás procesos, este esquema se relaciona con el aprovechamiento de los recursos para producción y la obtención de ganancias que bien administradas le proporciona a la empresa y a sus colaboradores.

GRAFICO 14. FLUJO GRAMA DE PROCESO GERENCIAL



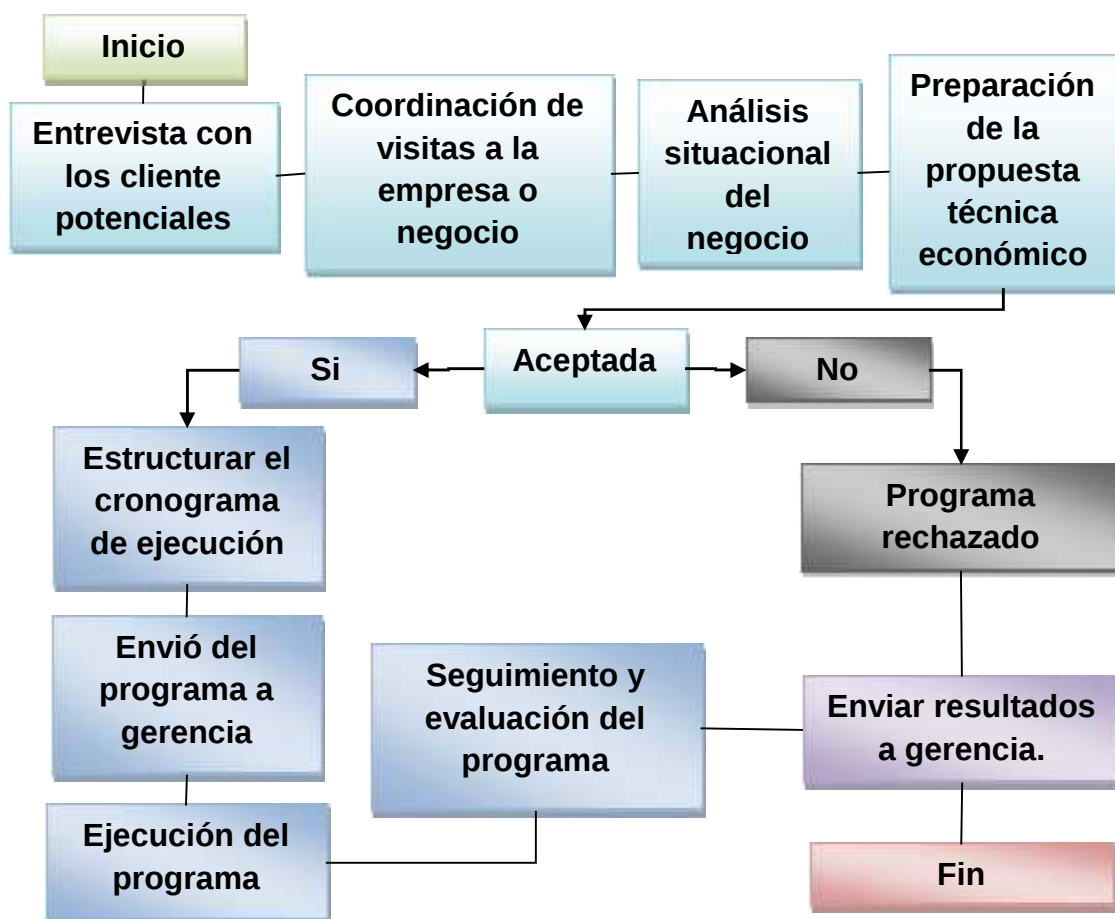
Elaborado Por: El autor

Inmediatamente después de realizar la planificación estratégica se informa a todos los miembros de la institución, además el gerente aplica el mejoramiento continuo, la reingeniería y la cultura del servicio.

B. Procesos productivos

Los procesos productivos de esta empresa brinda los servicios de asesoría, adiestramiento y capacitación, por lo cual tiene un ingreso que permitirá el buen funcionamiento del negocio, el éxito en la ejecución de todos los programas se debe a que, se realiza un empoderamiento del trabajo y sobre todo, al fortalecimiento con información en equipo, todo el grupo de operaciones realiza charlas de retroalimentación semanales en la organización.

GRAFICO 15. FLUJO GRAMA DE PROCESO DE OPERACIONES



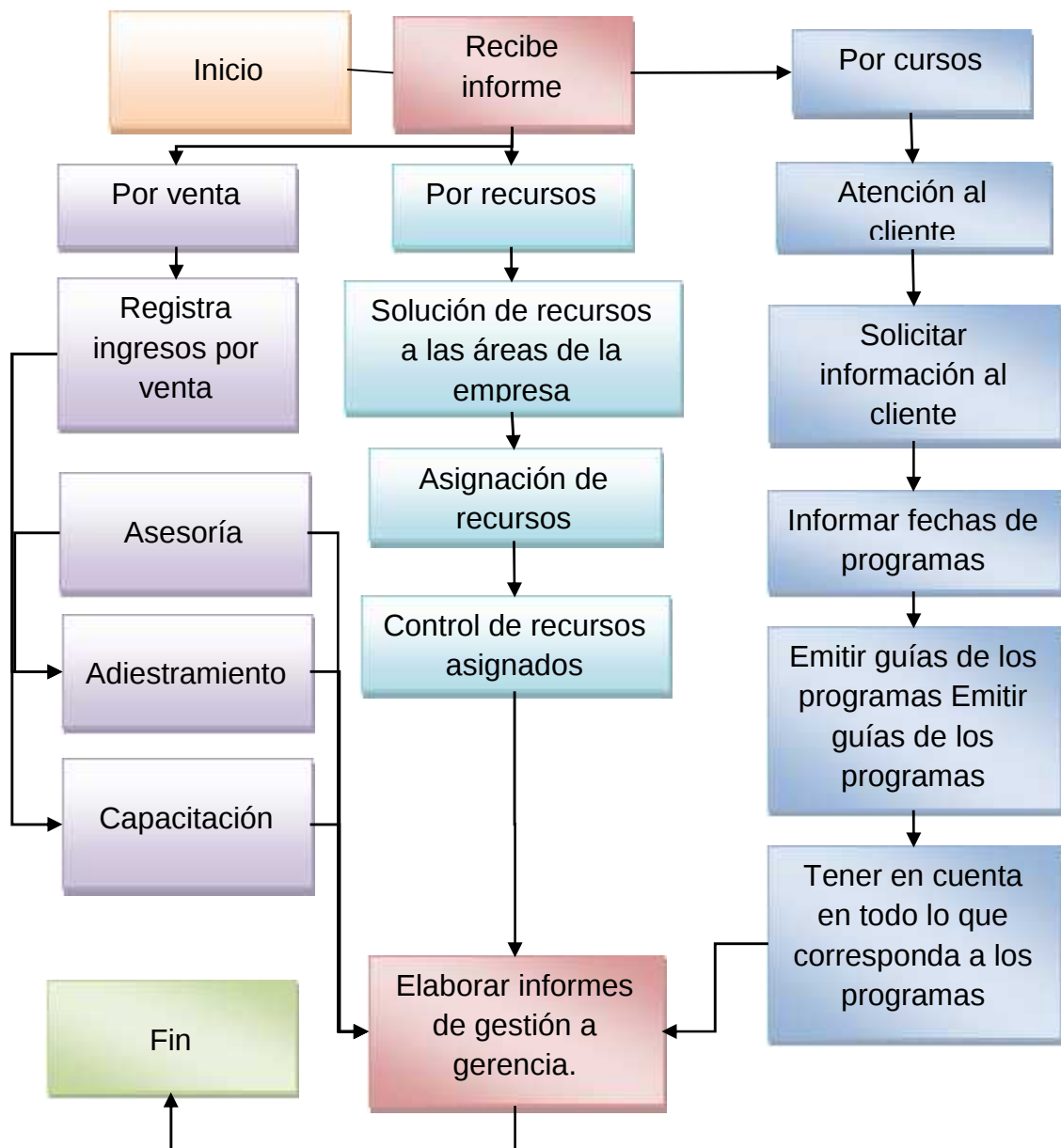
Elaborado Por: El autor

La buena comunicación es la base de coordinación que permite conjugar la eficiencia, eficacia y efectividad en las intervenciones a negocios, en este caso a clientes, todo el proceso se basa en el servicio al cliente y a dar solución a sus problemas.

C. Proceso de apoyo

El proceso de apoyo se concentra en brindar un soporte al proceso estratégico y productivo, mediante la actuación de la recepción como el ente entre el cliente interno y el externo, ya que el encargado de este proceso realiza la verificación de pagos por programas vendidos, y lleva un listado donde registra cada una de las ventas realizadas por el área de operaciones.

GRAFICO 16. FLUJO GRAMA PROCESO DE APOYO



Elaborado Por: El autor

4.4.6. Requerimientos del proyecto

Las maquinarias y equipos necesarios para la ejecución del proyecto son los siguientes:

CUADRO 13. ADECUACIÓN DE LA OFICINA

ADECUACIÓN DE LA OFICINA	
Concepto	Costo
Diseño de oficina	\$ 700,00
Pintura de paredes	\$ 150,00
Conexiones eléctricas	\$ 600,00
Conexiones de internet	\$ 300,00
Total	\$ 1.750,00

Elaborado Por: El autor

CUADRO 14. MAQUINARIA Y ENSERES

MAQUINARIA Y ENSERES			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	5	\$ 240,00	\$ 1.200,00
Sillas	40	\$ 25,00	\$ 1.000,00
Mesa de reuniones	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Mesa de capacitación	12	\$ 40,00	\$ 480,00
Pizarras	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Archivadores	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Computadoras de mesa	5	\$ 900,00	\$ 4.500,00
Computadoras portátiles	5	\$ 600,00	\$ 3.000,00
Impresora Samsung 23000 GL	1	\$ 540,00	\$ 540,00
Impresoras Láser Lexmark	4	\$ 450,00	\$ 1.800,00
Proyector	3	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00
Teléfono	5	\$ 60,00	\$ 300,00
Fax	1	\$ 254,00	\$ 254,00
Central telefónica para dos líneas y 5 extensiones	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Total		\$ 5.299,00	\$ 18.684,00

Elaborado Por: El autor

CUADRO 15. COSTOS OPERACIONALES

COSTO OPERACIONAL				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cargo				
Gerencia	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Recepción	Unidad	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Capacitadores	Unidad	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Subtotal				\$ 2.040,00
Gastos Administrativos				
Suministros de oficina				\$ 200,00
Suministro de limpieza				\$ 56,00
Subtotal				\$ 256,00
Gastos de venta				
Publicidad y promoción				\$ 150,00
Subtotal				\$ 2.190,00
Arriendo				\$ 600,00
Servicios básicos				
Agua	M3	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Luz	Kvh	300	\$ 0,04	\$ 12,00
Teléfono	Minutos	300	\$ 0,04	\$ 12,00
Internet	Mensual	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Subtotal				\$ 66,00
Total				\$ 3.112,00

Elaborado Por: El autor

CUADRO 16. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
Nº	Concepto	Valor
1	Ruc	\$ 50,00
2	Constitución de la compañía	\$ 250,00
3	Patente municipal	\$ 70,00
4	Permiso de la intendencia	\$ 40,00
5	Permiso sanitario de funcionamiento	\$ 30,00
6	Permiso del cuerpo de bomberos	\$ 30,00
7	Licencia anual de funcionamiento	\$ 130,00
8	Registro de contrato de arrendamiento	\$ 100,00
9	Gastos imprevistos	\$ 100,00
Total		\$ 800,00

Elaborado Por: El autor

De acuerdo a la ley de depreciación todos los bienes se deprecian según el año de vida útil que tengan, por ello presentamos a continuación la tabla de depreciación:

CUADRO 17. DEPRECIACIONES

Descripción	USD	Tiempo de Vida (en años)	Depreciación (%)	Depreciación Anual (Años 1-3) (en US\$)	Depreciación Anual (Años 4-5) (en US\$)	Depreciación Mensual Año 1
Escritorio	\$ 1.200,00	10	10%	120	120	10,00
Sillas	\$ 1.000,00	10	10%	100	100	8,33
Mesa de reuniones	\$ 600,00	10	10%	60	60	5,00
Mesa de capacitación	\$ 480,00	10	10%	48	48	4,00
Pizarras	\$ 140,00	10	10%	14	14	1,17
Archivadores	\$ 320,00	10	10%	32	32	2,67
Computadoras de mesa	\$ 4.500,00	3	33%	1.485		31,17
Computadoras portátiles	\$ 3.000,00	3	33%	990		31,17
Impresora Samsung 23000 GL	\$ 540,00	3	33%	178		31,17
Impresoras láser Lexmark	\$ 1.800,00	3	33%	594		31,17
Proyectores	\$ 4.500,00	3	33%	1.485		31,17
TOTAL				5.106	374	187,00

Elaborado Por: El autor

4.5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

El centro de apoyo al emprendimiento de negocios es una unidad estratégica de negocios dedicada a brindar servicios de asesoría, adiestramiento y capacitación, de forma personalizada y con participación activa del cliente, para los empresarios del sector micro empresarial por medio de cursos, charlas y asesorías. Por lo que se puede definir a la empresa como un ente ubicado en el sector de servicios prestados de capacitación a las microempresas.

- **Nombre o Razón social**

El centro de apoyo al emprendimiento de negocios se denomina REINGENIO y se eligió en debate entre los socios, la finalidad del nombre es por registro en el instituto de propiedad intelectual y se convierte en una marca registrada.

- **Titularidad de propiedad de la empresa**

El centro de apoyo al emprendimiento de negocios REINGENIO se formó con personería jurídica. El Código Civil señala que una persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, de ser representada judicial y extrajudicialmente.

- **Visión**

Convertirse en una empresa generadora de crecimiento empresarial, facilitando a las microempresas asesoría, adiestramiento y capacitación que les permitan mantenerse líderes en el mercado al que estén enfocados, brindando servicios de óptima calidad con valores humanos y un alto estándar de tecnológico.

- **Misión**

Fortalecer el desarrollo de los microempresarios, entrenando a sus directivos, administradores y empleados de la organización, a enfrentar las barreras comerciales emitidas por las grandes empresas y desarrollar estrategias de negocios que permitan fortalecer las técnicas de mercadeo y eliminar las falencias gerenciales.

- **Estrategia empresarial**

El centro de apoyo al emprendimiento de negocios REINGENIO aplica la estrategia de competitividad, crecimiento, competencia y la operativa.

La estrategia de competitividad estará destinada a satisfacer las necesidades del cliente externo e interno, por medio de capacitaciones permanentes que mantienen actualizados y actos al personal de operaciones a brindar un servicio de calidad a todos los clientes de la empresa.

La estrategia de crecimiento para incrementar la demanda de nuestro servicio se efectúa eventos como charlas y capacitación, destinados a grupos y unidades de negocios con mayor vulnerabilidad dentro del sector para fortalecer el conocimiento en las falencias que tiene los gerentes y sus barreras que impiden el crecimiento o desarrollo empresarial.

La estrategia de competitividad se enfoca en mantener y promover el posicionamiento en el mercado al que está dirigida la empresa, por ello REINGENIO ha otorgado una gran importancia a las actividades de publicidad y promoción del centro para incrementar su participación en el mercado.

La estrategia operativa está dirigida a fomentar incentivos a los profesionales de esta área, el objetivo es siempre mejorar el servicio brindado y mantener el estatus posicionamiento con mejor servicio al cliente y mayores soluciones emitidas a los gerentes, administradores y empleados de las microempresas que comprar nuestros programas.

Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos que se han planteado para REINGENIO están:

- Ingresar al mercado como una empresa de apoyo al emprendimiento de negocios con grupos de microempresas con carácter vulnerables y dar asesoría, adiestramiento y capacitación.
- Posicionar el nombre como marca de REINGENIO de manera permanente en el mercado.

- Ofertar servicios de calidad a costos accesibles para los empresarios de este sector.
- Incrementar la demanda del servicio de REINGENIO un porcentaje de 1.5 empresas por año.
- **Principios y valores**

Dentro de los principios y valores que esta empresa se rige son:

Principios

- **Calidad en servicio:** es el factor diferenciador para ello contratamos personal altamente calificado y con gran deseos de superación personal.
- **Confiabilidad:** permite lograr cumplimiento a nuestros compromisos, entendiendo las expectativas de nuestros clientes, brindándoles servicio eficaz de acorde a sus necesidades.
- **Cooperación y trabajo en equipo:** es el apoyo mutuo entre todos los trabajadores de REINGENIO que nos permite brindar un servicio de alta calidad a nuestros clientes.
- **Respeto:** determinado como base de toda relación humana, incorporándolo en actividades de REINGENIO.
- **Innovación e investigación:** se establece en las actividades para alcanzar competitividad.
- **Entusiasmo:** es la actitud positiva que permite entregar un verdadero servicio de atención al cliente.

Valores

- **Sinceridad:** permite establecer mejores relaciones comerciales y laborales reflejadas en la administración.
- **Creatividad:** genera mayor satisfacción al trabajo.

- **Confidencialidad:** es no realizar revelaciones de los procedimientos de la empresa.
- **Lealtad:** permite cumplir con los compromisos adquiridos con los clientes.
- **Responsabilidad:** hacer frente a las consecuencias adquiridas de los actos realizados durante una actividad realizada en REINGENIO.
- **Honestidad:** es empleada en todas las actividades realizadas en la empresa.

4.5.1. Estructura organizacional

La estructura organizacional del centro de apoyo al emprendimiento REINGENIO es la más dinámica posible, donde el cliente interno o personal que labora en la empresa tiene mayor actuación en los procesos de la organización, por ello se diseñó esta estructura donde facilita que el cliente interno se sienta dueño de la empresa.

GRAFICO 17. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



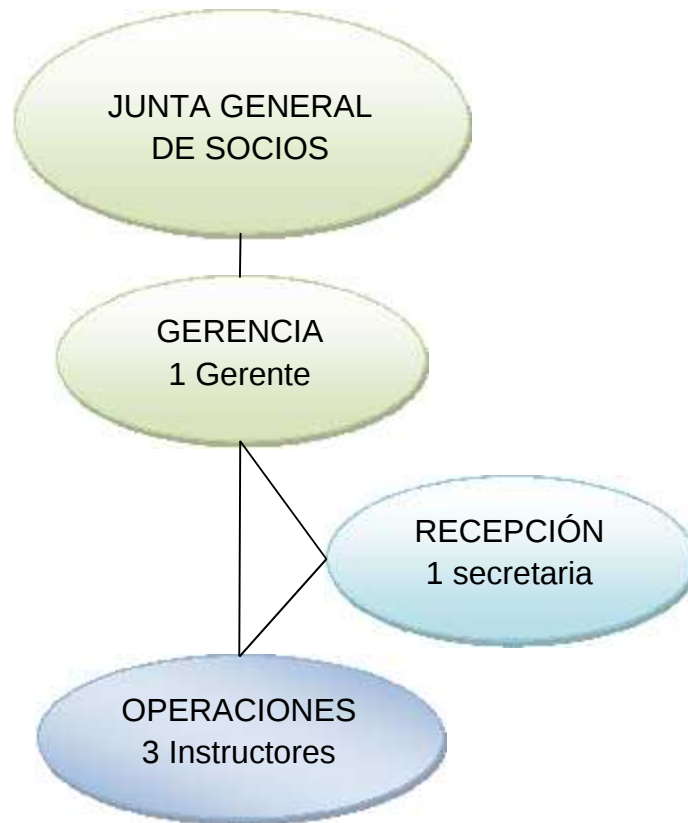
Elaborado Por: El autor

GRAFICO 18. ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaborado Por: El autor

GRAFICO 19. ORGANIGRAMA POSICIONAL



Elaborado Por: El autor

4.5.2. Descripción de funciones

Manual de funciones

1. Funciones de los socios.

a. Función básica

Su labor se centra en toma de decisiones y en la planificación estratégica de REINGENIO, sus decisiones están centradas en lo que es inversión de factores productivos que garantice la calidad del servicio brindado.

b. Función específica

- Planeación empresarial.
- Planificación estratégica.
- Aprobación de informe sobre gestión empresarial.
- Aprobación de inversión o reinversión.
- Nominación del director.

2. Perfil del cargo

Para ser socio del centro de apoyo al emprendimiento de negocios REINGENIO solo necesita ser socio desde el principio de conformación del centro.

3. Especificaciones

Autoridad para tomar decisiones

En todo lo que refiere con el buen funcionamiento y la aplicación de nuevos procesos a implementar.

Relaciones interpersonales internas.

Con todas las áreas de la empresa pero mayormente con el gerente.

Relaciones interpersonales externas

Con todos los clientes que fuese de REINGENIO.

4. Relaciones en la que intervienen.

En todas las tomas de decisiones que tengan que ver con las funciones a su cargo.

1. Función del cargo gerente.

a. Función básica

Es responsable por la planificación, dirección, evaluación y control de los sistemas y procesos administrativos y de recursos humanos, alineándolos operativamente hacia el logro de los objetivos de la empresa.

b. Función específica

- Mentalizar y promover la definición del planteamiento estratégico de la empresa.
- Establecer los objetivos estratégicos de la empresa y de cada una de las unidades de la organización.
- Definir los intereses de la empresa.
- Definir las políticas generales de la compañía.
- Conseguir que la organización alcance la visión y la misión de la empresa.
- Definir los objetivos generales de la compañía en forma cualitativa.
- Establecer prioridades.
- Ser canal de información y comunicación permanente.
- Supervisar y controlar el cumplimiento de estándares de calidad y de rendimiento.
- Dedicar tiempo para ayudar a sus colaboradores a revisar y repasar su gestión.

2. Perfil del cargo

Edad: 28 a 40 años

Género: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias técnicas

Cursos generados

Word, Excel, Power Point.

Cursos especializados

Planificación Estratégica, Administración por objetivos, indicadores de Gestión.

Nivel de conocimiento

Educación: Ingeniero En Gestión Empresarial o afines

Experiencia: 3 años en cargos similares

Requisitos adicionales:

- Cualidades de liderazgo.
- Habilidad para dirigir.
- Facilidad para establecer relaciones interpersonales.
- Habilidades de negociación.

Entrenamiento en el puesto:

De 30 a 45 días para conocer, reglamentos Internos, Políticas y estructura de la organización.

Conocimiento de idiomas: inglés hablado y escrito

Ambiente de trabajo: Oficina amplia privada y bien acondicionada.

Riesgo de enfermedades profesionales: Mínimo riesgo de enfermedades cardíacas y gástricas.

3. Especificaciones

Autoridad para tomar decisiones

Autorizar pagos de las nóminas de los empleados y proveedores de la empresa.

Aprobar cotizaciones de compras.

Contrata al personal que requiere la empresa.

Relaciones interpersonales internas.

Con los departamentos de operaciones y recepción y además el procesos Internos, por selección y contratación del personal

Relaciones interpersonales externas

Las empresas privadas como los Bancos y Proveedores,

4. Proceso en el que interviene

Aprobar pagos a proveedores y empleados.

Evaluar información de cada departamento

Seleccionar y coordinar la contratación del personal

1 Función del cargo: secretaria o recepcionista

a. Función básica

Responsable por ejercer funciones de secretariado y el proceso de recepción, canaliza comunicaciones, prepara la correspondencia rutinaria, elabora cartas e informes, mantiene los archivos y maneja con discreción la información confidencial.

b. Funciones específicas

- Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos y demás disposiciones normativas establecidas en la empresa.

- Colaborar con los departamentos cuando solicitan información del área.
- Preparar agenda diaria e informar sobre reuniones o eventos que deberá asistir.
- Coordinar reuniones de trabajo con las distintas áreas y dar apoyo a sus compañeros de trabajo, cuando es necesario.
- Elaborar comunicaciones varias: cartas, memos, faxes, etc.
- Recibir y despachar la correspondencia interna y externa.
- Recibir, clasificar y distribuir correspondencia, carpetas, informes. Solicitar, mantener y custodiar los materiales de oficina.
- Asistir y apoyar administrativamente la gestión ejecutiva. Gestionar y coordinar el apoyo logístico de las actividades y reuniones.
- Llevar registro y control del manejo de fondos de caja chica.
- Recibir, registrar y realizar llamadas telefónicas, envío de fax.
- Mantener un seguimiento y control de los documentos que ingresan y genera el departamento.
- Atender a los participantes del centro de capacitación.

2 Perfil del cargo

Edad: 19 años en adelante

Género: Femenino

Estado Civil: Indistinto

Competencias técnicas

Cursos generales

Word, Excel, Power Point.

Cursos de especialización:

Contabilidad.

Nivel de conocimiento

Educación: Contabilidad y auditoría o carreras a fines

Experiencia: 1 a 3 años en cargos o posesiones similares.

Requisitos adicionales:

- Poseer muy buenas relaciones humanas.
- Capacidad para atender al público en general.
- Facilidad para establecer relaciones interpersonales.

Entrenamiento en el puesto:

De 10 a 15 días para conocer las actividades a realizar.

Conocimiento de idiomas: inglés básico.

Ambiente de trabajo: Oficina amplia de recepción.

Riesgo de enfermedades profesionales: Mínimo riesgo de enfermedades por estrés.

3 Especificaciones**Autoridad para tomar decisiones**

Organizar su trabajo diario.

Relaciones interpersonales internas.

Gerente y diferentes departamentos de la empresa.

Relaciones interpersonales externas

Proveedores y participantes del centro de apoyo al emprendimiento de negocios.

4 Procesos que intervienen

Recepción de llamadas.

Realizar informes.

1. Función del cargo: profesionales (capacitadores)

a. Función básica

Responsable del asesoramiento al cliente, utilizando los medios y las técnicas a su alcance para conseguir que este cliente adquiera el servicio ofrecido a demás está encargado de guiar a los participantes en las capacitaciones según el tema seleccionado con los conocimientos necesarios y de la manera apropiada para llenar todas las inquietudes de nuestros clientes.

b. Función específica

- Consolidación de cartera de clientes
- Concertación de visitas.
- Atención de ferias y exposiciones.
- Prestar sus servicios ágiles e idóneamente con una identificación plena de los objetivos que persigue este centro.
- Cumplir y sujetarse a las normas, procedimientos, reglamentos horarios, turnos y demás disposiciones vigentes en el sitio de trabajo.
- Preparación de ofertas y presupuestos
- Solicitar los elementos necesarios para realizar en forma eficiente cada una de las funciones asignadas.

- Programar diferentes tareas para realizar durante el curso.
- Prospección y captación de otros clientes.
- Supervisar y llevar a cabo las actividades de asignadas.
- Seleccionar temas adecuados según el cargo de la empresa.
- Recopilar información sobre los temas que se van a tratar en los programas.
- Realizar informes sobre los resultados del programa.
- Elaborar guías de trabajo para proporcionar a los participantes.

2. Perfil del cargo

Edad: 25 años en adelante

Género: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias técnicas

Cursos generales

Word, Excel, Power Point

Cursos de especialización:

Marketing, Planeación Estrategia, Finanzas, contabilidad.

Nivel de conocimiento

Educación: Profesionales como Ingenieros Comerciales, Marketing, Ingenieros en Contaduría pública y auditoria, carreras afines.

Experiencia: 2 años mínimos en cargos.

Requisitos adicionales:

- Poseer muy buenas relaciones humanas.
- Capacidad para llegar a los participantes.
- Facilidad para establecer relaciones interpersonales.

Entrenamiento en el puesto:

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

Conocimiento de idiomas: inglés básico.

Ambiente de trabajo: oficina y sala de capacitación cómoda y agradable.

Riesgo de enfermedades profesionales: Mínimo riesgo de estrés.

3. Especificaciones**Autoridad para tomar decisiones**

Como va dictar los diferentes temas y manejo de los programas.

Relaciones interpersonales internas.

Directamente con el Gerente y recepción.

Relaciones interpersonales externas

Clientes y participantes de REINGENIO.

4. Procesos en los que interviene

Preparar las clases antes de asistir a los programas.

Requiere de elaboración guías para los participantes.

4.6. ESTUDIO ECONÓMICO

En capítulo se desarrolla el estudio económico del costo del proyecto y donde al final se determinará la factibilidad en la creación de REINGENIO.

4.6.1. Horizonte del proyecto

El horizonte de este proyecto es fundamentalmente la creación de un centro de apoyo al emprendimiento de negocios con grupos vulnerables del sector, por ello, se realizó el estudio de la demanda, oferta y el nivel de aceptación en el estudio de mercado para que en los primeros cinco año de operaciones del proyecto se convierta en una base de apoyo para todos los negocios de carácter vulnerable en el cantón La Maná.

4.6.2. Inversión Inicial

La siguiente tabla representa el monto total que se requiere invertir para la puesta en marcha del proyecto, así como cada de sus transacciones con sus respectivos montos y detalles, se han dividido en cuatro partidas que son muebles y enseres donde se especifica todos los muebles de oficina, equipos de cómputo y de oficina, adecuación de la oficina, costo operacional y gastos de constitución.

CUADRO 18. INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	MONTO DE INVERSIÓN
Activos fijos	
Adecuación del taller	\$ 1.750,00
Muebles y enseres	\$ 18.684,00
Subtotal	\$ 20.434,00
Activos diferidos	
Gastos de constitución	\$ 800,00
Subtotal	\$ 800,00
Capital de trabajo	
Costo operacional	\$ 3.112,00
Subtotal	\$ 3.112,00
Total	\$ 24.346,00

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

4.6.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo está representado por el costo de operacional en donde se ha tomado en cuenta un monto económico para inicio de actividades en la empresa, considerando ello y planteando el uso de capital para el primer mes de operación, el cuadro 18 muestra el monto necesario.

Donde su capital de trabajo para el primer mes de operación es de \$ 3.112.00.

4.6.4. Financiamiento

El financiamiento de este proyecto se puede dar en dos partes: el 50% será cubierto por los socios y el 50% restante se buscaría financiamiento por medio de préstamo a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Codesarrollo, la siguiente tabla muestra la estructura de financiamiento del proyecto.

CUADRO 19. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Fuente	Porcentaje	Monto
Capital socios	50%	\$ 12.173,00
Crédito	50%	\$ 12.173,00
Total de inversión	100%	\$ 24.346,00

Fuente: Elaboración propia
Elaborado Por: El autor

El préstamo es por un monto de \$ 12.173.00 solicitado a 5 años (60 meses) plazo con una tasa de interés del 14%, la cuota mensual del primer año a pagar por este concepto es de \$ 142.02; el detalle en la tasa de amortización expuesta a continuación.

4.6.5. Amortización

Se realiza la amortización esperada de la deuda contraída en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Codesarrollo, la misma que nos muestra el monto a pagar mensualmente.

CUADRO 20. AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Tiempo (año)	2016	2017	2018	2019	2020
Descripción					
Monto del préstamo / principal	12.173,00	9.738	7.791	6.233	4.986
Abono a capital	2.434,60	1.947,68	1.558,14	1.246,52	997,21
Saldo	9.72	7.79	6.23	4.99	3.99
Intereses	1.704	1.363	1.091	873	698
Mensual	142,02	113,61	90,89	72,71	58,17

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

4.6.6. Proyección de ingreso

A continuación presentamos el porcentaje de ingresos esperados para el centro de apoyo al emprendimiento, por concepto de venta de servicio en asesoría,

adiestramiento y capacitación durante los primeros cinco años. La proyección se la realiza mediante la expectativa de incremento en la demanda de cinco empresas por año esperando cubrir un total de 40 microempresas de carácter vulnerables del sector.

CUADRO 21. INGRESOS ESPERADOS EN EL PRIMER AÑO

Tiempo (mes)	2016											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Servicio												
Asesoría(a)	700	700	700	1.400	700	700	1.400	700	700	1.400	700	700
Adiestramiento (b)	800	1.600	800	1.600	800	1.600	800	1.600	1.600	1.600	800	800
Capacitación (c)	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600	2.600
Total de ingreso	4.100	4.900	4.100	5.600	4.100	4.900	4.800	4.900	4.900	5.600	4.100	4.100

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado Por: El autor

CUADRO 22. INGRESOS ESPERADOS EN LOS PRIMEROS CINCO AÑOS

Tiempo (mes)	Año	Año	Año	Año	Año
	2016	2017	2018	2019	2020
Productos					
Asesoría(a)	\$ 10.500,00	\$ 13.300,00	\$ 14.000,00	\$ 16.800,00	\$ 1.196,00
Adiestramiento (b)	\$ 14.400,00	\$ 16.800,00	\$ 17.600,00	\$ 19.200,00	\$ 2.418,00
Capacitación (c)	\$ 31.200,00	\$ 31.200,00	\$ 31.200,00	\$ 31.200,00	\$ 2.160,00
Total de ingreso a+b+c	\$ 56.100,00	\$ 61.300,00	\$ 62.800,00	\$ 67.200,00	\$ 5.774,00

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado Por: El autor

4.6.7. Proyecciones de costos

En el siguiente cuadro se estiman los costos del proyecto. A continuación el detalle de los costos incurridos para la creación de centro.

CUADRO 23. PROYECCIÓN DE COSTOS

COSTO FIJOS				
Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Personal				
Gerencia	Unidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Recepción	Unidad	1	\$ 340,00	\$ 340,00
Capacitadores	Unidad	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00
Subtotal				\$ 2.040,00
Gastos administrativos				
Suministros de oficina				\$ 200,00
Suministro de limpieza				\$ 56,00
Subtotal				\$ 256,00
Gastos de venta				
Publicidad y promoción				\$ 150,00
Subtotal				\$ 2.190,00
Arriendo				\$ 600,00
Servicios básicos				
Agua	M3/mes	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Luz	Kvh/mes	300	\$ 0,04	\$ 12,00
Teléfono	Minutos	300	\$ 0,04	\$ 12,00
Internet	Mensual	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Subtotal				\$ 66,00
Total				\$ 3.112,00

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

CUADRO 24. COSTOS VARIABLES

Costo variable			
Asesoría			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Valor total
Viáticos	No aplica	No aplica	\$ 5,00
Folletos	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Esferos	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Imprevistos	No aplica	No aplica	\$ 3,00
Subtotal			\$ 46,00
Adiestramiento			
Materiales	No aplica	No aplica	\$ 20,00
Cuaderno	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Esferos	20	\$ 0,40	\$ 8,00
Folletos	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Imprevistos	No aplica	No aplica	\$ 5,00
Subtotal			\$ 93,00
Capacitación			
Cuaderno	10	\$ 3,00	\$ 10,00
Esferos	20	\$ 0,40	\$ 20,00
Folletos	10	\$ 3,00	\$ 10,00
Imprevistos	No aplica	No aplica	\$ 5,00
Subtotal			\$ 45,00
Total			\$ 184,00

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

4.6.8. Estados resultados

Una vez conocidos los ingresos y los costos del proyecto es menester contribuir al estado resultado a fin de conocer la utilidad generada por la empresa con una operación de 5 años. La tabla 25 muestra los estados resultados.

CUADRO 25. ESTADOS RESULTADOS

TIEMPO(MES)	2016											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Ingresos	4.100	4.900	4.100	5.600	4.100	4.900	4.800	4.900	4.900	5.600	4.100	4.100
(-) Costos variables	319	412	319	458	319	412	365	412	412	458	319	319
(-) Costos fijos	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112
Utilidad bruta	669	1.376	669	2.030	669	1.376	1.323	1.376	1.376	2.030	669	669
(-) Costos de constitución	800											
(-) Costos de adecuación del taller	1.750											
(-) Intereses por créditos del banco	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
(-) Depreciaciones	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187	187
UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS	-2.210	1.047	340	1.701	340	1.047	994	1.047	1.047	1.701	340	340
Participación de Trabajadores 15%	0	157	51	255	51	157	149	157	157	255	51	51
Utilidades después de participación trabajadores	-2.210	890	289	1.446	289	890	845	890	890	1.446	289	289
Impuesto a la Renta 24%	0	214	69	347	69	214	203	214	214	347	69	69
UTILIDAD NETA	-2.210	676	220	1.099	220	676	642	676	676	1.099	220	220

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

CUADRO 26. ESTADOS RESULTADOS 5 AÑOS

Tiempo(mes) Descripción	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	56.100	61.300	62.800	67.200	70.200
(-) costos variables	4.524	4.987	5.080	5.310	5.774
(-) costos fijos	37.344	37.344	37.344	37.344	37.344
Utilidad bruta	14.232	18.969	20.376	24.546	27.082
(-) costos de constitución	800				
(-) costos de adecuación del taller	1.750				
(-) intereses por créditos del banco	1.704	1.363	1.091	873	698
(-) depreciaciones	2.244	2.244	2.244	374	374
Utilidad bruta antes de impuestos	7.734	15.362	17.041	23.299	26.010
Participación de trabajadores 15%	1.160	2.304	2.556	3.495	3.901
Utilidades después de participación trabajadores	6.242	13.057	14.485	20.546	22.108
Impuesto a la renta 24%	1.498	3.134	3.476	4.931	5.306
Utilidad neta	4.214	9.924	11.009	15.615	89.446

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

4.6.9. Flujo de caja

El flujo de caja es una expresión de una magnitud económica realizada de una cantidad por unidad de tiempo, es decir entrada o salida de fondos corrientes en la operación del negocio.

Este es la materia para evaluación de proyectos a través del tiempo, a continuación está representado el flujo de caja del primer año y la de los cinco primeros años del proyecto.

CUADRO 27. FLUJO DE CAJA

TIEMPO(MES)	2016											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
DESCRIPCIÓN												
Ingresos	4.100	4.900	4.100	5.600	4.100	4.900	4.800	4.900	4.900	5.600	4.100	4.100
aportaciones socios	12.173	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Préstamo del banco	12.173	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total Ingresos	28.446	4.900	4.100	5.600	4.100	4.900	4.800	4.900	4.900	5.600	4.100	4.100
Maquinaria y Equipamiento, Adecuación del Taller	20.434	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos de materia prima	319	412	319	458	319	412	365	412	412	458	319	319
Costos de Constitución	800	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos fijos	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112	3.112
Intereses por préstamos	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142	142
= Total Egresos	24.807	3.666	3.573	3.712	3.573	3.666	3.619	3.666	3.666	3.712	3.573	3.573
FLUJO OPERACIONAL	3.639	1.234	527	1.888	527	1.234	1.181	1.234	1.234	1.888	527	527
Participación de Trabajadores 15%	0	157	51	255	51	157	149	157	157	255	51	51
Impuesto a la Renta 25%	0	214	69	347	69	214	203	214	214	347	69	69
FLUJO DESPUÉS DE IMPUESTOS	3.639	863	407	1.286	407	863	829	863	863	1.286	407	407
Cuota Préstamo (Abono a capital)	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203	203
FLUJO DE CAJA NETO	3.436	660	204	1.083	204	660	626	660	660	1.083	204	204
Flujo de Caja acumulado	3.436	4.097	4.300	5.383	5.587	6.247	6.874	7.534	8.195	9.278	9.481	9.685

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

CUADRO 28. FLUJO DE CAJA 5 AÑOS

TIEMPO(MES)		AÑOS				
		2016	2017	2018	2019	2020
DESCRIPCIÓN						
Ingresos		56.100	61.300	62.800	67.200	72.200
Recursos personales (Efectivo)		12.173	0	0	0	0
Préstamo del banco		12.173	0	0	0	0
Total Ingresos		80.446	61.300	62.800	67.200	72.200
Maquinaria y Equipamiento, Adecuación del Taller		20.434	0	0	0	0
Costo por variable		4.524	4.987	5.080	5.310	5.774
Costos de Constitución		800	0	0	0	0
Costos fijos		37.344	37.344	37.344	37.344	37.344
Intereses por préstamos		1.704	1.363	1.091	873	698
= Total Egresos		64.806	43.694	43.515	43.527	43.816
FLUJO OPERACIONAL		15.640	17.606	19.285	23.673	26.384
Participación de Trabajadores	15%	1.160	2.304	2.556	3.495	3.901
Impuesto a la Renta	24%	1.498	3.134	3.476	4.931	5.306
FLUJO DESPUÉS DE IMPUESTOS		12.982	12.168	13.253	15.247	17.176
Cuota Préstamo (Abono a capital)		2.435	1.948	1.558	1.247	997
FLUJO DE CAJA NETO		10.547	10.220	11.695	14.001	16.179
Flujo de Caja acumulado		10.547	20.767	32.461	46.462	62.642

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

El flujo neto muestra que existe una liquidez constante durante los primeros 5 años.

4.7. INDICADORES FINANCIEROS

Los indicadores financieros nos permiten realizar la evaluación técnica del proyecto por medio de los diferentes cálculos realizados en el estudio económico, existen varios de ellos en este proyecto se han tomado como referencia para el análisis los siguientes:

4.7.1. Valor actual neto

Para realizar este cálculo se establece el 15% como tasa mínima de rentabilidad y conjuntamente con el flujo de caja neto del proyecto se procede al cálculo:

CUADRO 29. VALOR ACTUAL NETO

Detalle	Año					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Flujo de caja neto	24.346,00	10.546,98	10.219,93	11.694,54	14.000,92	16.179,22
TMR	15%					

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

VAN: **\$ 14.166,41**

Una vez realizado el cálculo respectivo del valor presente se obtiene que el valor del VAN es mayor a cero por lo tanto se considera que el proyecto tiene un nivel de riesgo medio; por lo tanto el proyecto se considera viable.

4.7.2. Tasa interna de retorno

De igual manera que en el caso anterior con los mismos flujos de caja obtenidos en la proyección de valores en el proyecto procedemos realizar el cálculo de la Tasa Interna de Retorno.

CUADRO 30. TASA INTERNA DE RETORNO

Detalle	Año					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Flujo de caja neto	24.346,00	10.546,98	10.219,93	11.694,54	14.000,92	16.179,22

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

TIR: **38%**

Luego de conocer los resultados de la tasa interna de retorno (TIR), podemos mencionar que el 38% es un porcentaje favorable para la ejecución del proyecto.

4.7.3. Indicadores de rentabilidad

Para mayor confianza de la investigación se calculó también los indicadores de rentabilidad donde obtuvimos los siguientes resultados.

CUADRO 31. INDICADORES DE RENTABILIDAD

	2016	2017	2018	2019	2020
Rentabilidad (CP.)	35%	82%	90%	128%	138%
Rentabilidad(CT)	17%	41%	45%	64%	69%
Rentabilidad de los ingresos	8%	16%	18%	23%	24%

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

La rentabilidad del capital propio (CP.) en el primer año tiene una rentabilidad del 35% y posteriormente en los siguientes años sigue creciendo.

La rentabilidad (CT) tiene un crecimiento del 17% y al igual que el capital propio tiende en aumento hasta el 69% en los primeros cinco años.

La rentabilidad del ingreso se puede observar una ganancia del 8% y posteriormente continua hasta alcanzar los 24% en lo que va de los primeros 5 años.

4.7.4. Relación costo beneficio

Para poder saber el beneficio de la inversión realizamos el cálculo del costo/benéfico del proyecto.

CUADRO 32. RELACIÓN COSTO BENEFICIO (C/B)

Años	Costo total	Ingreso total	Relación C/B
2016	41.868	56.100	1,34
2017	42.331	61.300	1,45
2018	42.424	62.800	1,48
2019	42.654	67.200	1,58
2020	43.118	70.200	1,63

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

Según tabla podemos observar que el 2016 el centro de apoyo al emprendimiento de negocios ganará por cada dólar de inversión la cantidad de 0.34 centavos de dólares, luego el segundo año ganará 0.45 centavos por cada dólar de inversión, consecuentemente en los años 2018 por cada dólar de inversión generará 0.47 centavos, vemos un incremento en el año 2019 donde por cada dólar de inversión genera 0.58 centavos y llegará al quinto año con 0.63 centavos de ganancia por cada dólar de inversión.

4.7.5. Tiempo de recuperación de la inversión

Para este cálculo se utiliza los flujos de caja acumulados y de esta manera se procede a realizar el cálculo.

CUADRO 33. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Detalle	Año					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Flujo de acumulado	24.346,00	10.546,98	20.766,91	32.461,45	46.462,37	62.641,58

Fuente: Elaboración Propia
Elaborado Por: El autor

Según el presente flujo de caja se procede al cálculo del periodo de recuperación de la inversión.

PRI: **2 años 4 mes 9 días**

Se efectúa el cálculo del periodo de recuperación de la inversión donde se obtiene que el capital se recupere en 2 años 4 mes 9 días luego de poner en ejecución el proyecto.

CAPITULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Una vez concluido con la investigación podemos exponer lo siguiente:

- ❖ La cantidad de oferta en el mercado objetivo son cinco instituciones algunas de ellas con sede en otras ciudades, y las otras son de características gubernamental y empresas que capacitan a sus clientes para generar mayor ganancias, la oferta cubre un porcentaje de 20% de la población objetivo, es decir 78 negocios del total existente, dejando una demanda insatisfecha de 308 que corresponde al 80%, y el nivel de aceptabilidad de servicio está igualado a la demanda insatisfecha, de los cuales el REINGENIO espera cubrir los primeros cinco años el 28.25%.
- ❖ El estudio técnico detalla todo lo referente a los procesos y requerimientos de maquinaria y equipamiento, además se realizó el estudio organizacional donde se detalló las funciones de cada puesto, el organigrama de la empresa para el correcto funcionamiento del proyecto.
- ❖ El monto de la inversión asciende a un valor de 24.346,00 calculando con una tasa mínima de rentabilidad para este proyecto de emprendimiento de 15%, dándonos una cantidad del valor actual neto (VAN) de \$ 14.166,41 dólares y una tasa interna de retorno (TIR) del 38%, y un periodo de retorno de inversión de 2 años 4 meses y 9 días.

5.2. RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado las conclusiones sobre la investigación establecemos algunas recomendaciones que son:

- ❖ Establecerse mediante publicaciones en radio y televisión mayormente, para lograr un posicionamiento en la mente del cliente potencial y ofertar seminarios de consentimiento y estimulación adquirir los servicios que oferta el centro, de esta manera se logrará mayor demanda de servicio.
- ❖ Realizar actualizaciones anuales de los planes, manual de funciones y funciones de cargos para que permita mantener el crecimiento continuo del centro, ya que siendo una empresa de asesoría, adiestramiento y capacitación debe reflejar el liderazgo empresarial en el sector.
- ❖ Actualizar valores de acuerdo al aumento de inflación anual del proyecto y revisar los objetivos financieros si cumplen con los proyecto una vez realizado la ejecución del proyecto realizar cada año para constatar el cumplimiento correcto de la planeación.

CAPITULO VI.
BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

Bibliografía

- Baca Urbina, G. (2013). Formulación y evaluación de proyectos informáticos (Septima ed.). Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.
- Cano Morales, A. M. (2013). Contabilidad Gerencial y Presupuestaria (Primera ed.). Bogota, Colombia: Ediciones de la U.
- Cordoba Padilla, M. (2011). Formación y evaluación de proyectos (Segunda ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Flores Uribe, J. A. (2010). Proyecto de inversión para las pyme (Segunda ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Hernandez Diaz, E. A. (2010). Proyectos turísticos. Mexico, Mexico: Trillas S. A. d C. V.
- Louis, F., Cisneros, L., & Mejia, J. (2011). administración de pymes (Primera ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Montserrat, R., & Josep, J. (2013). LA FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA: Cómo optimizar las decisiones de financiación para crear valor. Barcelona: Profit Editorial.
- Nassir, Sapag, & Chain. (2011). Proyectos de Inversión (Segunda ed.). Chile: Person Educación.
- Salazar, R. C. (2010). Formación y Evaluación de un plan de negocios (Primera ed.). Quito, Ecuador: Felix Comunicaciones.
- Sanchez, E. (2012). Manual de administración y gastronomía (Tercera ed.). Mexico: Trillas.

- Schuffer, A. d. (2012). Extencion y capacitacion rurales (Tercer ed.). Mexico: Trillas.
- Trillar. (2012). Extencion y Capacitacion Rural. Mexico: Ediciones Trillas .

Linkografia

- Agencia Nacional de Regulacion, Control y Vigilancia Sanitaria. (Marzo de 2015). controlsanitario.gob.ec. Recuperado el 01 de Abril de 2015, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/>
- Apoyo Emprendimiento. (2015). Plataforma de Apoyo al Emprendimiento. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de PAE: <http://www.apoyoemprendimiento.org/>
- Breyner, M., Elkin, p., & Acevedo, E. (11 de 04 de 2010). slidershare. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de <http://es.slideshare.net/bmartinezangarita/estudio-tecnico-f-de-proyectos>
- Calderón, O. S. (31 de Julio de 2011). Scribd. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/61281301/Localizacion-de-Proyectos>
- Capacitación. (10 de Abril de 2011). <http://barbaragalvangnz.blogspot.com>. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de <http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>
- Centro de Desarrollo de Emprendedores (CEEMP). (2010). <http://ceemp.org/>. Recuperado el 25 de 03 de 2015, de <http://ceemp.org/quienes-somos/#>

- Centro de Desarrollo Empresarial de la ESPOL. (s.f.). Ceemp.org/. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://ceemp.org/quienes-somos/>
- Definición ABC. (2010). definicionabc.com. Recuperado el 25 de 03 de 2015, de <http://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>
- Dopech. (26 de Octubre de 2010). Programas de apoyo a emprendedor. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://es.slideshare.net/Dopech1982/programas-de-apoyo-a-emprendedor>
- Gestión de Riesgo. (19 de Enero de 2011). <http://katiuska-gestionderiesgo.blogspot.com>. Recuperado el 10 de Abril de 2015, de <http://katiuska-gestionderiesgo.blogspot.com/2011/01/tipos-de-vulnerabilidad.html>
- Google. (s.f.). Mapa Google. Obtenido de <https://www.google.es/maps/place/La+Man%C3%A1,+Ecuador/@-1.7759126,-79.3963991,7z/data=!4m2!3m1!1s0x91d4b714a6c6769d:0x7feeda2ee3930415>
- Grupos Caritas. (2010). Pastoral Social. Recuperado el 25 de 03 de 2015, de http://www.pasoc.org.bo/index.php?option=com_content&view=article&id=119:ique-son-grupos-vulnerables&catid=39:equipo-de-analisis-de-coyuntura&Itemid=68
- Hernández, D. M. (17 de Marzo de 2011). Scribd. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/50920962/10-Definicion-de-Ingenieria-de-Proyectos>
- Liderazgo. (23 de 04 de 2014). liderazgo.com.ec. Recuperado el 25 de 03 de 2015, de <http://www.liderazgo.com.ec/cursos-capacitacion/>

- Ministerio de Relaciones Laborales. (2012). Cámara de Pequeñas industrias de Guayaquil. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://www.capig.org.ec/index.php/tramites-ciudadanos/116-relaciones-laborales/636-aprobacion-de-reglamento-de-higiene-y-seguridad.html>
- Parque Científico Madrid. (2012). fpcm.es. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://www.fpcm.es/es/desarrollo-empresarial/apoyo-a-emprendedores/programas>
- Planeación y evaluación de proyectos. (2 de 02 de 2010). <http://planificacion-de-proyectos.blogspot.com/>. Recuperado el 25 de 03 de 2015, de <http://planificacion-de-proyectos.blogspot.com/2010/02/estudio-economico-y-financiero-de-un.html>
- Publiboda. (2011). Publiboda.com. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de http://www.publiboda.com/bodas_gay/derechos_humanos/grupos.html
- Registro Mercantil de Manta. (2012). Cámara de pequeñas Industrias de Guayaquil. Recuperado el 14 de enero de 2015, de CPIG: <http://registromercantil.gob.ec/manta/servicios-manta/211-inscripcion-nombramientos-manta.html>
- Servicio de Rentas Interna. (2012). Cámara de Pequeñas Industria de Guayaquil. Recuperado el 2015 de Enero de 2015
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). Tramites Ecuador. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- SIISE. (s.f.). siise.gob.ec. Recuperado el 14 de Enero de 2015, de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/POBREZA/ficpob_P40.htm

- Superintendencia de compañías. (2012). Cámara de la pequeña industria de Guayaquil. Recuperado el 14 de enero de 2015, de CPIG: <http://www.capig.org.ec/index.php/tramites-ciudadanos/54-tramites-ciudadanos/26-constitucion-de-companias.html>
- Tomas, U. S. (24 de 08 de 2012). Universidad Santo Tomas. Recuperado el 15 de Julio de 2014, de Primera Clausula Universitaria de Colombia.

CAPITULO VII.

ANEXOS

7.1. ANEXOS

7.1.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS DE MEDIANOS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS DEL CANTON LA MANA



Saludos cordiales, me permite 5 minutos de su tiempo, la presente encuesta tiene fines académicos, rogamos conteste con total sinceridad y objetividad.

Encuesta

1 ¿Cuál es la actividad de su negocio?

Industria -----

Comercio -----

Servicios -----

Otros -----

2 ¿Hace cuánto sus actividades?

Menos de un año -----

1 año a 5 años -----

5 años a 10 años -----

Más de 10 años -----

3 Considera usted haber alcanzado el objetivo para el cual creó su negocio.

Si ---

No ----

4 ¿Considera usted que necesita prepararse para un mejor manejo de su empresa?

Si ---

No ----

5 Sabía que en la actualidad existen centros de apoyo al emprendimiento de negocios con el objetivo de dar asesoría, entrenamiento y capacitación a instituciones de carácter vulnerables permitiéndoles alcanzar desarrollo empresarial.

Si -----

No ----

6 Conoce usted de la existencia de centros de apoyo al emprendimiento de negocios o alguna institución que se encargue de ofertar este servicio en el Cantón La Mana.

Sí ----- No -----

Especifique su nombre-----

7 De crearse un centro de apoyo al emprendimiento de negocios en nuestro cantón le gustaría utilizar este servicio

Si ----- No ----- Tal vez -----

8 ¿Cuánto estaría usted dispuesto a invertir en un programa del centro de apoyo al emprendimiento de negocios?

Menos de 30 ----- 31 a 70 ----- Más de 71 -----

9 Contrataría asesoría técnica para realizar estudios de:

- Mercado
- Costos
- Mejoramiento de procesos
- Medición de la productividad
- Ventas
- Control de calidad
- Tributación
- Planificación Estratégica
- Contabilidad

10 ¿Cuál es el medio de comunicación que usted escucha o ve para enterarse de las noticias del canto la mana?

- Televisión -----
- Radio -----
- Internet -----
- Periódico -----

Gracias por su tiempo.

ARCSA

March 11, 2004