



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSGRADO**



MAESTRÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**ESTABLECIMIENTO DE UNA GUÍA PARA GENERAR
PEQUEÑOS NEGOCIOS DE EMPRENDIMIENTO EN LA
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN
IBARRA.**

AUTORA: Sonia de Lourdes Jaramillo A.

TUTOR: Dr. C.P.A. Eduardo Lara V. Msc.

Ibarra, 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Trabajo de Grado: ” **ESTABLECIMIENTO DE UNA GUÍA PARA GENERAR PEQUEÑOS NEGOCIOS DE EMPRENDIMIENTO EN LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA**”, presentado por Sonia de Lourdes Jaramillo Albán para optar por el Grado de Magister en Contabilidad y Auditoría, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación y evaluación por parte del jurado calificador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a

Dr. C.P.A. Eduardo Lara V. MSc
C.C:

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

TEMA: “ESTABLECIMIENTO DE UNA GUÍA PARA GENERAR PEQUEÑOS NEGOCIOS DE EMPRENDIMIENTO EN LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA”

AUTORA: Sonia de Lourdes Jaramillo Albán

Trabajo presentado para optar por el título de Magister en Contabilidad y Auditoría, aprobado en nombre de la Universidad Técnica del Norte, por el siguiente Jurado, a

Dr. Luis Caicedo

CC:

Ing. Fernando Valenzuela

CC:

Dra. Myriam Cisneros

CC:

DEDICATORIA

A Dios porque es el creador y artífice de todo en mi vida.

A mis padres Segundo Agustín Jaramillo y María Carmelina Albán por todo el amor, cariño y ejemplo que siempre he recibido, por guiarme por el camino del bien y por darme la confianza y fe necesarias en los momentos más difíciles de la vida.

A mis hijos Santiago Israel Villarreal Jaramillo y Jared Ioshua Vaca Jaramillo, quienes me han dado la fuerza que me ha impulsado a seguir siempre adelante, venciendo cualquier obstáculo y luchando por un futuro mejor, por haberme apoyado y ser los pilares de mi vida, y especialmente por haber sacrificado el tiempo que a ellos les pertenecía.

SONIA

AGRADECIMIENTO

Este trabajo representa toda la gratitud a la Universidad Técnica del Norte que me dio la oportunidad de superarme en el ámbito profesional, el más sincero agradecimiento a los amigos, personas, instituciones que contribuyeron en la realización de la presente tesis de investigación, porque sin su ayuda, recomendaciones y consejos, hubiese sido más difícil realizarlo. Y de manera muy especial a mi director de tesis MSC. Eduardo Lara ya que gracias a su apertura en el momento indicado ayudó para que esta investigación llegue a buen término.

SONIA

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL TUTOR	II
APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR.....	IV
<i>DEDICATORIA</i>	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE	X
ÍNDICE DE CUADROS.....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVI
RESUMEN EJECUTIVO	XVIII
SUMMARY	XIX
INTRODUCCIÓN.....	XX
CAPÍTULO I.....	22
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
1.1. CONTEXTUALIZACIÓN	22
1.1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	23
1.1.2. Situación Actual	24
1.1.3. PROSPECTIVA	25
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	26
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	27
1.4. OBJETIVOS	28
1.4.1. Objetivo General	28
1.4.2. Objetivos Específicos	28
1.4.3. Objetivo General	28
1.4.4. Objetivos Específicos	28
1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	29
1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	29
1.7. VIABILIDAD	30
CAPÍTULO II	32
2. MARCO TEÓRICO	32
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	32
2.2. LA EMPRESA	32
2.2.1. HISTORIA DE LA PEQUEÑA EMPRESA	32

2.2.2.	DEFINICIÓN.....	33
2.2.3.	LA EMPRESA RURAL.....	33
2.2.4.	IMPORTANCIA.....	34
2.2.5.	OBJETIVOS.....	35
2.2.6.	CARACTERÍSTICAS.....	35
2.2.7.	VENTAJAS	37
2.2.8.	DESVENTAJAS	37
2.3.	TIPOS DE EMPRESA	38
2.3.1.	¿POR QUÉ NACE UN EMPRESARIO?	40
2.4.	ADMINISTRACIÓN.....	41
2.4.1.	IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN	42
2.4.2.	RAZONES PARA UNA MALA ADMINISTRACIÓN	43
2.4.3.	FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN	43
2.4.4.	ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN.....	46
-	EFICIENCIA	47
-	EFICACIA.....	47
-	PRODUCTIVIDAD.....	47
-	COORDINACIÓN DE RECURSOS.....	48
2.4.5.	ESTRUCTURAS DE ORGANIZACIÓN.....	49
2.4.5.1.	ORGANIZACIÓN.....	49
•	ORGANIZACIÓN FORMAL	49
•	ORGANIZACIÓN INFORMAL	50
2.4.5.2.	ESTRUCTURA	50
•	ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	51
2.5.	MERCADO	52
2.5.1.	OFERTA	53
2.5.2.	DEMANDA	53
2.5.3.	PRECIO	54
2.5.4.	PLAZA	54
2.5.5.	PROMOCIÓN.....	55
2.6.	ELEMENTOS QUE CONFIGURAN LA POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN .	56
•	Canales de Distribución	56
•	Planificación de la Distribución.....	57
•	Distribución Física	57

• Merchandising.....	58
2.7. SERVICIO.....	58
2.7.1. Servicio al cliente una potente herramienta de marketing.....	58
2.8. EL PLAN DE NEGOCIOS	59
CAPÍTULO III.....	62
3. METODOLOGÍA.....	62
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	62
3.1.1. Bibliográfica-Documental	62
3.1.2. Exploratoria	62
3.1.3. Descriptiva	63
3.1.4. De Campo.....	63
3.1.5. Propositiva.....	64
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	64
3.3. DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	64
3.3.1. PROBLEMA.....	65
3.3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	66
3.4. POBLACIÓN.....	68
3.4.1. Población de la Parroquia La Esperanza.....	68
3.4.2. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	69
3.5. MÉTODOS.....	70
3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO	70
3.5.2. MÉTODO DEDUCTIVO.....	70
3.5.3. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO.....	71
3.6. TÉCNICAS	71
3.6.1. ENCUESTA.....	71
3.6.2. ENTREVISTA	72
3.7. INSTRUMENTOS.....	72
3.8. PROCESO PARA OBTENER LOS RESULTADOS.....	72
3.9. PROCESO PARA CONSTRUIR LA PROPUESTA	73
3.10. TRASCENDENCIA CIENTÍFICA O VALOR PRÁCTICO DEL ESTUDIO.	74
CAPÍTULO IV.....	76
4. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	76
4.1. PREGUNTAS.....	77

4.2. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A LAS AUTORIDADES DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA	97
4.2.1. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	98
4.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	98
4.3.1. DIAGNÓSTICO.....	98
4.4. CONTRASTACIÓN DE PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN CON LOS RESULTADOS	100
4.5. CONCLUSIÓN	103
CAPÍTULO V	104
PROPUESTA.....	104
5. TEMA:.....	104
5.1. INTRODUCCIÓN.....	104
5.2. OBJETIVOS.....	105
GENERAL	105
ESPECÍFICOS.....	105
5.3. JUSTIFICACIÓN	105
5.4. ALCANCE	106
5.5. DESARROLLO DE LA GUÍA.....	108
5.5.1. TEMA # 1: “SURGIENDO LA IDEA DE NEGOCIO O EMPRESA”	108
5.5.2. Tema No. 2 DETERMINE SI EXISTE UN MERCADO AL QUE PUEDE SERVIR	110
• ¿Qué entiendo por demanda?	111
• ¿Qué entiendo por oferta?.....	111
• ¿Qué es el precio?	111
• ¿Qué es la comercialización?.....	112
• ¿Qué es Mercado?	113
• ¿Qué tipos de mercado existen?	114
5.5.3. Tema No. 3: “DONDE SE VA A ESTABLECER LA PEQUEÑA EMPRESA”	116
• ¿Cuál será la localización geográfica de mi negocio?.....	116
• ¿Cuál será el canal de distribución más apropiado para mi producto?.....	118
5.5.4. Tema No. 4: “OBTENER FINANCIACIÓN PARA LA EMPRESA”	118
• ¿Cómo puedo financiar mi pequeña empresa?	118
• ¿Qué aspectos debo tomar en cuenta para solicitar un préstamo?	127

5.5.5. Tema No 5: "ESCOGER LA FORMA LEGAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA"	127
• ¿De qué forma vamos a crear el negocio para aprovechar la legalidad vigente?	127
➤ PERSONA NATURAL	127
• ¿Cuáles son los requisitos para establecerme como persona natural?	129
➤ PERSONA JURÍDICA	130
• ¿Cuáles son los requisitos para Constituir una Asociación?	130
5.5.6. Tema 6: ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO	136
MANUAL DE FUNCIONES	138
5.5.7. Tema No. 7: LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA	142
LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA	142
6.5.7. TEMA 8: EVALUACIÓN	176
CONTRASTACIÓN DE PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN CON LOS RESULTADOS	178
CONCLUSIONES	182
RECOMENDACIONES	184
Impactos	186
Determinación de Impactos de la Guía	186
Impacto Educativo	186
Impacto Empresarial	187
Impacto Socioeconómico	188
Impacto Familiar	189
Impacto Ambiental	190
Impacto General	191
BIBLIOGRAFÍA	202
LINCOGRAFÍA	204

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Actividad Económica	77
Cuadro 2: Cultivos Propios o de Terceros	78
Cuadro 3: Lugar de Adquisición de los Insumos Agrícolas	79
Cuadro 4: Ganado Propio	80

Cuadro 5: Lugar de Adquisición de Alimento Vacuno	81
Cuadro 6: Canales de Comercialización	82
Cuadro 7: Nivel de Ingreso que Obtiene de su Actividad	83
Cuadro 8: Pobladores de la Esperanza.....	84
Cuadro 9: Existencia de Asociaciones en la Parroquia	85
Cuadro 10: Posee una Empresa	86
Cuadro 11: Visión de Creación de Empresa Personal	87
Cuadro 12: Negocio que debe implementarse en la Comunidad	88
Cuadro 13: Conocimiento de Requisitos para Generar una Empresa.....	89
Cuadro 14: Conocimiento Sobre Trámites de Funcionamiento	90
Cuadro 15: Conocimiento de Costos de Tramitación	91
Cuadro 16: Acuerdo en la Creación de una Guía para Pequeños Emprendimientos	92
Cuadro 17: Conocimiento de la Administración de una Empresa	93
Cuadro 18: Conocimiento de Presupuestos	94
Cuadro 19: Conocimiento de la Contabilidad de una Empresa	95
Cuadro 20: Debe existir Políticas de Motivación de Emprendimientos por parte de la Gobierno Parroquial	96
Cuadro 21: Test de Aptitudes y Cualidades Emprendedoras.....	109
Cuadro 22: Tabla consolidada del RISE	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Actividad Económica.....	77
Gráfico 2: Cultivos Propios o de Terceros	78
Gráfico 3: Lugar de Adquisición de los Insumos Agrícolas	79
Gráfico 4: Ganado Propio.....	80
Gráfico 5: Lugar de Adquisición de Alimento Vacuno	81
Gráfico 6: Canales de Comercialización	82
Gráfico 7: Nivel de Ingreso que Obtiene de su Actividad	83
Gráfico 8: Pobladores de la Esperanza.....	84
Gráfico 9: Existencia de Asociaciones en la Parroquia	85

Gráfico 10: Posee una Empresa	86
Gráfico 11: Visión de Creación de Empresa Personal.	87
Gráfico 12: Negocio que debe implementarse en la Comunidad	88
Gráfico 13: Conocimiento de Requisitos para Generar una Empresa.....	89
Gráfico 14: Conocimiento Sobre Trámites de Funcionamiento	90
Gráfico 15: Conocimiento de Costos de Tramitación	91
Gráfico 16: Acuerdo en la Creación de una Guía para Pequeños Emprendimientos	92
Gráfico 17: Conocimiento de la Administración de una Empresa.....	93
Gráfico 18: Conocimiento de Presupuestos	94
Gráfico 19: Conocimiento de la Contabilidad de una Empresa	95
Gráfico 20: Debe existir Políticas de Motivación de Emprendimientos por parte de la Gobierno Parroquial	96

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	192
Anexo 2: Entrevista	198
Anexo 3: Carta de cesión de derechos.	199
Anexo 4: Cálculo de interés.....	200

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1: Estudio de Mercado	116
Esquema 3: Organigrama Básico de una Empresa	137

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

- (ALADI) Asociación Latinoamericana de Integración
- (BNF) Banco Nacional de Fomento
- (CFN) Corporación Financiera Nacional
- (CEPAL) Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe
- (CAPEIPI) Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha
- (INEC) Instituto Nacional de Estadística y Censos
- (IESS) Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- (MIPRO) Ministerio de Industrias y Productividad
- (MIES) Ministerio de Inclusión Económica y Social
- (MER) Manual de Empresa Rural
- (NIFF) Normas Internacionales de Información Financiera
- (NIC) Normas Internacionales de Contabilidad
- (ONG) Organización No gubernamental
- (PYMES) Pequeñas y Medianas Empresas
- (R.R.P.P.) Relaciones Públicas
- (RUC) Registro Único de Contribuyentes
- (RISE) (Régimen Impositivo Simplificado)
- (SRI) Servicio de rentas Internas
- (SENAMI) Secretaria Nacional del Migrante
- (SENAE) Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, antes CAE
Corporación Aduanera Ecuatoriana

RESUMEN EJECUTIVO

La Esperanza, parroquia rural del cantón Ibarra, posee gente con gran espíritu emprendedor, dedicada en su mayoría a las actividades agrícolas, trata de mejorar su situación económica y social con la incursión de nuevos emprendimientos. En observancia de esto, se propuso esta investigación que se desarrolló en cinco capítulos. El primero se refiere al Problema de Investigación en el cual se planteó la contextualización del problema desde una perspectiva global hasta llegar al sitio de estudio, luego se realizó el planteamiento de objetivos base de la formulación de las preguntas de investigación y por último se justifica el proyecto fundamentalmente por su importancia, viabilidad y beneficiarios directos e indirectos. En el segundo capítulo se desarrolló, el Marco Teórico, en el cual se describieron, analizaron y sintetizaron todos los aspectos relacionados con las variables: Económica, Productiva, Organizativa y Legal, así mismo se desarrolló en un cuadro la Operacionalización de las Variables. La Metodología de la Investigación se planteó en el tercer capítulo en el que se detalló el diseño, tipo y enfoque de la investigación, así como también los métodos, técnicas e instrumentos utilizados durante la búsqueda de la información en las fuentes primarias y secundarias; así también se describió la población y la muestra obtenida para la aplicación de los instrumentos de investigación.

En el cuarto capítulo primero se realizó un análisis e interpretación de las encuestas, seguido del análisis de las entrevistas más importantes, con lo que se pudo llegar a la contrastación de las preguntas de investigación, lo que conllevó al desarrollo de la propuesta de “Una guía para generar pequeños negocios de Emprendimiento en la Población de la Parroquia “La Esperanza, Cantón Ibarra” presentado en el quinto capítulo.

SUMMARY

La Esperanza, rural parish of the canton Ibarra, has people with great entrepreneurial spirit, dedicated mostly to agriculture, is to improve their economic and social situation in the entry of new enterprises. In observance of this research it is proposed that developed in five chapters. The first relates to the research question which was raised in the contextualization of the problem from global perspective to reach the study site, then the approach was based on the design goals of the research questions and finally justifies project primarily because of its importance, viability and direct and indirect beneficiaries. In the second chapter was developed, the theoretical framework, which is described, analyzed and synthesized all variables related aspects: economic, productive, organizational and legal, also took place in box the variables. The research methodology was made in the third chapter detailed the design which type and focus research, as well as methods, techniques and tools used during the search of information on primary and secondary sources, as well also described the population and the sample taken for the implementation of the research instruments.

In the fourth chapter first performed an analysis and interpretation of the survey, followed by analysis of the most important interviews, which could reach the testing of research questions, which led to the development of the proposed a guide to generate small business entrepreneurship in the parish population "La Esperanza canton Ibarra "presented in the fifth chapter.

INTRODUCCIÓN

Iniciar un nuevo negocio puede ser complicado aún para personas con experiencia, por tal razón enfrentarse a múltiples obstáculos se presenta como un desafío para aquellas personas que quieren generar un pequeño negocio que le permita generar recursos económicos y al mismo tiempo empleo. En muchas comunidades, generar empresas es un elemento esencial para el crecimiento económico de la población.

En ocasiones cuando se comienza un proyecto emprendedor, los generadores, no tienen en cuenta que para crear una empresa existen una serie de pasos necesarios de conocer para alcanzar el éxito.

El momento inicial es cuando el pequeño negociante necesita de una mayor orientación ya que el miedo a nuevos retos, la incertidumbre, el desconocimiento o el riesgo al que se somete son variables que pueden hacernos desistir de nuestro intento.

La presente investigación se realizó en la Parroquia La Esperanza, perteneciente a la provincia de Imbabura, en donde se observó la necesidad de generar empresas ya que el desempleo y la falta de recursos en este lugar no han permitido el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores. Por tal razón la propuesta de establecimiento de una guía para generar pequeños negocios de emprendimiento en la población de la parroquia La Esperanza aporta con varios consejos para que el nuevo emprendedor logre una mejor visión de lo que quiere hacer, presentando de forma ordenada los pasos a seguir antes, durante y después de iniciar el micro-emprendimiento.

“A la hora de emprender un negocio hay que tener en cuenta varios factores con el fin de que la ilusión y las ganas de hacerlo bien no se traduzcan en un fracaso. Las posibilidades de obtener grandes beneficios junto a la satisfacción

de llevar a cabo algo por cuenta propia son los factores que, en la mayoría de las ocasiones, empujan a muchas personas al “emprendizaje”. (Alcaide, s/f)

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. CONTEXTUALIZACIÓN

La historia de los pueblos manifiesta que siempre han existido planes y políticas para el desarrollo rural, pero lastimosamente no han sido aplicadas adecuadamente se han quedado en promesas de políticos de turno, mismos que daban una nueva esperanza de tener iniciativas de producción proyectando aumentar el empleo, elevar los ingresos, para de esta manera mejorar el nivel y calidad de vida de los habitantes de la comunidad, este fenómeno se demuestra por la migración del campo a la ciudad.

En la actualidad la crisis económica se ha profundizado a nivel de todas las esferas, sin duda alguna se ha incrementado los índices de pobreza y desempleo. Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) citado por (Moreno, 2011), “En Latinoamérica de los 174 millones de personas pobres, 73 millones están en condiciones de pobreza extrema o son indigentes, tres millones más que en el año 2010”.

En el Ecuador las cifras son alarmantes y elevadas, ubicándose la pobreza a nivel rural en el año 2011 en 50,4% y considerándose como individuo pobre aquel que tiene ingreso menor a 2,4 dólares diarios según manifiesta (Villacís, 2011) Director Nacional de Estadística y Censos (INEC); por otro lado el desempleo en el país se ubicó en 5,1 puntos porcentuales en el mismo año.

Imbabura es una de las provincias que concentran entre el 56% y el 80% de pobreza rural según diario (El Universo, 2012). Esto indica la situación de las parroquias rurales de esta provincia, siendo una de estas la parroquia La

Esperanza la cual cuenta con recursos potenciales para que la comunidad se involucre en actividades productivas.

La política más acorde para la reactivación económica es la motivación por parte de los líderes hacia el progreso de la comunidad en la cristalización de pequeños emprendimientos, agregar valor a la producción tradicional y buscar nuevos bienes y servicios para el mercado.

En consecuencia son muchas personas interesadas en generar su propio negocio, pero un alto porcentaje no tiene conocimientos para poner en marcha un emprendimiento, menos aún, que recursos se necesitan para el funcionamiento de una empresa.

En este contexto se puede ver a la economía rural como un proceso más amplio al cual se articula diversas actividades de generación de empleo e ingresos capaces de dinamizar el desarrollo rural elevando la autoestima y poder adquisitivo de la población.

1.1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

La parroquia La Esperanza perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura ubicada a 8 Km. del centro de la ciudad, es un sector rural compuesto de habitantes que desarrollan actividades que caracterizan a la parroquia por ser artesanales (bordados de prendas de vestir, además de tejidos y la talabartería en cuero); por su ubicación geográfica su suelo es apto para actividades agrícolas y ganaderas.

De acuerdo al censo realizado por el INEC en el año 2010 la parroquia La Esperanza cuenta con 7363 habitantes, entre las actividades económicas de la parroquia tenemos en orden de importancia las actividades productivas del sector: el comercio, restaurantes, hostales, transporte, construcción, servicios profesionales y gubernamentales, educación, esparcimiento, médicos, así como servicios personales de limpieza, domésticos, electricistas, etc. y servicios turísticos todos estos dando un porcentaje del 73%, mientras la

agricultura, ganadería, piscicultura, forestal y minería con un 14 %; seguido por la industria y manufactura con un 13% datos tomados censo INEC 2010

En esta parroquia el problema que se ha generado desde hace mucho tiempo atrás es el desempleo y la falta de ingresos necesarios para subsistir coadyuvando a esto además el mal estado de las carreteras.

El desempleo se da también porque en la mayoría de ocasiones se requiere de preparación académica, lo que impide el desarrollo económico del sector, existiendo una gran factibilidad con la realización de este proyecto, pues sus lineamientos tienden al desarrollo de las competencias emprendedoras en el ámbito de la empresa rural.

Considerado que el sector micro-empresarial representa el 60% de la población económicamente activa; la implementación de nuevas iniciativas de producción aumentaría el empleo y elevarían los ingresos de los habitantes de la parroquia, mejorando así el nivel y calidad de vida.

Sobre la empresa rural, se ha planteado las siguientes interrogantes ¿Tiene posibilidad de competir? ¿Va a subsistir en el futuro?.

La parroquia “La Esperanza”, cuenta con los elementos necesarios para generar múltiples oportunidades en beneficio del crecimiento comunal a través de la generación de empresas.

1.1.2. Situación Actual

La empresa en Ecuador, en América Latina y el mundo, se sustenta tanto en el nivel de generación de empleo y de ingresos como en su interacción en la red social creando nuevas oportunidades de promoción para las familias más pobres.

En base a lo expuesto, (Ruíz, 2004) señala: “Para muchos el término empresa pudiera relacionarse con otros términos como “subdesarrollo”,

“pobreza” y “sector informal”. Algunos autores explican la creación y existencia de las empresas como resultado de la incapacidad de un país para ofrecer empleo formal y como un elemento de subsistencia” (pág. 73)

Este criterio indica que la realidad actual de las zonas sean éstas urbanas y mucho más en las rurales, la calidad de vida de las poblaciones se deteriora, existiendo cada vez menos acceso a salud, vivienda, educación, vestido; debido en gran parte a altos índices de desempleo y pobreza.

La parroquia “La Esperanza” se caracteriza principalmente por su alta dedicación a la agricultura, ganadería y bordado, casi las tres cuartas partes de la población se dedican a estas actividades que en la actualidad no son rentables, pues los ingresos que logran obtener de estas, se hallan por debajo del valor de la canasta básica familiar, y más bien estas actividades son desarrolladas con el fin de obtener diariamente el alimento para su subsistencia, es decir se dedican a la producción de alimentos y crianza de animales para la venta pero también para su propia nutrición.

Pocas personas han incursionado en la generación de empresas, pero su debilidad radica en el desconocimiento general del ámbito empresarial, la mayoría implanta un negocio administrándola en forma empírica.

1.1.3. PROSPECTIVA

Día a día la competitividad seguirá creciendo dando su carácter de no estática, por lo que se debe generar proyectos sostenibles tomando en cuenta que es difícil mantenerse en el mercado y que ningún negocio tiene asegurado su permanencia, el éxito empresarial no solo radica en su permanencia sino en su crecimiento y posicionamiento.

La generación de emprendimientos ayudarían a minimizar la pobreza, generar puestos de trabajo; aumentar conocimientos técnicos sobre mercados, sectores o negocios concretos; mejoramiento de los ingresos de las familias y su nivel

socio-económico, logrando el bienestar y el buen vivir de los pobladores de la parroquia rural objeto de estudio.

También reactivaría la economía del lugar con la creación de empresas de distintos ámbitos: artesanal, turístico, productivo y agrícola entre las principales, conllevando a que sea un lugar reconocido a nivel nacional y hasta internacional.

Además se lograría que los emprendedores generen conocimientos, administrativos, tecnológicos, contables, tributarios de marketing y sobre el sector económico en el que se desarrollan mejorando su calidad de vida.

En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, constituyen una parte sustancial de la economía, permiten concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor, y son un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y disminución del índice de desempleo y pobreza.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La pobreza por la falta de oportunidades y fuentes de trabajo es uno de los principales puntos críticos del Ecuador, que se encuentra en vías de desarrollo, situación que puede empeorar, pudiendo llegar incluso a la indigencia de muchas personas.

Este problema se acentúa cada día más en las diferentes zonas del país principalmente en la rural, específicamente en la parroquia “La Esperanza” de la ciudad de Ibarra en donde el déficit alto en el sentido de empresa sin una organización, control, planeación y administración adecuada que permita optimizar los recursos económicos, materiales, talento humano y tecnológicos, ha conllevado a que las comunidades no se desarrollen en este ámbito.

El desconocimiento o empirismo de las personas nativas de la parroquia y miedo a todo lo relacionado al micro-emprendimiento no ha permitido la generación de nuevas oportunidades laborales en lugares como este, en donde no hay un fácil acceso a un trabajo permanente y la mayoría de las personas subsiste por su labor agrícola, ganadera y la dedicación principalmente de las mujeres a la elaboración de prendas bordadas, actividades que aparte de no ser adecuadamente remuneradas día a día se van debilitando, incidiendo directamente en el incremento del desempleo y el deterioro de los ingresos familiares.

Por la falta de organización y la dificultad por la deficiente estructura vial no ha permitido que la población se organice y busque alternativas de solución, conllevando esto a que los pobladores migren a la ciudad a fin, de buscar el sustento propio y para sus familias y un ingreso económico estable.

Por todo lo anterior es necesario crear propuestas de solución que permita a las personas acceder a fuentes de empleo generadas por los mismos, y, que a su vez permitan la satisfacción de las principales necesidades presentes en la comunidad, como es el abastecimiento de productos agrícolas y ganaderos, establecimiento de tiendas, centros de negocios, paraderos turísticos y farmacias.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuirá el desarrollo de una guía para generar pequeños negocios de emprendimiento en la población de la Parroquia “La Esperanza” al mejoramiento del nivel socioeconómico de las familias?

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General

Analizar los factores que generan la falta de actividades productivas y el bajo poder adquisitivo en la Parroquia la Esperanza, para determinar los aspectos fundamentales de su desarrollo económico.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la actual situación económica del sector objeto de estudio.
- Conocer con qué tipo de negocios se identifica la gente de la parroquia.
- Analizar las políticas de desarrollo local propuestas por la Gobierno Parroquial.

1.4.3. Objetivo General

Diseñar propuesta como guía para pequeños negocios de emprendimiento con la finalidad de motivar y crear un espíritu empresarial en los habitantes de la Esperanza.

1.4.4. Objetivos Específicos

- Establecer la importancia de la empresa en la disminución de la pobreza de un sector determinado.
- Determinar los requisitos necesarios para la implementación de una empresa.
- Conocer los aspectos relevantes para garantizar la gestión y sustentabilidad de una empresa.

1.5. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la situación económica en la población de la Parroquia La Esperanza?
- ¿Qué tipo de negocios se podrán implementar en la Esperanza y con cuales se identifica más su gente?
- ¿Cuáles son las políticas propuestas por El Gobierno Parroquial para tener un desarrollo local sostenido?
- ¿Por qué una de las maneras de reducir la pobreza y el desempleo es la generación de la empresa?
- ¿Cuáles son los requisitos para implementar una empresa?
- ¿Cómo contribuye al desarrollo económico la implantación de empresas en la parroquia La Esperanza?

1.6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Ecuador es un país rodeado de costumbres, tradiciones, cultura, en el que la crisis nacional y mundial afecta de una u otra manera a los sectores productivos: agrícola, industrial, manufacturero, de servicios etc., generando la desconfianza en ser entes más productivos.

El tema de investigación propuesto, es importante para la sociedad puesto que será un aporte significativo para la Parroquia “La Esperanza” potencializando el desarrollo económico del sector, servirá para que los habitantes tengan una herramienta para guiarse y emprender su propio negocio, convirtiéndose en empresario, lo que permitirá mejorar su poder adquisitivo y desde luego tener un sustancial crecimiento en su nivel y calidad de vida tanto personal como familiar. Lograr una equidad en la sociedad debe ser compromiso de todos quienes la conforman, se conseguirá bajo la aplicación de acciones responsables para tener como resultado un beneficio social.

Para los entes financieros si los habitantes de La Esperanza presentan ideas claras de negocios podrán calificarlos como personas que pueden acceder a créditos.

Con la utilización de la guía para generar pequeñas empresas a los comuneros se les facilitará generar sus propios emprendimientos, por lo que no tendrán una fuerte razón para emigrar a las grandes ciudades e incluso a otros países.

Para la implementación de esta propuesta se requiere de un gran proceso de sensibilización y contribución de un equipo suficiente, ya que uniendo talentos y esfuerzos se logrará un trabajo efectivo que vaya en beneficio del crecimiento y bienestar de la Parroquia.

La realización del presente proyecto tratará de contribuir al desarrollo de las competencias emprendedoras en el ámbito de la empresa rural, en donde se analizará el efecto que puede producir en estas zonas la creación de empresas para el desarrollo de a los habitantes del campo, es así que los beneficiarios directos serán los habitantes de la parroquia objeto de estudio y los indirectos los gobiernos locales, Gobiernos parroquiales, organizaciones y entidades públicas que se hallan inmersas en el ámbito de desarrollo socio-económico de la comunidad.

1.7. VIABILIDAD

El presente proyecto de investigación es viable por las siguientes bases:

- **Administrativamente**, puesto que se cuenta con la predisposición de la autora de la propuesta y la voluntad de los representantes de El Gobierno Parroquial para dar la información requerida en el momento que sea necesario.
- **Políticamente**, debido a que los dirigentes de la comunidad objeto de estudio, están de acuerdo con la elaboración y socialización de la guía micro-empresarial o de emprendimientos, ya que se estará

contribuyendo al Régimen del Buen Vivir que se encuentra estipulado en la Constitución del Estado del año 2008.

- **Técnicamente**, es viable la investigación porque se cuenta con conocimientos y la tutoría de profesionales de la Universidad Técnica del Norte.
- **Económicamente** debido a que no se desembolsará grandes cantidades de dinero los mismos que serán incurridos por parte de la investigadora y como consecuencia se obtendrá una propuesta de guía que será de utilidad para mejorar el nivel económico de la población.

Para la elaboración de este estudio existen bases bibliográficas como libros, revistas y documentos en el internet que pueden sustentar esta investigación, así como la ayuda de expertos en el tema que aportarán con su contingente y opinión.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Este apartado permite sustentar la investigación, desarrollándose cada aspecto relacionado con las principales variables que se describen a continuación:

- a)** Productiva
- b)** Económica
- c)** Organizativa

2.2. LA EMPRESA

2.2.1. HISTORIA DE LA PEQUEÑA EMPRESA

En el fin de la primera etapa de la revolución industrial inglesa (1760 a 1860) las pequeñas empresas surgieron en forma espontánea, sin necesidad de incentivos estatales para su evolución.

Siglos después, con el término de la II Guerra Mundial, en 1946, existió un "boom" en el desarrollo de las empresas a fin de absorber la mano de obra oriunda de la guerra y más recientemente, eventos como la crisis del petróleo de 1973 y la caída del muro de Berlín en 1989, también contribuyeron al desarrollo de este segmento, que se caracteriza por tener una estructura más ágil y flexible.

2.2.2. DEFINICIÓN

Arboleda citada por (Valenzuela, 2004), conceptúa a la empresa como:

“Aquella unidad socioeconómica permanente de producción de bienes o servicios orientados prioritariamente al mercado, frente al cual tiene un mínimo de regularidad, en la que no existe separación clara entre la propiedad sobre los medios de producción y la fuerza de trabajo aportada por el propietario y en la que una parte de las actividades del proceso de producción es realizada por operarios que en su mayoría ejecutan más de una de ellas”(pág. 251).

Las empresas son entidades conformadas por un pequeño número de empleados que laboran en ella, la actividad que realizan es la misma que las empresas medianas y grandes, tiene por finalidad la producción y comercialización de bienes o servicios para la satisfacción de necesidades de la comunidad, y con el objetivo de obtener una utilidad.

Una empresa, es una fuente generadora de empleo. Tomando en cuenta que no tienen un gran número de trabajadores, por lo general las pequeñas empresas hoy en día se dedican a la venta al detalle, su ámbito es muy competitivo, y su margen de utilidad no es altamente rentable, la mayor parte de las pequeñas empresas se dedican a la prestación de servicios y el resto a la transformación. Son organizaciones limitadas que ofrecen sus servicios a cambio de un beneficio, se encuentran en cualquier lugar; cuentan con un pequeño capital, y son propensos a desaparecer en forma esporádica.

2.2.3. LA EMPRESA RURAL

(Progenero-Promer, 2005), en el Manual de Empresa Rural con Enfoque de Género indica “Las Empresas Rurales (MER) son las unidades de producción de bienes y servicios, en el sector rural agrícola y no agrícola. En este tipo de unidades productivas él/la empresario/a y su familia suelen ser también trabajadores de la

empresa (administración de los propios titulares). Pueden contratar hasta diez operarios externos. En la MER existe escasa división del trabajo y laboran en pequeña escala (capital y ventas) para mercados locales y nacionales, preferentemente de forma individual”(p. 15-16).

Las empresas rurales por sus características de heterogeneidad, bajo nivel tecnológico, organizativo y baja rentabilidad son las que más atención necesitan en cuanto a su creación, desempeño y procesos laborales. La gran mayoría son dirigidas por personas que no tienen conocimiento sobre el ámbito empresarial por lo cual no logran mantenerse en el tiempo.

2.2.4. IMPORTANCIA

Para (Naranjo, 2007)en página webdocs.google.com: “La importancia de las pequeñas empresas en la producción de bienes y servicios, en nuestro país y el mundo muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental pues con su aporte ya sea produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo” (p. 8)

La importancia del sector micro empresarial, lo constituye su contribución y desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo para personas pobres. Por lo tanto su principal objetivo es la construcción de una sociedad más equitativa, en la que los beneficios del desarrollo sean compartidos por el mayor número de miembros de la sociedad, reconociéndose así que la pequeña y mediana empresa ofrece una oportunidad para la continua expansión del sistema económico del país.

2.2.5. OBJETIVOS

- Producir y distribuir bienes y servicios para la satisfacción de necesidades de la comunidad y obtener un beneficio económico.
- Sobresalir y prosperar, aun cuando las condiciones se han vuelto más difíciles, destinando una gran cantidad de esfuerzo y preparación constante para aprovechar de mejor manera las oportunidades.
- Contribuir a elevar el nivel de ingresos de la población.
- Crear un mecanismo redistributivo de la propiedad entre parientes y amigos que son quienes forjan una idea e inician una actividad industrial en pequeña escala.

2.2.6. CARACTERÍSTICAS

De acuerdo a lo expuesto por(Rodríguez, 2000), en el Segundo Simposio de Latinoamérica y El Caribe de la pequeña y mediana empresa (p. 22), los pequeños emprendimientos, como la empresa, en el área de negocios están, generalmente, delimitados por los siguientes factores o condiciones, que la caracterizan:

- **La empresa es de propiedad de un individuo o un pequeño grupo de personas;**
- **Ella es administrada por el o los propietarios de forma independiente y, cuando están a cargo de profesionales aquellos continúan siendo el principal centro de decisiones;**
- **Su capital es financiado, básicamente, por el o los propietarios;**
- **Tienen un área de operaciones limitada, generalmente, del lugar específico o, cuando más, la región donde están situados;**
- **Su actividad productiva no ocupa una posición destacada o de predominio en relación al mercado.**

En consecuencia, las empresas son pequeñas unidades comerciales situadas en una determinada región y directamente ligadas a esta, pudiendo añadirse, además, que, según lo expuesto por (Barrera, 2001) representante de la Cámara de la Pequeña Industria de Quito (CAPEIPI) en su exposición señaló que: **“Son Empresas las que emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares” (p. 2).**

Por otro lado según (Thompson,2007), en página web www.promonegocios.net: La Pequeña Empresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- El número total de trabajadores y empleados no excede de veinte personas.
- El valor total anual de las ventas no excede de veinte y cinco Unidades Impositivas Tributarias.
- Ritmo de crecimiento por lo común superior al de la empresa y puede ser aún mayor que el de la mediana o grande.
- Requerimiento de una mayor organización (que la empresa) en lo relacionado a coordinación del personal y de los recursos materiales, técnicos y financieros.
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional, y con las facilidades que proporciona la red de internet, puede traspasar las fronteras con sus productos (especialmente si son digitales, como software y libros digitales) y servicios.
- Está en plena competencia con empresas similares (otras pequeñas empresas que ofrecen productos y/o servicios similares o parecidos).
- Utiliza mano de obra directa, aunque en muchos casos tiene un alto grado de mecanización y tecnificación.
- En muchos casos son empresas familiares; en las cuales, a menudo la familia es parte de la fuerza laboral de la pequeña empresa. Por ejemplo, el esposo es el gerente general, la esposa la gerente comercial, el hijo mayor el jefe de ventas, etc., y además, todos ellos participan de una u otra manera en la producción o prestación de servicios.

- Su financiamiento, en la mayoría de los casos, procede de fuentes propias (ahorros personales) y en menor proporción, de préstamos bancarios, de terceros (familiares o amistades) o de inversionistas.
- El propietario o los propietarios de pequeñas empresas suelen tener un buen conocimiento del producto que ofrecen y/o servicio que prestan.
- El flujo de efectivo es uno de los principales problemas con los que atraviesa la pequeña empresa, especialmente en sus inicios.
- Realizan compras de productos y servicios a otras empresas y hacen uso de las innovaciones, lo cual, genera crecimiento económico.
- Un buen porcentaje de pequeñas empresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada que la mediana y grande empresa.
- En muchos casos, son proveedores de medianas y grandes empresas.

2.2.7. VENTAJAS

Para el mismo autor las ventajas y desventajas son las siguientes:

- a) Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleo.
- b) Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- c) Son flexibles adaptando sus productos a los cambios del mercado, además de la ausencia de la burocracia.

2.2.8. DESVENTAJAS

- a) La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.
- b) Utilizan tecnología ya superada.
- c) Sus integrantes no tienen conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- d) Dificultad de acceso a créditos.

2.3. TIPOS DE EMPRESA

(Parra, 2006), en documento webwww.gloobal.net describe desde una perspectiva más empírica, cuatro tipos de empresas rurales:

- a. **Producción agropecuaria tecnificada para el mercado moderno:** Son explotaciones agropecuarias que se relacionan con agentes comerciales cumpliendo con las condiciones de calidad, homogeneidad, cantidad y oportunidad de entrega del mercado. Las distingue de la producción primaria tradicional la vinculación al mercado moderno y, en función de ella, la modernización tecnológica. Se ubican aquí los proyectos tecnificados de producción de hortalizas, frutas y semejantes con destino a mercados modernos.
- b. **Comercialización:** Son unidades empresariales surgidas de la integración de unidades agropecuarias con el fin de adquirir insumos o de comercializar sus productos llegando al mercado con la oportunidad, las cantidades y los requisitos de calidad y homogeneidad exigidos por éste, condiciones que les permiten agregar valor y retener parte del valor agregado a la producción primaria.
- c. **Agroindustria:** Son unidades empresariales surgidas por lo general de la integración de productores agropecuarios, con el fin de efectuar procesos agroindustriales de transformación o procesamiento de la producción primaria, con el objetivo de llevarla al mercado moderno con un nuevo valor agregado y reteniendo parte de éste. Pertenecen a este tipo los proyectos agroindustriales adelantados por organizaciones campesinas, sean cooperativas o asociaciones de productores, o simplemente uniones temporales.
- d. **Bienes o servicios no agropecuarios:** Son unidades empresariales conformadas por integrantes de la comunidad rural que no realizan actividades agropecuarias o no dedican a ellas todo su tiempo disponible,

las cuales se dedican a realizar en la localidad actividades extra prediales de producción de bienes y servicios diferentes a la actividad agropecuaria. Aquí se ubican empresas similares, por su actividad y organización, a las empresas urbanas, que se dedican al comercio, la manufactura (madera, cuero, metal) y los servicios. Algunos de estos son específicos del área rural, como son los servicios que giran en torno al turismo, sea de tipo convencional, sea en las nuevas formas de turismo agrológico y ecológico.

Por otro lado la experiencia internacional respecto a esquemas de desarrollo de las pequeñas empresas permite distinguir cuatro tipos:

1) El Modelo Japonés

En el que la gran empresa es provista de bienes y servicios intermedios a través de la subcontratación de empresas medianas, las que a su vez subcontratan a empresas más pequeñas. Así, hay una integración vertical en el que la gran empresa sirve de locomotora de arrastre.

2) El Modelo Italiano

En el cual pequeñas empresas trabajan bajo esquemas de cooperación para atender demandas en el mercado de bienes finales, constituyendo un modelo de integración horizontal.

3) El Modelo Americano

Basado en las franquicias y en el que un gran número de pequeñas empresas forman una red, la que es liderada por una casa matriz o empresa líder.

4) El Modelo Canadiense

Sustentado principalmente en el apoyo estatal a las unidades productivas de menor escala.

En el Ecuador, no es claro el predominio de algunos de estos modelos, y, más bien, lo que existe es un vasto sector de micro empresas, con débil articulación vertical y horizontal. Esto refleja en una distribución por tamaños de las empresas con perfil distinto al de países desarrollados, es decir; una débil presencia de los estratos medianos y pequeños y un estrato de micro empresa desproporcionadamente grande y en muchos casos con escaso potencial de crecimiento.

2.3.1. ¿POR QUÉ NACE UN EMPRESARIO?

Un empresario nace debido a los siguientes aspectos:

- No soporta tener un jefe
- Le gusta ser independiente y luchar por obtener sus propios recursos.
- No consigue empleo
- Aprendió un oficio
- Su padre sentó las bases
- Fue despedido y le indemnizaron
- Con el sueldo del trabajo actual no le alcanza.

Las experiencias muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento la actividad económica y la generación de empleo.

La gran empresa, frente a la creciente apertura de la economía, tiende a adoptar tecnologías modernas para elevar la productividad del trabajo y mejorar su nivel de competitividad de modo que hay pocas posibilidades de incrementar el empleo en este segmento.

2.4. ADMINISTRACIÓN

La palabra administración está compuesta por los prefijos latinos:

AD = Más; MINUS = Menos; TRATOS = Tratado, Materia o Ciencia.

Definición:

Jiménez Willbur, citado por(Thompson M. , 2009) en página web administracionenteoria.blogspot.com define administración como: **“Una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzos cooperativos, a través de los cuales se puede alcanzar propósitos comunes que individualmente no es factible lograr”.**

La administración, en consecuencia, es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de una organización. Los buenos administradores cumplen esas tareas con eficacia y con eficiencia. Ser eficaz es alcanzar las metas organizacionales. Ser eficiente es hacerlo con el mínimo desperdicio de recursos; es decir, utilizar el dinero, el tiempo, los materiales y las personas de la mejor manera posible. Algunos administradores fracasan en ambos criterios, o se centran en uno a costa del otro. Los mejores mantienen la atención firme en ambos.

La administración que es el órgano específico encargado de hacer que los recursos sean productivos, esto es, con la responsabilidad de organizar el desarrollo económico.

La administración en las empresas modernas pequeñas y medianas está dividida entre los diversos agentes a los que van a darse atribuciones y funciones especializadas, que deben articularse en un conjunto coherente. Integra empresarios y promotores; administradores, técnicos y especialistas, que ocupan las posiciones clave en la organización y cuya acción se hace sentir en todas las áreas de la empresa.

2.4.1. IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

A Continuación se presentan los argumentos más relevantes que fundamenta la importancia de esta disciplina:

- **Universalidad:** Con la universalidad de la administración se demuestra que ésta es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social.
- **Simplificación del Trabajo:** Simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad.
- **Productividad y Eficiencia:** La productividad y eficiencia de cualquier empresa están en relación directa con la aplicación de una buena administración.
- **Bien Común:** A través de los principios de administración se contribuye al bienestar de la comunidad, ya que proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos. Todo esto de acuerdo a documento de página web:
www.mitecnologico.com/Main/ImportanciaAdministracion.

La importancia de la administración radica en que imparte efectividad a los esfuerzos humanos. Ayuda a obtener mejor personal, equipo, materiales, dinero y relaciones humanas. Se mantiene al frente de las condiciones cambiantes y proporciona previsión y creatividad. El mejoramiento es constante.

La mayor parte de los fracasos de los negocios se deben a una mala administración, en otras palabras el propietario carece de la habilidad necesaria para encontrar las soluciones requeridas, planear, organizar, dirigir y controlar su empresa.

2.4.2. RAZONES PARA UNA MALA ADMINISTRACIÓN

- a)** Falta de conocimientos sobre cómo operar un negocio en particular.
- b)** Escasa o nula experiencia anterior como administrador de un negocio.
- c)** Experiencia desbalanceada.
- d)** Incompetencia plena y abierta.

La habilidad administrativa es el ingrediente necesario para el éxito en cualquier empresa, es de gran importancia los conocimientos y experiencia administrativa en el manejo de cualquier clase de organismo social.

El papel desempeñado por la administración de empresas puede analizarse en el marco interno de la empresa, donde representa un recurso económico similar a los factores de producción y también con la perspectiva del desarrollo económico de un país donde se presenta como un factor vital del progreso y del crecimiento.

Se señala que la administración moderna está dividida entre diversos agentes a los que van a parar atribuciones y funciones especializadas que deben articularse en un conjunto coherente. Integra, en suma, empresarios y promotores, organizadores y conductores de hombres, técnicos y especialistas que ocupan posiciones clave en la empresa y cuya acción se hace sentir en todos los aspectos de la empresa.

2.4.3. FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN

Entre las funciones de la Administración se encuentran:

- **Planificación**

(Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchieri, 2007), en su libro Funciones de la Administración indican que: “La planificación intenta crear un puente entre una situación real actual de una

organización y una situación futura deseable. En este sentido, la planeación provee de un enfoque racional para lograr los objetivos e implica en sí misma, la capacidad de crear algo nuevo, constituyendo un proceso innovador y renovador” (págs. 48-49)

Es la etapa de investigación, definición y precisión. Consiste en la utilización de métodos o lógicas que permitan un desglose racional de las estrategias y objetivos globales en acciones con sus recursos necesarios a fin de que se puedan distribuir entre los miembros que las ejecutan en un período de tiempo determinado. En otras palabras implica: estrategias, objetivos, metas, recursos, tiempo.

- Organización

Así mismo (Boland, Carro, Stancatti, Gismano, & Banchieri, 2007) indican: “La estructura organizacional, su modelo de funcionamiento, es la forma en que se distribuyen las personas y las tareas en una organización a fin de hacer real el logro de sus objetivos. Por este motivo es importante reconocer que su diseño debe surgir de un estudio minucioso sobre cuáles son las mejores formas de integrar el trabajo con las personas (...), teniendo en cuenta también otros medios de que dispone la organización” (pág. 60)

Es el proceso de disponer y destinar el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización de forma tal que se puedan lograr los objetivos en forma eficiente. Es el establecimiento de reglas armonizadas que contribuyen al cumplimiento de los objetivos.

- Ejecución

Es el proceso de velar porque el grupo lleve a cabo sus funciones con eficiencia y entusiasmo.

- **Control**

(Rodríguez, 2005), en su libro Administración Moderna de Personal comenta lo siguiente: “El control implica medir los resultados de los planes, objetivos, presupuestos, para luego aplicar las acciones correctivas cuando sea necesario. Un control no necesita ser rígido, en el sentido de fijarse en todos los detalles, pero si tiene que concentrarse en las áreas de desempeño clave” (pág. 419).

Es el proceso Administrativo en el que se garantiza las actividades, con relación a los recursos. En este proceso se debe asegurar que las actividades reales correspondan a las actividades proyectadas. Este se inicia en el momento donde termina la planeación.

En el control funcionan tres etapas:

Establecer parámetros y métodos para medir el rendimiento:

- a) Medir el desempeño.
- b) Determinar si el rendimiento concuerda con el estándar.
- c) Tomar las medidas correctivas.

- **Dirección:**

Para el mismo autor “La dirección implica lograr que otros realicen las tareas necesarias motivándolos a lograr las metas de la organización. La dirección no solo se hace después de que terminan la planeación y la organización: es un elemento crucial de esas funciones” (pág. 10).

En síntesis el buen manejo de una empresa depende principalmente de la persona que se halle al frente.

2.4.4. ELEMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN

(Vigo, 2004), en su Manual para Dirigentes de Campamentos Organizados, pág. 31, establece que al hablar de Administración se tiene una serie de elementos constituyentes, que son:

- 1. Una organización o estructura planeada de manera que permita el buen funcionamiento de los procesos administrativos.**
- 2. Un grupo de miembros o asociados o personas comprometidas, a las cuales se procura beneficiar por medio de la organización proyectada.**
- 3. Personal a sueldo, o equipo técnico, que ha sido seleccionado y entrenado eficientemente para el ejercicio de sus funciones, que consisten en desempeñarse como ejecutivos.**
- 4. Plan de acción o programa de actividades, que son los medios o métodos que se ponen en marcha para alcanzar los propósitos y objetivos que hayan sido enunciados.**
- 5. Instalaciones y servicios o comodidades disponibles para el uso de los miembros, su alquiler o venta al público, que posibilitan el desarrollo de las actividades.**
- 6. Finanzas, que consiste en asegurar y controlar los fondos necesarios para el funcionamiento regular e incrementar el capital social.**
- 7. Relaciones públicas y comunales, que es establecer relaciones humanas, hacer conocer la institución, compartir los propósitos y comodidades con otros grupos sociales, dialogar y actuar junto a ellos en beneficio de la sociedad.**

La tarea del administrador puede variar infinitamente y se aplica a cualquier tipo o tamaño de organización. La teoría de la administración, surgió de la idea de buscar modelos y estrategias para la solución de problemas empresariales.

La tarea actual de la administración es interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformarlos a través de la planeación, la organización, la dirección y el control de las actividades, para lo cual se necesita de las siguientes habilidades o capacidades:

- EFICIENCIA

En página web: <http://definicion.de/eficiencia/> indica que la eficiencia: **“Está vinculada a utilizar los medios disponibles de manera racional para llegar a una meta. Se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos, lo que supone una optimización”**.

Es la capacidad de reducir al mínimo la cantidad de recursos usados para alcanzar los objetivos o fines de la organización, es decir, hacer correctamente las cosas. Es un concepto que se refiere a “insumo-productos”.

Se puede hacer aumento de la eficiencia cuando:

- a) Logramos incrementar la cantidad de producto obtenidos manteniendo constante el volumen de recursos empleados.
- b) Mantenemos constante la cantidad de productos obtenidos disminuyendo la cantidad de recurso empleado.

- EFICACIA

Es la capacidad para determinar los objetivos apropiados, es decir, cuando se consiguen las metas que se habían definido.

Estos dos conceptos están muy interrelacionado (eficiencia y eficacia) ya que la eficacia de un modelo, de un administrador, etc. estará íntimamente unida a la necesidad de ser o no eficiente. El ideal de este desempeño debe centrarse en ser eficaces de la forma más eficiente posible.

- PRODUCTIVIDAD

Según Zelaya en página web: www.elprisma.com “Productividad: es la relación entre la cantidad de insumos necesarios para producir un determinado bien o servicio. Es la obtención de los máximos resultados con el mínimo de recursos, en términos de eficiencia y eficacia”

Es la relación resultado (producto) e insumo dentro de un periodo con la debida consideración de la calidad, se puede expresar en la forma siguiente:

- a) Al acrecentar la producción (resultados) con los mismos insumos.
- b) Al disminuir los insumos manteniendo la misma producción.
- c) Al aumentar la producción y disminuir los insumo para cambiar la razón de un modo favorable.

- COORDINACIÓN DE RECURSOS

(Fxrader, 2010), en documento de página web:negociosyemprendimiento.com: “La organización, para lograr sus objetivos requiere de una serie de recursos, estos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos”

Existen tres tipos de recursos:

- **Recursos Materiales:** Aquí quedan comprendidos el dinero, las instalaciones físicas, la maquinaria, los muebles, las materias primas, etc.
- **Recursos Técnicos:** Bajo este rubro se listan los sistemas, procedimientos, organigramas, instructivos, etc.
- **Recursos Humanos:** No solo el esfuerzo o la actividad humana quedan comprendidos en este grupo, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, etc.

Los recursos humanos son más importantes que los otros dos, pueden mejorar y perfeccionar el empleo y diseño de los recursos materiales y técnicos, lo cual no sucede a la inversa.

Para administrar se requiere combinar, sistematizar y analizar estos tres tipos de recursos que interviene en el logro de un fin común.

2.4.5. ESTRUCTURAS DE ORGANIZACIÓN

La (Universidad de Champagnat, 2002), citando a Strategor en www.gestiopolis.com, manifiesta: “Estructura organizacionales el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad”.

Es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa. La estructura es intencionada en el sentido de que debe garantizar la asignación de todas las tareas necesarias para los cumplimientos de las metas, asignación que debe hacerse a las personas mejor capacitadas para realizar esas tareas.

El propósito de la estructura organizacional como instrumento administrativo, es contribuir a la creación de un entorno favorable para el desempeño humano.

2.4.5.1. ORGANIZACIÓN

La organización consiste en:

- a)** Identificación y clasificación de las actividades requeridas.
- b)** Agrupación de las actividades necesarias para el cumplimiento de los objetivos.
- c)** Asignación de grupos de actividades a un administrador con autoridad para supervisarlos.
- d)** Estipulación de coordinación horizontal y vertical en la estructura organizacional.

- **ORGANIZACIÓN FORMAL**

(Alonso, Ocegueda, & Castro, 2006), en su libro Teoría de las Organizaciones indica que la organización formal es: “El esquema

de división de tareas y poder entre la posición de la organización y las reglas que se espera que guíen la conducta de los participantes, definida por la administración” (pág. 21)

Es la estructura intencional de funciones en una empresa formalmente organizada.

La organización formal debe ser flexible, dar lugar a la discrecionalidad, la ventajosa utilización del talento creativo y el reconocimiento de los gustos y capacidades individuales en las organizaciones más formales.

En una situación grupal los esfuerzos individuales deben canalizarse hacia metas grupales y organizacionales.

- **ORGANIZACIÓN INFORMAL**

Para (Alonso, Ocegueda, & Castro, 2006), “La organización informal puede ser resultado más que nada, de los papeles que los miembros de un grupo de una empresa no satisfacen por completo a las necesidades u objetivos propuestos” (pág. 22)

Es el conjunto de actividades personales sin un propósito común consciente, aunque favorables a resultados comunes. Es una red de relaciones personales y sociales no establecida ni requerida por la organización formal pero que surge espontáneamente de la asociación entre sí de las personas.

Uno de los ejemplos más conocidos e importantes de las organizaciones informales, es la red natural de relaciones, que se presenta cuando los miembros de una organización formal adquieren tal conocimiento entre sí que comparten información relacionada de un modo u otro con la empresa.

2.4.5.2. ESTRUCTURA

Una estructura organizacional debe diseñarse para:

a) Determinar quien realizará cuales tareas y quien será responsable de qué resultados.

- b) Eliminar obstáculos al desempeño por confusión e incertidumbre de asignar actividades.
- c) Tender redes de toma de decisiones y comunicación que apoyen a los objetivos empresariales.

- **ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

(Galán, 2006) en su libro Diseño Organizativo, proporciona un esquema generalmente aceptado en torno a los componentes de la organización:

- a) **El Núcleo Operativo.** Hace referencia a aquellos trabajos que se relacionan directamente con el trabajo básico de producción de bienes y servicios

Este es el centro de toda organización ya que se ocupa de ejecutar las actividades básicas para las que la organización ha sido creada

- b) **La Línea Media:** Esta va desde los altos gerentes, a los supervisores de contacto. En una supervisión directa, el gerente de línea media ejecutaría las siguientes tareas:

- Recoger información retroalimentada de su propia unidad.
- Enviar parte de la misma a los gerentes que se encuentran por encima de él.
- Intervenir en la corriente de decisiones.
- Ante problemas o propuestas de cambio, ocuparse de lo que le compete y el resto elevarlo al nivel superior.

- c) **La Cumbre Estratégica: Se encuentra en la alta dirección de la empresa y su responsabilidad es global y de conjunto.**

Está integrada por las personas encargadas de la responsabilidad general de la organización como director general y gerentes de alto nivel, los cuales se encargan de: Asegurar que la organización cumpla su misión de manera

efectiva, administrar las condiciones fronterizas de la organización (las relaciones con su ambiente) y formular estrategias.

d) La Tecno Estructura: Está formada por analistas que no son directivos de línea (no están involucrados en la ejecución directa del trabajo de la empresa. Por tanto no participan en el flujo de trabajo, sino que lo diseñan y planifican.

Es efectiva sólo cuando puede usar sus modelos analíticos, para hacer más efectivo el trabajo de otros. Está formada por analistas encargados de la adaptación que radica en cambiar la organización para adecuarla al cambio ambiental, y por analistas encargados del control quienes estabilizan y estandarizan esquemas de actividad en la organización. (págs. 21-28)

2.5. MERCADO

Al referirse al «mercado» los norteamericanos William STANTON, Michael ETZEL y Bruce WALKER, 2004) afirman que el «mercado»:

“Consiste en la gente u organizaciones con necesidades a satisfacer, dinero para gastarlo y la disposición de hacerlo. Los programas de marketing se dirigen a mercado que aceptan o rechazan la oferta. Los mercados se componen de clientes actuales o prospectos, que se definen como cualquier persona o grupo con los que el mercadólogo tiene una relación de intercambio actual o potencial”(pág. 6).

La definición anterior, circunscrita al aspecto económico da a entender que el mercado es cualquier conjunto de transacciones, acuerdos o intercambios de bienes y servicios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

En cambio para (López, Hirma, 2003):**“El mercado es todo ambiente donde compradores y vendedores están continuamente realizando transacciones económicas ya sea que estas tengan lugar en una oficina, en la bolsa de valores, en un café, etc. Toda actividad gira en torno a los "precios" que de acuerdo con su nivel, le estará cerrando la puerta a muchos consumidores, o abriéndola ampliamente a otros que en forma tal que el consumo se incrementa”** (pág. 2).

De la definición de López Hirma, puede deducirse que el mercado es el lugar al que acuden periódicamente compradores y vendedores para efectuar el intercambio de productos y servicios.

2.5.1. OFERTA

Para los norteamericanos (Charles, LAMB; Joseph HAIR y Carl McDANIEL, 2005) la oferta está definida como: “La cantidad de un producto que será ofrecida al mercado por un proveedor o proveedores adversos precios por determinado tiempo. A mayores precios los fabricantes obtendrán más recursos”(pág. 592).

La oferta representa la relación entre el precio de mercado de un bien y la cantidad de ese mismo bien que los productores están dispuestos a producir y a vender.

2.5.2. DEMANDA

Los norteamericanos Philip, KOTLER y Kevin, KELLER, 2005) se refieren a la demanda cuando expresan que: **“En economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor”** (pág. 1).

Las demandas son deseos de productos específicos que están respaldados por una capacidad de pago. Las empresas deben calcular no solo cuantas personas desean su producto, sino también cuantas estarían dispuestas o serían capaces de adquirirlo. Estas distinciones permiten analizar la crítica habitual que afirma que “los mercadólogos crean necesidades” o que “los mercadólogos hacen que la gente compre cosas que en realidad no desea”. Pues bien, los profesionales del marketing no crean necesidades, sino que estas les preceden.

2.5.3. PRECIO

Según los autores William STANTON, Michael ETZEL y Bruce WALKER, 2004): “Poner el precio base para un producto es una decisión de marketing. Otras estrategias necesarias corresponden al cambio de precios, a asignar precios a artículos relacionados entre sí dentro de una línea de producto, a los términos de la venta y a los posibles descuentos. Una decisión especialmente difícil es la de elegir el precio de un producto nuevo” (pág. 18).

En el marketing, el precio es visto como elemento esencial, no sólo por la posibilidad de generar lucro, sino principalmente por causa de la percepción que el precio puede pagar al consumidor. Al final, este ítem influencia directamente con la percepción que el consumidor tiene respecto de la calidad del producto. En el supermercado, delante de dos productos iguales, el cliente tiende a creer que el producto más caro es de mejor calidad mientras a un precio menor la calidad será menor.

Por ello, en el marketing, el precio nunca es visto aisladamente y va mucho más allá de la fórmula costos de producción más lucro.

2.5.4. PLAZA

Para los autores norteamericanos Roger KERIN, Eric BERKOWITZ, Steven HARTLEY y William RUDELIUS, 2004): “El punto de

distribución es un factor importante en la creación de la estrategia de marketing debido a la inseparabilidad entre servicio y productos. Históricamente, en el marketing de los servicios se ha prestado poca atención a la distribución. Sin embargo, a medida que la competencia aumenta, el valor de la distribución conveniente se está empezando a reconocer”. (pág. 375)

A la plaza también se conoce como política de distribución, que consiste en escoger el mejor mercado para llegar al máximo de consumidores a un menor costo. La localización es un factor muy importante para satisfacer a los consumidores, fuera de un fácil acceso, con estacionamiento adecuado, el ambiente interno de la empresa debe ser agradable y todas las necesidades de los clientes deben ser atendidas con calidad.

2.5.5. PROMOCIÓN

La autora Cateora GRAHAM, 2006, señala que la «promoción» consiste en:

“Actividades de marketing que estimulan las compras de los consumidores y mejoran la efectividad de los vendedores al público o intermediarios y la cooperación entre ellos. Descuentos, demostraciones en tiendas, muestras, cupones, regalos, productos relacionados, concursos, juegos, el patrocinio de eventos especiales como conciertos y ferias (incluso desfiles) y los desplegados de puntos de compra son tipos de dispositivos de promoción de ventas que están diseñados para complementar la publicidad y las ventas personales en la mezcla promocional. Las promociones de venta son esfuerzos de corto plazo que se dirigen hacia el consumidor o vendedor al público con el fin de obtener objetivos específicos como la prueba del producto, fomentar la adquisición del producto en las tiendas y aprovechar la publicidad y esfuerzo de ventas personales”. (pág. 468)

Es obvio que tratándose esta investigación de la “empresa”, las herramientas de la comunicación para la «promoción», distan de las utilizadas por las grandes empresas o grupos financieros.

El autor Eduardo JEREZ SANTIBÁÑEZ (2005, Pág. 2) en su Plan de Comercialización para Empresas Centro Peñasol, Fundación Solidaria Trabajo para un Hermano, de Peñalolén, Chile, señala que las herramientas de comunicación consistentes en técnicas de persuasión masivas que permiten informar todo lo relacionado con el producto a través de argumentos de ventas, son las siguientes

“Promoción de Ventas: Es una técnica de persuasión individual que se usa para motivar al consumidor llevándolo a la acción de compra. Se realiza en el punto de venta. Por ejemplo la degustación en local de cierto alimento.

Venta Personal o Fuerza de ventas Es un tipo de promoción de persuasión personal a fin de llevar el producto en forma directa al consumidor. Por ejemplo la venta a casa o puerta a puerta de queso, libros etc.

Relaciones Públicas (R.R.P.P.) Es la técnica usada para proyectar su imagen. Es persuasiva tanto en forma individual como masiva”.

2.6. ELEMENTOS QUE CONFIGURAN LA POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

- **Canales de Distribución**

Según (Wikipedia, 2012) es el “Conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores.”

Los canales de distribución son:

Productor.

Mayorista.

Minorista.

Consumidor.

Pueden escogerse las siguientes formas de hacer llegar el producto al consumidor:

- Del productor al mayorista, del mayorista al minorista y del minorista al consumidor.
- Del productor al consumidor.
- Del productor al mayorista y de éste al consumidor.
- Del productor al minorista y de éste al consumidor. (www.gestiopolis.com, 2002)

- **Planificación de la Distribución**

La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).

- **Distribución Física**

(Gestiopolis.com, 2002): La distribución física de productos es un tema que se relaciona directamente con el mercadeo. Dicho en forma simple la distribución física es llevar el producto desde el centro de producción al consumidor final, no se debe confundir las decisiones sobre los canales de distribución y las de distribución física.

Las primeras tienen relación con los intermediarios comerciales que se utilizarán. La segunda está relacionada con las actividades de control y administración de inventarios, envasado, almacenamiento en lugar de producción, transporte, almacenamiento de lugar de envío y entrega del producto al cliente final.

Dependiendo del tipo de producto la distribución física será más o menos compleja.

Al igual los costos variarán considerablemente, tratándose de uno u otro. No es lo mismo distribuir físicamente productos perecibles o no perecibles, líquidos o

sólidos, inflamables o inocuos, gaseosos o no gaseosos, pequeños de tamaño o muy grandes.

- **Merchandising**

En el libro Merchandising (Bort, 2004), indica: “Merchandising está compuesto por la palabra <merchandise> cuyo significado es mercancía y la terminación <ing> que significa acción su significado en la práctica es mucho más amplio” (pág. 19)

Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

2.7. SERVICIO

Los autores (Roger Kerin, Eric Berkowitz, Steven Hartley y William Rudelius, 2007, pág. 18), señalan que: “Los servicios son elementos intangibles, tales como viajes en una línea aérea, consejo financiero o llamadas telefónicas. Las ideas son intangibles que implican pensamientos sobre acciones o causas. Las ideas son comercializadas más frecuentemente por organizaciones sin fines de lucro o del gobierno”.

2.7.1. Servicio al cliente una potente herramienta de marketing

Una de las herramientas más eficaces y usadas por las empresas para diferenciarse de su competencia y desarrollar ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente.

La Administradora del Instituto de Negociación y Ventas de Portugal, (Ana Teresa Penim, 2008, pág. 12) señala que el «buen servicio» depende de tres pre-requisitos fundamentales:

- A. “Capacidades técnicas de comportamiento del profesional: quien debe empeñarse en conocer profundamente las características técnicas de los productos que vende y de los servicios que presta, sea como procedimientos de operación o de servicio (...)**

- B. Nivel de confianza en los productos/servicios: Mientras mayor sea el conocimiento del servicio que presta, mayor será su nivel de confianza (...).**

- C. Estado emocional de quien atiende: El comportamiento de un verdadero profesional no se deja influenciar negativamente por cuestiones o problemas personales. El autoconocimiento y el auto control constituyen, por eso, herramientas fundamentales de un buen profesional”.**

2.8. EL PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios es un documento por el cual el emprendedor formaliza los estudios relacionados con sus ideas transformándolas en un negocio. En el Plan de Negocios debe registrarse el concepto de negocio, los riesgos, las eventuales contingencias, el perfil de la clientela, las estrategias de marketing, dejando constancia que en este plan puedan ser partícipes tanto socios como inversionistas.

El plan de negocios no tiene un carácter estático, sino que dinámico, ya que en la medida en que haya mudanzas en el escenario del mercado, de la economía, de la tecnología o de las acciones de los competidores, debe ser hecha la revisión del Plan de Negocios. Esto en general requiere, a lo menos, una revisión semestral del plan, pero dependiendo ello del tipo de negocio y de la situación del mercado puede ser necesaria una revisión en períodos mayores o menores.

El valor principal de un plan de negocios será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de investigación aplicados en el desarrollo de este proyecto fueron: Bibliográfica-Documental, Exploratoria – Descriptiva, De Campo y Propositiva.

3.1.1. Bibliográfica-Documental

(Eyssautier de la Mora, 2006), en el libro Metodología de la Investigación, sobre este aspecto indica: “Es aquella que depende exclusivamente de fuentes de datos secundarios, o sea, aquella información que existe en documentos y material de índole permanente y a la que puede acudir como fuente de referencia en cualquier momento y lugar sin alterar su naturaleza o sentido de poder comprobar su autenticidad” (Pág. 159).

Este tipo de investigación fue utilizado para recoger información conceptual y teórica que sirvió para fundamentar principalmente el Marco Teórico, además de permitir la consulta de temas que se hallaron en fuentes secundarias: libros, revistas, documentos de sitios web entre otros.

3.1.2. Exploratoria

Tuvo sentido exploratorio ya que se indagó un problema poco investigado en un contexto particular, es decir se buscó información sobre las preferencias y habilidades de trabajo que tienen las personas de la parroquia La Esperanza, también se analizó el arte y la cultura que identifican a este sector.

En conformidad con lo antes mencionado en la Metodología de la Investigación Científica y Bioestadística, (Díaz, 2006), afirma que las investigaciones exploratorias: “...se efectúan, normalmente, cuando el objeto es examinar un tema o un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el tema de estudio” (pág. 126).

3.1.3. Descriptiva

De la fase exploratoria se pasó a la descriptiva en donde se examinó la economía rural existente, como un proceso más amplio al cual se articulan diversas actividades, es posible identificar nuevas alternativas para los productores y la agricultura deja de ser la única opción. Es posible identificar actividades de generación de empleo e ingresos en el sistema agropecuario – agroindustrial, capaces de dinamizar el desarrollo de estos sectores.

3.1.4. De Campo

Se aplicó directamente los instrumentos de investigación en el lugar de estudio, encuestas a los pobladores y entrevistas a los dirigentes parroquiales.

En la revista(Gestión 2000, 2008), se expone: “La investigación de campo está desarrollada por investigadores que salen a la calle o que prueban el producto o servicio en su entorno. Por tanto, este tipo de investigación podría incluir entrevistas, discusiones de grupos, visitas a tiendas o pruebas de un producto por parte del público” (Pág. 40).

3.1.5. Propositiva

Se propuso la creación de una guía que servirá como base para que los habitantes de este sector puedan emprender pequeños proyectos productivos que servirán para poder crecer económicamente y mejorar su calidad de vida.

3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación utilizado en este proyecto fue el No Experimental, al respecto en Manual de Orientación en Investigación desarrollado por (Benalcázar, Barreno, Rosero, & otros, 2011), manifiestan que: “El diseño no experimental está orientado a estudios más cualitativos, no presenta hipótesis, en consecuencia no hay manipulación de variables, aunque estas estén implícitas en la investigación” (pág. 27).

Para el desarrollo del proceso investigativo, no se utilizó hipótesis pero se planteó interrogantes con el propósito de recopilar información cualitativa, relevante de la realidad de la Parroquia, que permitió en lo posterior tomar decisiones y establecer políticas tendientes al avance de esta propuesta.

Por otro lado la investigación fue de corte transversal ya que la obtención de la información se realizó en el periodo 2011-2012.

3.3. DEFINICIÓN DE VARIABLES

- **Económica.-** Se refiere a la economía como el estudio de las condiciones bajo las cuales se puede maximizar el bienestar de una comunidad, entendiendo como un sistema social.
- **Productiva.-** Es aquel conjunto de elementos, personas y acciones que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole.

- **Organizativa.-** Es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, regulada y ordenada por normas y reglas logren determinados fines.
- **Legal.-** Se refiere a las disposiciones, ordenanzas, requisitos que se deben cumplir para implementar un emprendimiento.

3.3.1. PROBLEMA

Objetivo: Analizar los factores que generan la falta de actividades productivas y bajo poder adquisitivo en la parroquia “La Esperanza”, para determinar los aspectos fundamentales que determinan su estancamiento económico.

3.3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
PRODUCTIVA	Todas las actividades económicas a las que se dedican los pobladores de la Parroquia La Esperanza	Actividades Económicas de las Fuentes de Ingreso	Pobladores de la Parroquia La Esperanza	Encuesta y Entrevista	Cuestionario: de la Encuesta y de la Entrevista
		Tipos de cultivos			
		Insumos para los cultivos			
		Tenencia de semovientes			
		Lugar donde se obtiene el alimento			
ECONÓMICA	Los ingresos económicos de la población de la Parroquia de La Esperanza	Niveles de ingresos	Pobladores de la Parroquia La Esperanza	Encuesta	Cuestionario: de la Encuesta y de la Entrevista
		Oportunidades de trabajo			
		Conocimiento de administración			
		Conocimiento sobre presupuesto			
		Conocimiento de contabilidad de una empresa			
ORGANIZATIVA	Determinar si existen organizaciones productivas en la Parroquia de la Esperanza	Cantidad de Asociaciones u organizaciones productivas	Pobladores de la Parroquia La Esperanza	Encuesta y Entrevista	Cuestionario: de la Encuesta y de la Entrevista
		Políticas para poder emprender			

3.3.3. PROPUESTA

3.3.3.1. Diseñar una guía para generar pequeños negocios de emprendimiento con la finalidad de motivar y crear un espíritu empresarial en los habitantes de la Esperanza.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
ORGANIZATIVA	Cantidad de pobladores de la Esperanza que tienen negocios y no están constituidos de forma legal necesitan una guía, así como los que quieren ser nuevos emprendedores	Número de Empresarios	Pobladores de la Parroquia La Esperanza	Encuesta	Cuestionario de la Encuesta y de la Entrevista
		Aceptación de una Guía para Emprendedores			
		Posibles Emprendedores			
PRODUCTIVA	Posibles y nuevas actividades a poner en marcha	Necesidades de la comunidad		Encuesta y Entrevista	
		Comercialización de los productos			
LEGAL	Dar a conocer los trámites necesarios para mantener y empezar emprendimientos económicos en la parroquia la Esperanza	Conocimiento para poder Emprender			
		Procesos para Emprender			
		Trámites a seguir			
DISEÑO Y VALIDEZ DE LA GUÍA	Estructurar la Guía y validar la misma mediante juicio de expertos	Estructura interna, sintaxis, redacción y ortografía, validez del contenido	Profesionales y técnicos e información primaria y secundaria	Observación de expertos	Lista de cotejos

3.4. POBLACIÓN

La presente investigación se realizó a personas que forman parte medular del estudio como son:

3.4.1. Población de la Parroquia La Esperanza

La población tomada en cuenta, fue la comprendida entre los 20 a 59 años de edad pertenecientes a la comunidad objeto de estudio.

De acuerdo a datos obtenidos del INEC, del censo realizado en el año 2010 y proyectado al 2012 con una tasa de crecimiento de 1.15% en los hombres y 1.03% en mujeres, se obtuvieron los siguientes datos:

Proyección 2012		
Año	Hombres	Mujeres
2010	3686	3677
2011	3728	3715
2012	3771	3753
Total	7524 habitantes	

Elaborado Por: Autora de la Investigación

Fuente INEC

El porcentaje de población de hombres en las edades de 20 a 59 años es de 22,53% teniendo 850 personas, a esto le sumamos el porcentaje de mujeres que es 24,89% teniendo 934 personas, sumados los dos géneros se obtuvo un total de 1784 habitantes; dado que la población es grande mediante métodos estadísticos se obtuvo una muestra.

Para este caso la población es finita por ende se utiliza un margen de error del 5% del error estadístico.

n =Tamaño de la Muestra.

δ = Varianza = 0.5

ε = Error 0,05

N = Tamaño de la población (1784).

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

N_c =95% Z =1.96

3.4.2. CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 (1784)}{(1784 - 1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(1784)}{(1783)(0.0025) + (0.25)(3.8416)}$$

$$n = \frac{1713.35}{4.45 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1713.35}{5,41}$$

$$n = 320,7$$

n = 321 habitantes

Para la realización del diagnóstico se encuestó a **152 hombres** que representa el 47,4% y **169 mujeres** que representa el 52,6 % de la población investigada.

3.5. MÉTODOS

3.5.1. MÉTODO INDUCTIVO

En la Metodología de la Investigación: La creatividad el Rigor del estudio (Rodríguez, 2005) explica: “Es el proceso que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados” (pág. 29).

Este método permitió un análisis particular de los aspectos relacionados con el tema de estudio y de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación, para luego formular conclusiones y recomendaciones amplias, que servirán como base a quienes estén interesados en desarrollar proyectos que mejoren las condiciones de vida de los habitantes de la Esperanza.

3.5.2. MÉTODO DEDUCTIVO

(Bernal C. , 2010), en Metodología de la Investigación indica que: “Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (pág. 59).

La pobreza y el desempleo es un gran problema que aqueja a la sociedad actual, con este método podremos llegar a definir los efectos que se producen en este sector de la provincia de Imbabura, por falta de guías didácticas de emprendimientos.

3.5.3. MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO

Consiste en la descomposición mental del objetivo estudiado en sus distintos elementos o partes componentes para obtener nuevos conocimientos acerca de dicho objeto. Tal como ocurre con la estrecha vinculación existente entre la deducción y la inducción, sucede con los procesos mentales del análisis y la síntesis: son procesos profundamente unidos inherentes al acto humano de pensar. (Hurtado & Toro, 2007), Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios, pág. 65.

Se estudió las bondades culturales, artísticas de la región, llegando a evidenciar que existen alternativas de emprendimiento, asociatividad y progreso de los habitantes de este sector, a través de la información primaria y secundaria obtenida la cual fue analizada y sintetizada en una propuesta.

3.6. TÉCNICAS

3.6.1. ENCUESTA

(Díaz de Rada, 2001), citando a Mayntz en Diseño y Elaboración de Cuestionarios para la Investigación Comercial expresa: “La encuesta es la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que se desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados” (pág. 13).

Esta técnica se empleó con el fin de recabar información oportuna y verás de los habitantes de la Parroquia La Esperanza, con la utilización de un cuestionario estructurado como instrumento, donde se planteó interrogantes objetivas, que sirvieron como base fundamental para la implementación de la guía para generar pequeños emprendimientos, teniendo presente errores estandarizados y otras normas acerca del estudio de campo.

3.6.2. ENTREVISTA

En Investigación Socioeducativa (Fraga, Herrera, & Fraga, 2007), establecen que la entrevista: “...es una técnica de acceso a la información muy empleada en la evaluación y en procesos de orientación” (...), “las entrevistas son definidas por autores como Parlett y Hamilton (1983) como un encuentro verbal; es decir como una interacción humana entre dos, o más personas, cuya función básica es obtener la perspectiva que el entrevistado tiene de un fenómeno o concepto concreto” (Pág. 72).

Esta técnica fue aplicada a los dirigentes y autoridades de la parroquia “La Esperanza” con la finalidad de conocer más a fondo la realidad de los habitantes en cuanto a su calidad de vida. Esta se realizó a través de un cuestionario estructurado.

3.7. INSTRUMENTOS

El Manual de Orientación en Investigación de (Benalcázar, Barreno, Rosero, & otros, 2011), indica que: “Los instrumentos son herramientas de carácter técnico debidamente contruidos, que en investigación sirven para recabar información primaria, es decir, directamente de la fuente donde se genera, por lo tanto estos son: cuestionario de encuesta o de entrevista y ficha de observación, principalmente” (pág. 60)

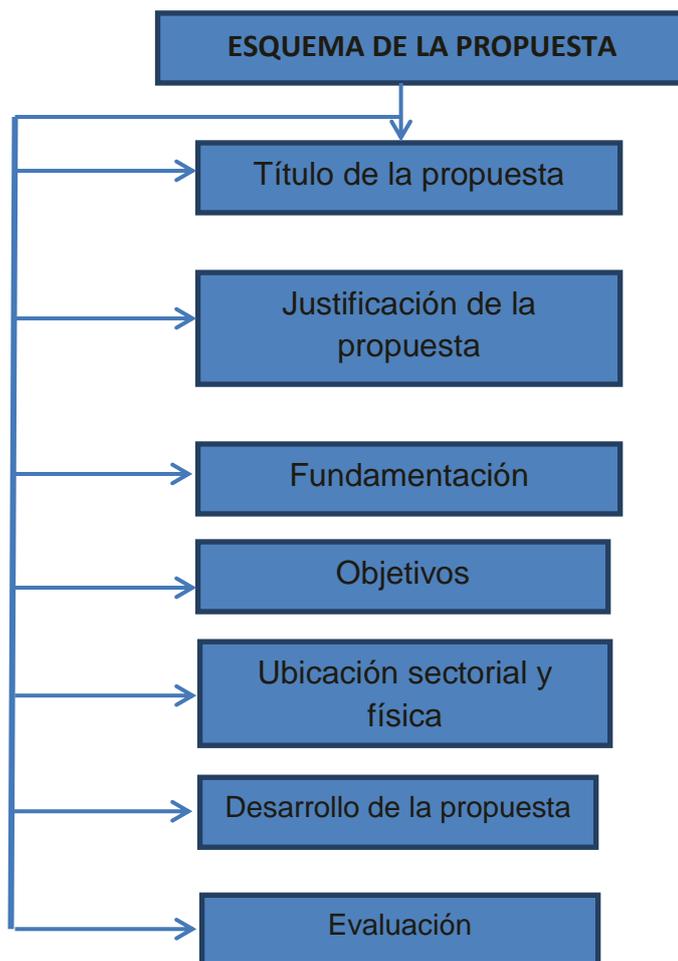
Los instrumentos utilizados fueron: Cuestionario para la encuesta y medios Tecnológicos

3.8. PROCESO PARA OBTENER LOS RESULTADOS

- Determinación del Tema y Problema
- Declaración de Objetivos y Preguntas de Investigación

- Establecimiento de la Justificación y Viabilidad
- Desarrollo del Marco Teórico
- Construcción de la Metodología
- Aplicación de las Técnicas de Investigación
- Tabulación y Análisis de Resultados
- Descripción de la Posible Propuesta

3.9. PROCESO PARA CONSTRUIR LA PROPUESTA



El título de la propuesta será Guía para Generar Pequeños Negocios de Emprendimiento. Esta se justifica primeramente porque en la investigación el 85% de encuestados manifestaron la necesidad de una guía para generar pequeños negocios que les permita tener por lo menos una idea de lo que deben hacer para lograr generar recursos económicos y por otro lado el desconocimiento en lo referente a la parte

legal, administrativa y contable de quienes ya tienen sus negocios y de los que quieren emprender no les permite mejorar su calidad de vida. Para esto la propuesta será fundamentada con bases teóricas existentes sobre el mercado, oferta, demanda, precios, canales de comercialización, forma legal del negocio, forma de administrarlo y requisitos mínimos que debe tener en cuenta para iniciar un negocio y mantenerlo. Los objetivos específicos de la propuesta permitirán cumplir con el objetivo general que es motivar y crear un espíritu empresarial en los habitantes de la parroquia La Esperanza.

La guía para generar pequeños negocios de emprendimiento se desarrolló con el estudio realizado en la parroquia La Esperanza pero eso no quiere decir que la misma solo pueda utilizarse en ese lugar, sino que también servirá para todas aquellas personas que quieran emprender y ser una fuente generadora de recursos económicos, empleo y desarrollo para la sociedad.

La propuesta está desarrollada de manera que, quien desee emprender analice el mercado al que va a dirigir y su idea de negocio satisfaga una necesidad identificada, y, para quienes ya tienen una empresa no se estanquen y observen lo que pueden realizar con lo referente a la parte administrativa, legal y tributaria de su negocio y los requisitos legales necesarios para que al emprendedor no le sorprendan con multas y obstrucciones para seguir adelante con la empresa. Al final se presentó una evaluación para que el lector pueda identificar en qué nivel se halla sobre conocimientos de micro-emprendimientos.

3.10. TRASCENDENCIA CIENTÍFICA O VALOR PRÁCTICO DEL ESTUDIO.

La creación de una guía micro-empresarial de emprendimiento de forma general contribuirá, no solamente a los habitantes de la parroquia La Esperanza, para generar su propia riqueza sino podrá ser base para adaptarlo a las realidades de otras parroquias.

Particularmente la guía de emprendimiento será una forma de orientar, formar y asesorar a quienes de una u otra manera saben que quieren construir algo propio, pero no tienen el conocimiento necesario para desarrollarlo.

Dicha guía además servirá para evitar posibles cierres y multas a pequeñas empresas que desconocen sobre los trámites que debe seguirse para crear una empresa y mantenerla, ya que se establecerá como un instrumento útil de gestión diaria.

Por tanto la guía se establecerá como un manual de orientación paso a paso, que podrá seguir el emprendedor para transformar su idea inicial en un plan práctico y real, que permitirá afrontar con éxito la acción de hacer realidad su auto empleo o la creación de su propia empresa.

Por otro lado la guía será sustentada en base a las diferentes teorías sobre oferta, demanda, precio, publicidad y marketing, canales de distribución, rentas, aspectos legales y jurídicos, así también de los elementos referentes a la pequeña empresa.

Es necesaria la fundamentación de las diferentes fuerzas del mercado para el desarrollo de la guía así: acerca de la oferta se tendrá claro los bienes, productos o servicios que los emprendedores piensan ofertar atendiendo a diversos aspectos que juegan un papel importante en el mercado como son el precio, tecnología existente para realizar el producto, mano de obra, inversión, rentabilidad, demanda.

Así, cada empresa asegurará su estabilidad, y el mejoramiento de la economía familiar de los socios y socias, con pleno conocimiento acerca del bien o servicio que va a ofertar y podrá mantenerse en el mercado, habiendo atendido además a los primeros aspectos que son los legales y jurídicos de constitución de empresas.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La información descrita en este apartado se obtuvo mediante un proceso, en el cual se destacó las relaciones fundamentales de acuerdo con las preguntas planteadas, mismas que respondieron a los objetivos de investigación, para esto fue necesario apoyarse en el marco teórico y en la información de datos recopilados.

Para la recopilación de la información primaria, en la investigación se planteó dos técnicas 1) encuestas: dirigidas a los pobladores de la parroquia “La Esperanza” con el fin de obtener información relevante respecto a las variables empresa y desarrollo socio-económico; y 2) entrevistas a los dirigentes de la Gobierno Parroquial: Sra. Ana Carrillo Presidenta de la Gobierno Parroquial, Sr. Jaime Matango Teniente Político, Sra. Norma Vega vocal de la Gobierno y Sra. Sandra Trejo Pobladora con la finalidad de poder desarrollar otros indicadores inmersos en las variables, llegando a obtener los siguientes resultados:

Los resultados obtenidos de las encuestas fueron tabulados y analizados con el interés de responder a las preguntas de investigación, mientras que en lo referente a las entrevistas mediante un cuadro, se destaca las respuestas dadas por los entrevistados concentrado la información de mayor relevancia para el estudio.

4.1. PREGUNTAS

ENCUESTA REALIZADA A LOS POBLADORES DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

1. ¿A QUÉ ACTIVIDAD ECONÓMICA SE DEDICA UD?

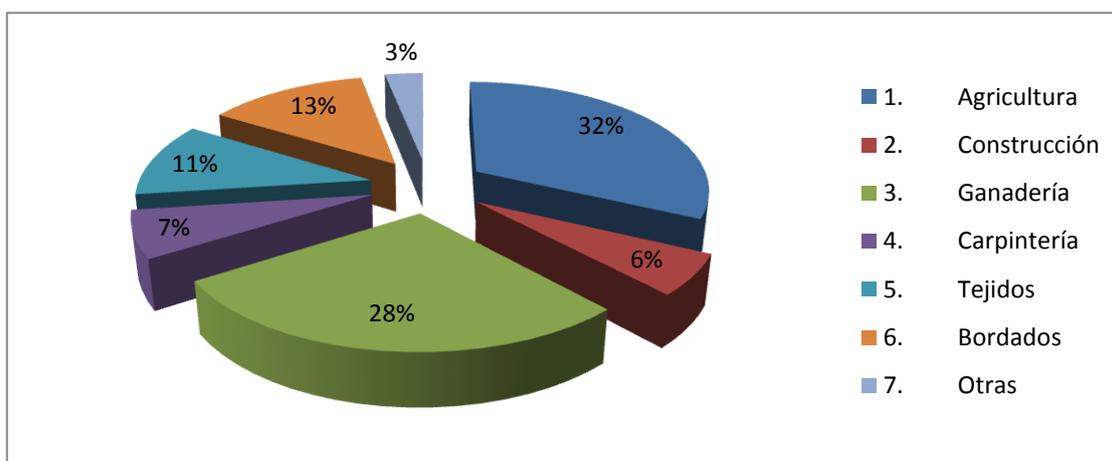
Cuadro 1: Actividad Económica

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Agricultura	103	32%
2. Construcción	19	6%
3. Ganadería	90	28%
4. Carpintería	22	7%
5. Tejidos	35	11%
6. Bordados	42	13%
7. Otras	10	3%
TOTAL	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 1: Actividad Económica



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Las actividades que la población de la Esperanza realiza en mayor porcentaje son la agricultura y la ganadería, es decir las empresas que tienen más posibilidades de ponerse en marcha serían en estas dos actividades seguidas por los tejidos y bordados, siguiendo las actividades de construcción, carpintería y otras en menores porcentajes

2. ¿SI SE DEDICAN A LA AGRICULTURA LOS CULTIVOS SON PROPIOS?

Cuadro 2: Cultivos Propios o de Terceros

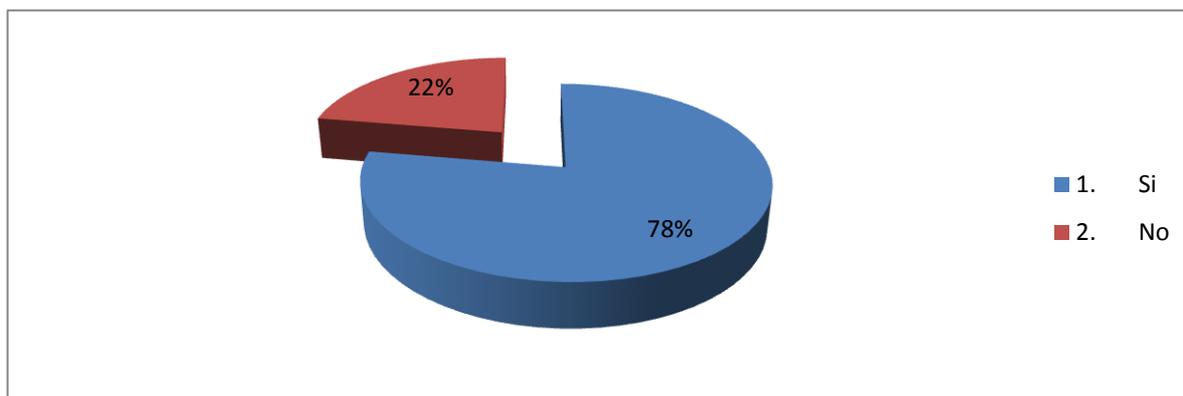
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	80	78%
2. No	23	22%
Total	103	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Nota: sólo se preguntó a las 103 personas dedicadas a la agricultura

Gráfico 2: Cultivos Propios o de Terceros



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Aproximadamente las tres cuartas partes de las personas dedicadas a la agricultura manifestaron ser dueños de los cultivos efectuados en tierras de su propiedad, es decir se tiene una fortaleza debido a

que cuentan con un patrimonio como son los terrenos de su propiedad; la cuarta parte restante de la población encuestada en esta pregunta expuso que cultivaban en terrenos ajenos.

3. ¿LOS INSUMOS PARA LAS LABORES AGRÍCOLAS EN DÓNDE LOS ADQUIEREN?

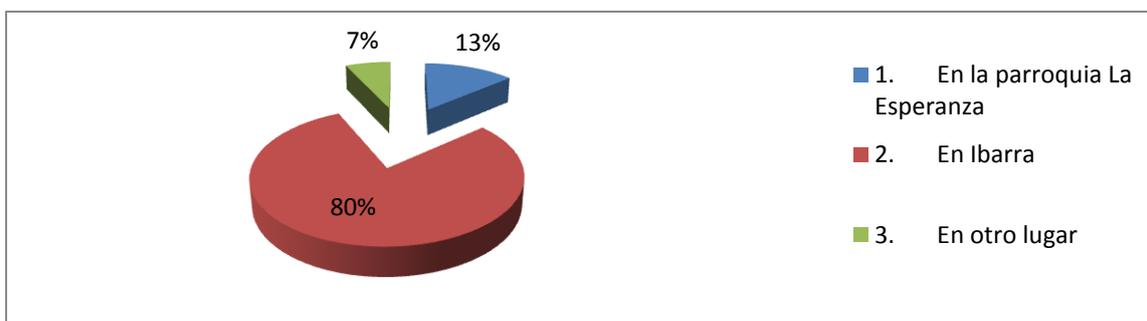
Cuadro 3: Lugar de Adquisición de los Insumos Agrícolas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. En la parroquia La Esperanza	14	13%
2. En Ibarra	82	80%
3. En otro lugar	7	7%
TOTAL	103	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 3: Lugar de Adquisición de los Insumos Agrícolas



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de resultados: Mayoritariamente, en un número de 82 agricultores expresaron que los insumos agrícolas los adquirirían en la ciudad de Ibarra, lo cual implica tiempo y dinero, observándose así una debilidad que tiene la población dedicada a la agricultura; por otro lado sólo 14 agricultores

expresaron que los adquirirían en la Parroquia de La Esperanza, y una minoría de los encuestados señaló que los adquiriría en otro lugar.

4. ¿SI SE DEDICAN A LA GANADERÍA EL GANADO ES PROPIO?

Cuadro 4: Ganado Propio

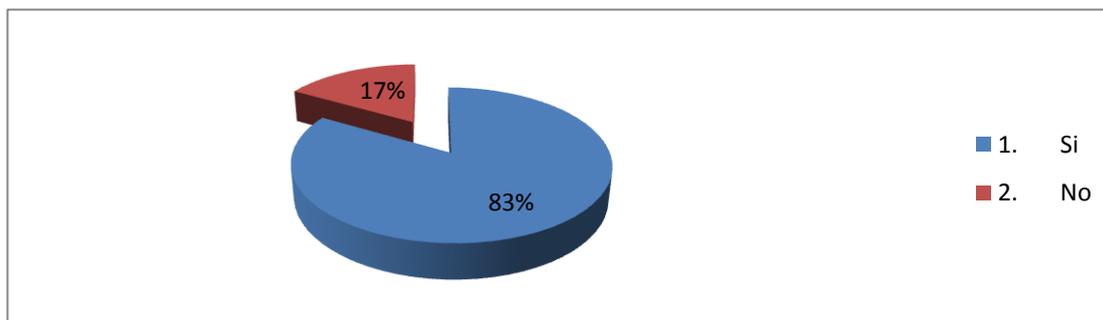
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	75	83%
2. No	15	17%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

NOTA: Se encuestó a los 90 ganaderos

Gráfico 4: Ganado Propio



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: La mayoría de ganaderos expresó que el ganado que cría es propio siendo esta otra fortaleza de los moradores al tener como parte de su patrimonio ganado propio, la minoría restante que no tiene ganado propio solamente reciben ganado de terceras personas para crianza, engorde y venta, cobrando un porcentaje por dicha labor.

5. ¿LOS ALIMENTOS PARA EL GANADO EN DÓNDE LOS ADQUIEREN?

Cuadro 5: Lugar de Adquisición de Alimento Vacuno

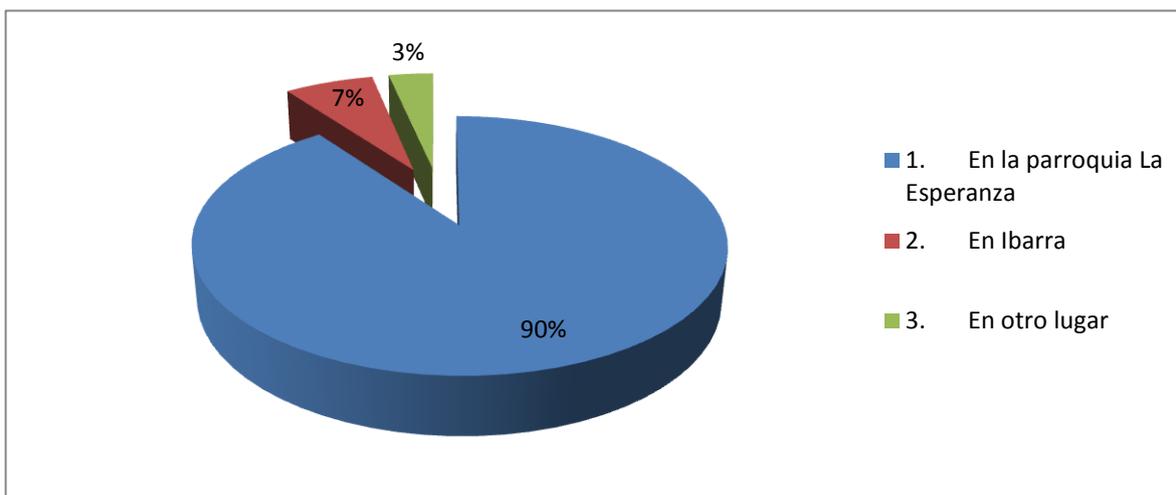
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. En la parroquia La Esperanza	81	90%
2. En Ibarra	6	7%
3. En otro lugar	3	3%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

NOTA: Se encuestó a los 90 ganaderos

Gráfico 5: Lugar de Adquisición de Alimento Vacuno



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: La mayoría de los ganaderos adquiere los alimentos para el ganado en la Parroquia la Esperanza, esencialmente mediante talaje propio o contrato de talaje en terrenos ajenos, todo esto es muy conveniente para esta actividad pues se cuenta con los recursos de alimentación en la misma parroquia. Una pequeña parte restante manifestó que

si bien la mayoría del alimento consiste en forraje propio de la zona, compra insumos alimenticios en Ibarra y otros lugares.

6. ¿SUS PRODUCTOS LOS VENDEN A?

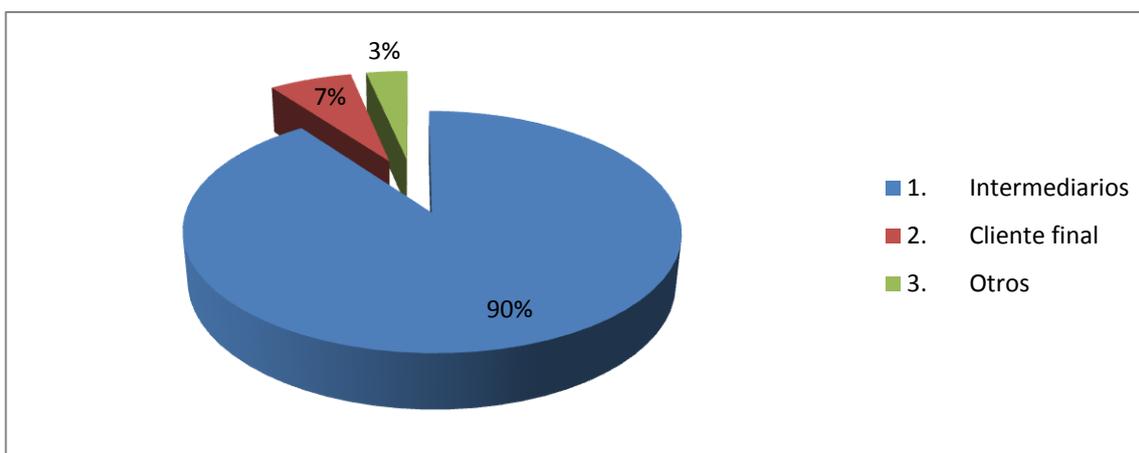
Cuadro 6: Canales de Comercialización

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Intermediarios	81	90%
2. Consumidor final	6	7%
3. Otros	3	3%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 6: Canales de Comercialización



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: En su mayoría los encuestados expresa que vende a intermediarios, encontrándose una falencia en el proceso de comercialización de los productos de la parroquia, ya que al existir empresas organizadas se podría vender directamente al consumidor generando mayor utilidad a los oferentes, un porcentaje mínimo vende directamente al

consumidor final, mientras que un porcentaje menor al anterior manifiesta que vende a otros sin especificar. Del resultado se infiere que son los intermediarios los que hacen más transacciones que los productores, lo que obviamente les perjudica.

7. ¿LOS INGRESOS QUE OBTIENEN DE ESTAS ACTIVIDADES CONSIDERA QUE SON?

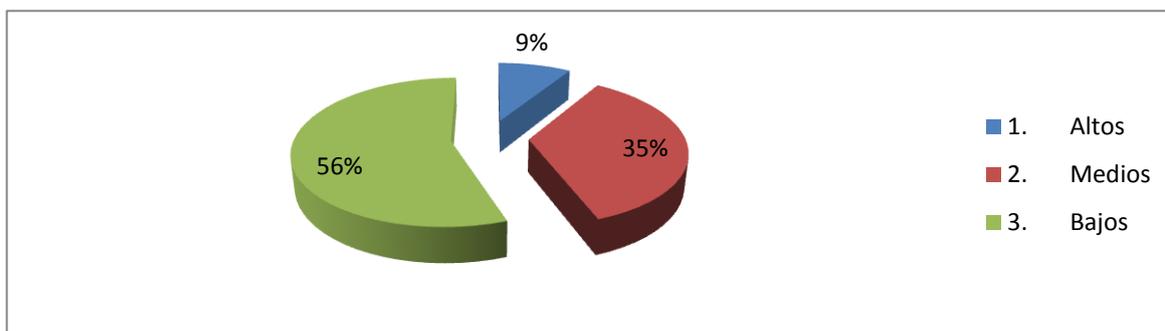
Cuadro 7: Nivel de Ingreso que Obtiene de su Actividad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Altos	8	9%
2. Medios	32	35%
3. Bajos	50	56%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 7: Nivel de Ingreso que Obtiene de su Actividad



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Poco más de la mitad de los encuestados expresaron que sus ingresos eran bajos, la tercera parte dice que su ingreso es medio, esto debido a que los productos son entregados en su mayoría a intermediarios lo que reduce las ganancias, y una minoría dice que sus

ingresos son altos coincidiendo con aquellos que distribuyen sus productos al consumidor final.

8. ¿CONSIDERA QUE LAS OPORTUNIDADES DE TRABAJO PARA LOS POBLADORES DE LA ESPERANZA SON?

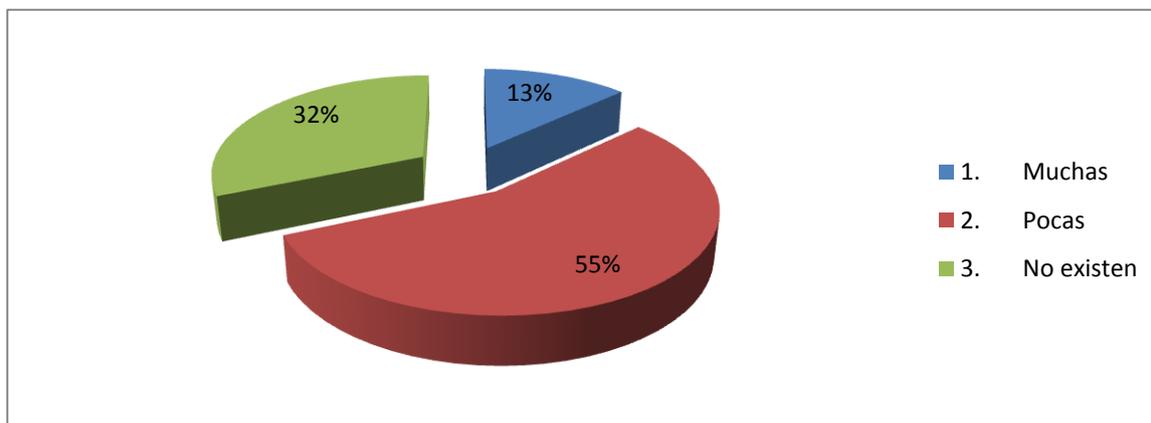
Cuadro 8: Pobladores de la Esperanza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Muchas	42	13%
2. Pocas	178	55%
3. No existen	101	32%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 8: Pobladores de la Esperanza



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Una minoría expresaron que había muchas oportunidades de trabajo, y son las personas que de alguna forma se encuentran organizadas y al poner en marcha los pequeños emprendimientos en la parroquia de La Esperanza se incrementará las oportunidades de trabajo

puesto que la mitad aproximadamente de los encuestados expresó que hay pocas oportunidades y una tercera parte de la población opina que no existen.

9. ¿EXISTEN ASOCIACIONES EN LA PARROQUIA?

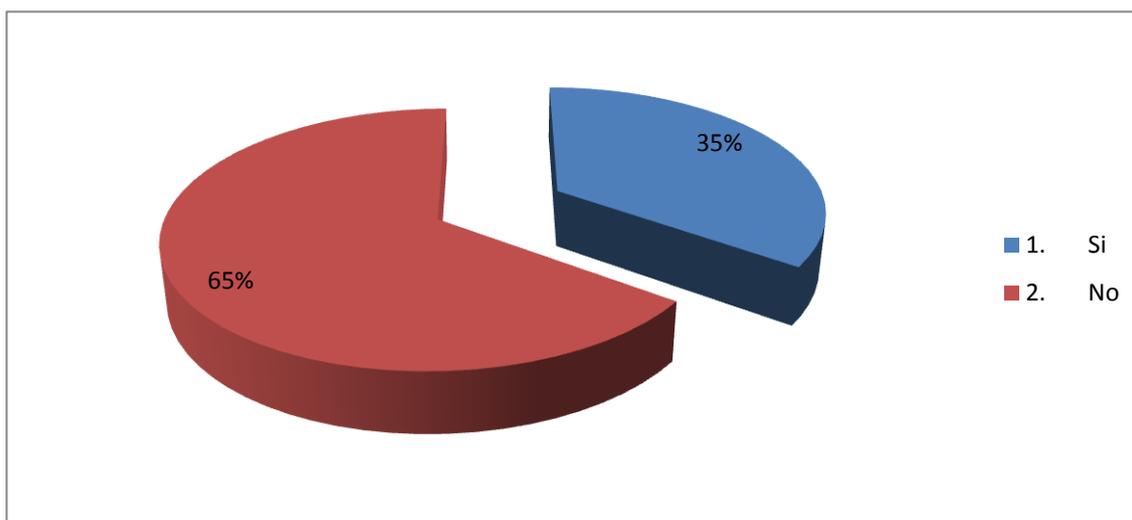
Cuadro 9: Existencia de Asociaciones en la Parroquia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	112	35%
2. No	209	65%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 9: Existencia de Asociaciones en la Parroquia



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Al existir solo una tercera parte que sostiene que en la parroquia no existen organizaciones de ningún tipo, se ratifica la necesidad de poner en marcha el presente trabajo pues ayudará en el desarrollo económico de la población.

10. ¿ES PROPIETARIO DE UNA EMPRESA?

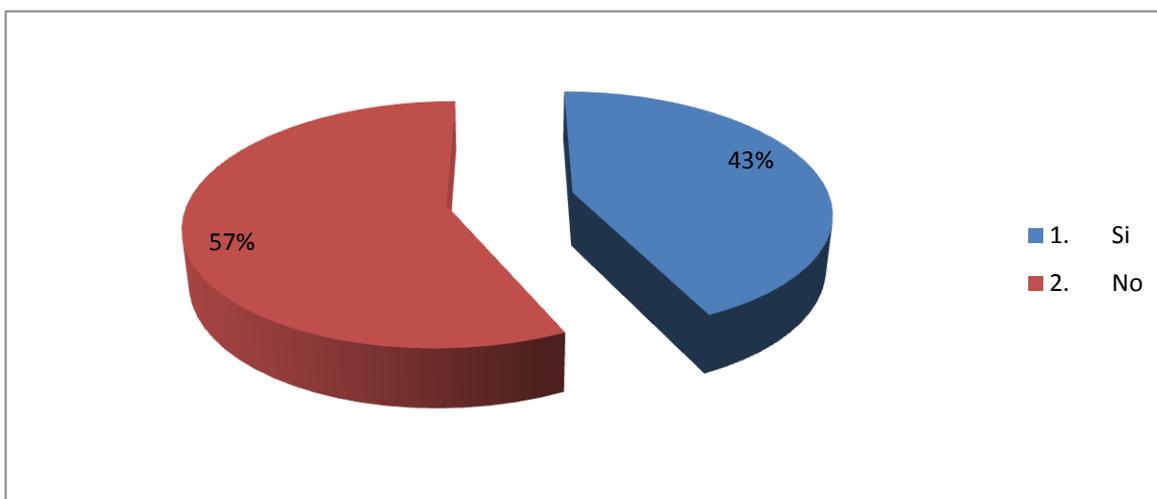
Cuadro 10: Posee una Empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	138	43%
2. No	183	57%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 10: Posee una Empresa



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Pese a no tener conocimientos de las empresas existen personas que han emprendido negocios, es decir no dependen de otras personas en sus actividades. Mientras más de la mitad del encuestado restante, es decir a quienes no eran empresarios se le formularon las preguntas que siguen.

11. ¿HA PENSADO CREAR SU PROPIA EMPRESA?

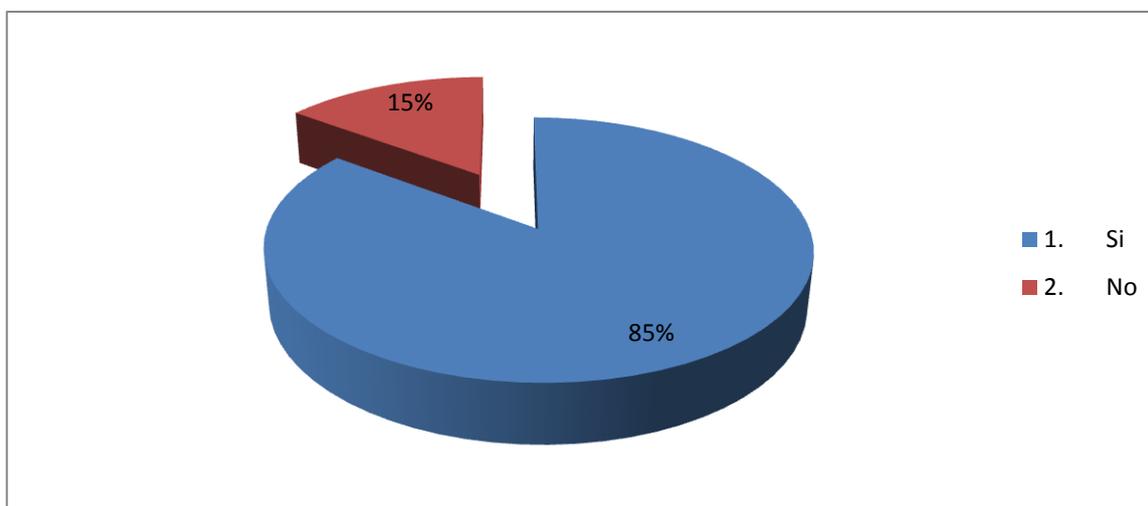
Cuadro 11: Visión de Creación de Empresa Personal

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	156	85%
2. No	27	15%
Total	183	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 11: Visión de Creación de Empresa Personal.



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: La mayoría de pobladores que no son empresarios manifestó interés por tener su propia empresa, porcentaje que justifica la elaboración de la presente investigación que además sumada con las personas que tienen sus empresas en forma rudimentaria tendrán una buena base y estructura para manejar los pequeños emprendimientos. En menor proporción se pronunció negativamente.

12. ¿QUÉ NEGOCIO LE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTE EN SU COMUNIDAD?

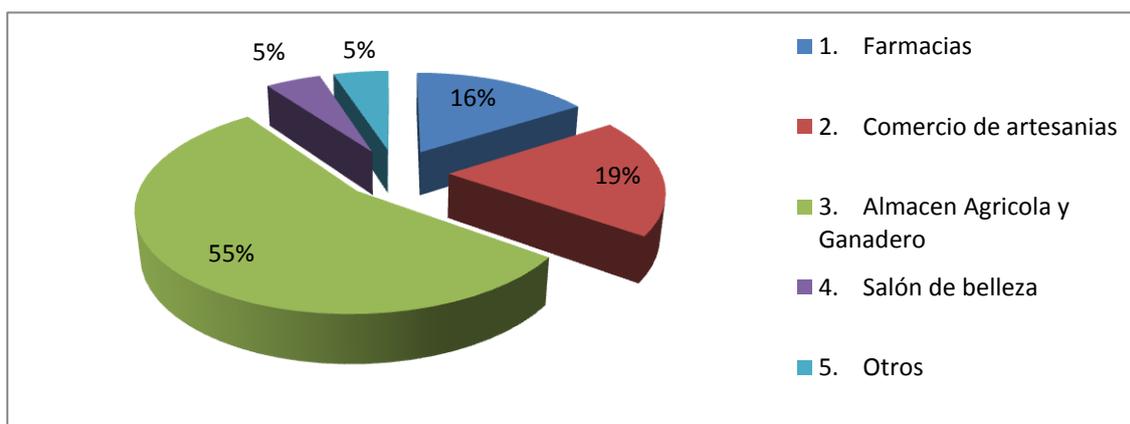
Cuadro 12: Negocio que debe implementarse en la Comunidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Farmacias	51	16%
2. Comercio de artesanías	61	19%
3. Almacén Agrícola y Ganadero	177	55%
4. Salón de belleza	16	5%
5. Otros	16	5%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 12: Negocio que debe implementarse en la Comunidad



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Existen muchas opciones de emprendimientos, a más de las que ya existen por tradición en la parroquia La Esperanza como son farmacias comercio, almacén agrícola y ganadero, salón de belleza entre otros.

13. ¿CONOCE LOS REQUISITOS PARA ABRIR UNA EMPRESA?

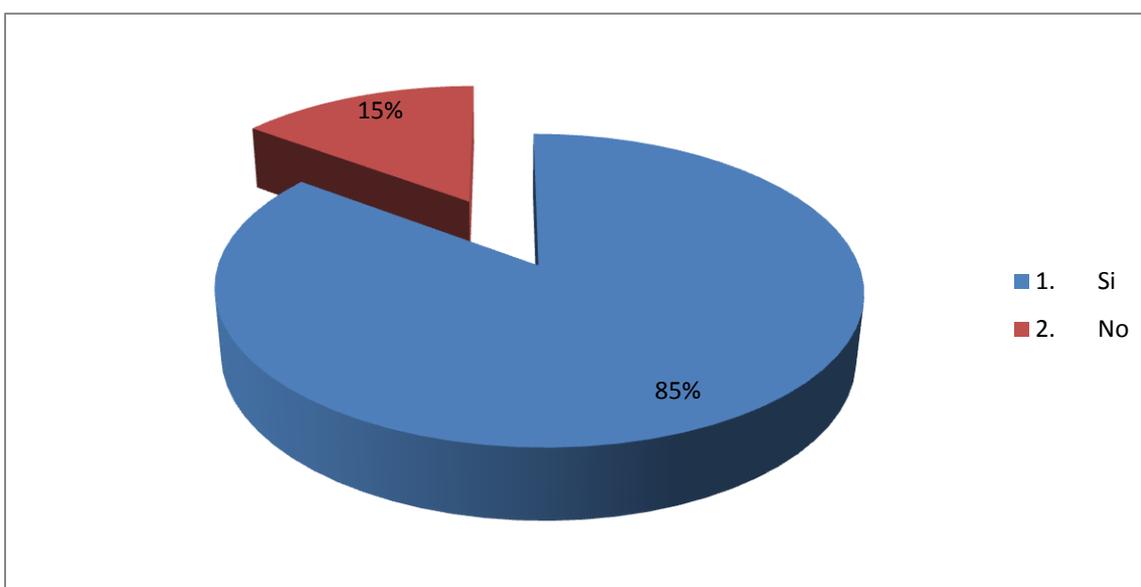
Cuadro 13: Conocimiento de Requisitos para Generar una Empresa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	27	15%
2. No	156	85%
Total	183	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 13: Conocimiento de Requisitos para Generar una Empresa



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Una pequeña cantidad de quienes no eran empresarios conocían los requisitos para abrir una empresa, por lo tanto es importante tener el conocimiento sobre este tema. Pues la mayor parte de los empresarios no los conocía.

14. ¿CONOCE LAS INSTITUCIONES DONDE SE TRAMITAN LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO?

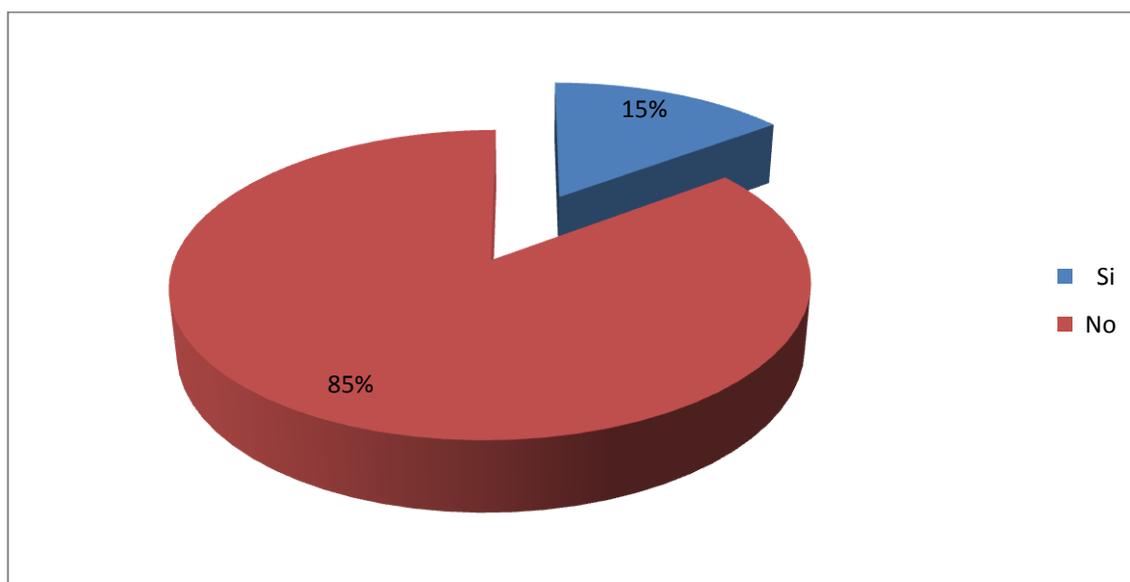
Cuadro 14: Conocimiento Sobre Trámites de Funcionamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	27	15%
2. No	156	85%
Total	183	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 14: Conocimiento Sobre Trámites de Funcionamiento



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de resultados: Los resultados se asemejan con la pregunta anterior, una minoría de quienes no eran empresarios sabía en qué instituciones se hacía los trámites para gestionar una empresa, de esta manera se ratifica la necesidad de tener esta información. La mayoría no sabía dónde realizar los trámites para iniciar su empresa.

15. ¿SABE CUÁNTO CUESTA TRAMITAR LOS PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO?

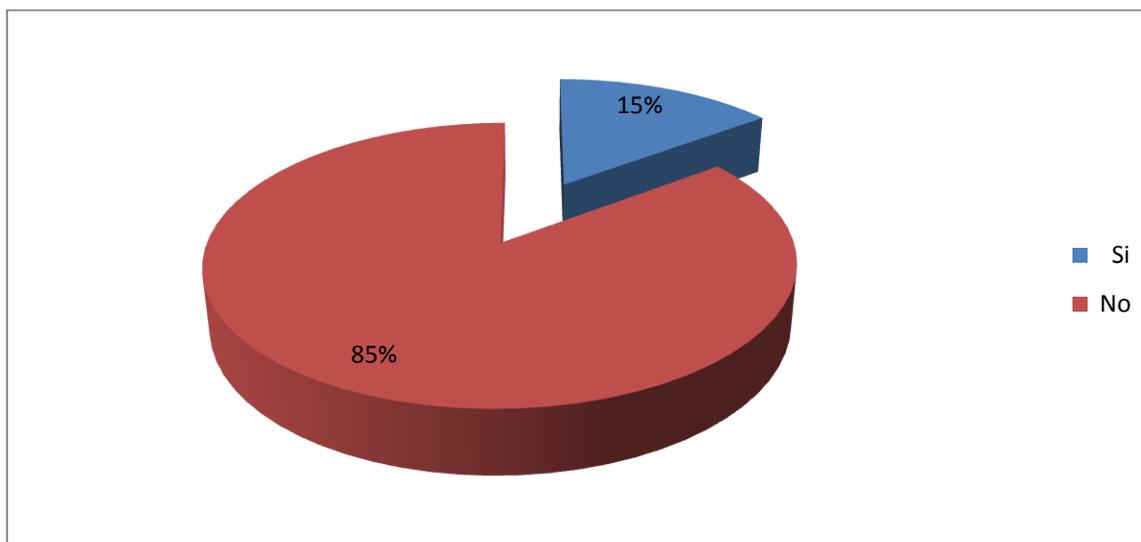
Cuadro 15: Conocimiento de Costos de Tramitación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	27	15%
2. No	156	85%
Total	183	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 15: Conocimiento de Costos de Tramitación



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

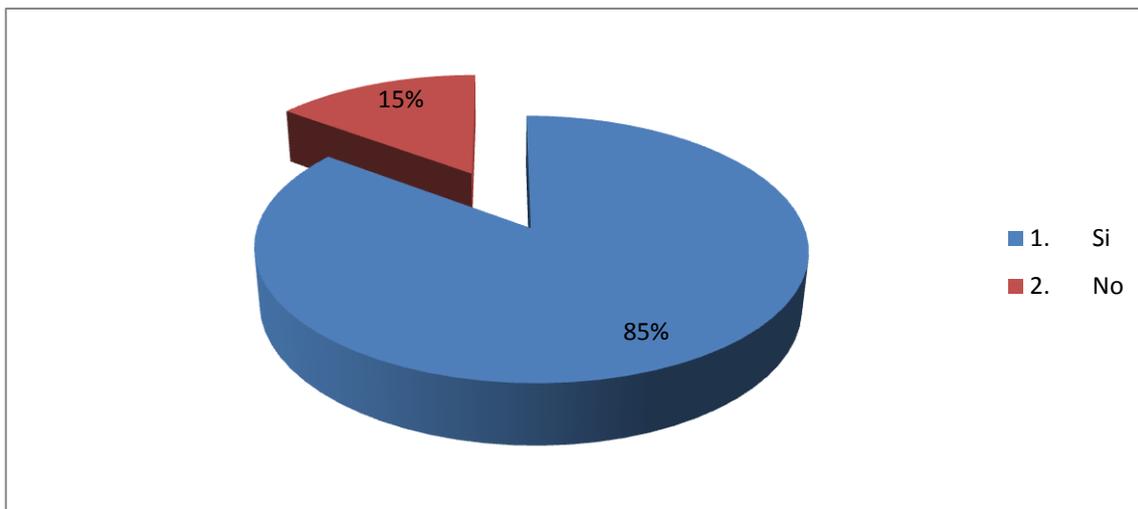
Interpretación de resultados: Los datos coinciden con las dos preguntas anteriores pues son datos correlacionados, ratificando de esta manera la necesidad de poner en práctica el presente proyecto.

16. ¿ESTARÍA DE ACUERDO QUE SE IMPLEMENTE UNA GUÍA QUE CONTENGA INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA?

Cuadro 16: Acuerdo en la Creación de una Guía para Pequeños Emprendimientos

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
1. Si	156	85%
2. No	27	15%
Total	183	100%

Gráfico 16: Acuerdo en la Creación de una Guía para Pequeños Emprendimientos



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: En un porcentaje alto de la población que todavía no forma parte de las personas que tienen una empresa necesita saber las diligencias y costos para constituir una nueva empresa. Son pocas las personas que no tienen como objetivo la creación de una empresa, y el tema es para ellos indiferente.

17. ¿CONOCE CÓMO SE ADMINISTRAN LAS EMPRESAS?

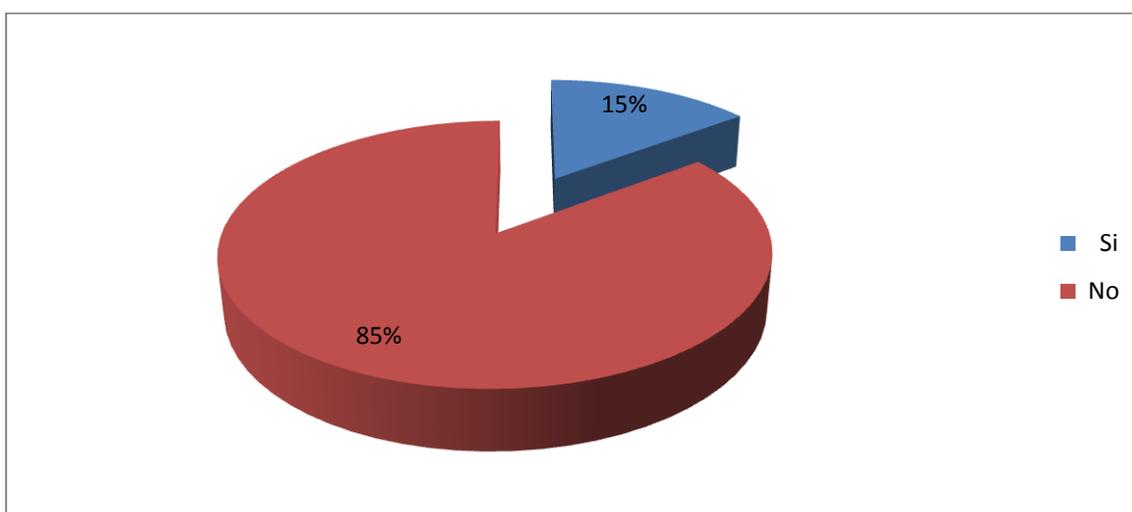
Cuadro 17: Conocimiento de la Administración de una Empresa

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
1. Si	27	15%
2. No	156	85%
Total	183	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 17: Conocimiento de la Administración de una Empresa



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Al no conocer sobre las empresas tampoco saben de la Administración de las mismas, por lo cual es necesario darles esta información para que puedan funcionar en forma eficiente y efectiva.

18. ¿SABE CÓMO HACER UN PRESUPUESTO PARA EMPRENDER UN NEGOCIO?

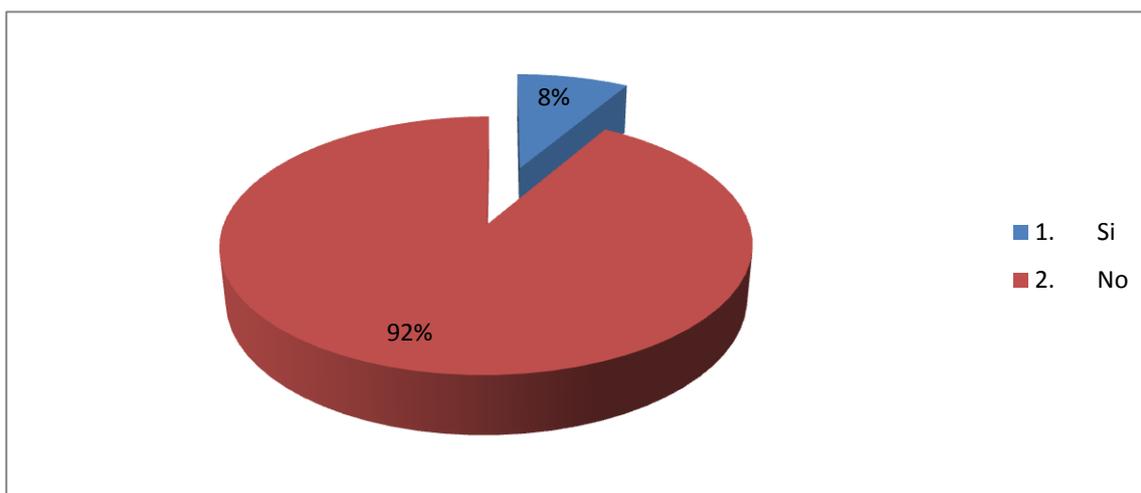
Cuadro 18: Conocimiento de Presupuestos

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
1. Si	27	8.%
2. No	294	92%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 18: Conocimiento de Presupuestos



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Un porcentaje bastante alto de los encuestados que tienen empresas y personas no empresarias interesados en constituirse como tales, manifestaron no conocer cómo se hacía un presupuesto para emprender un negocio, lo hacen de manera primitiva y elemental; pocas personas encuestadas, que no eran empresarios se negó a responder la pregunta por falta de interés en el tema.

19. ¿CONOCE COMO LLEVAR LA CONTABILIDAD DE UN PEQUEÑO NEGOCIO?

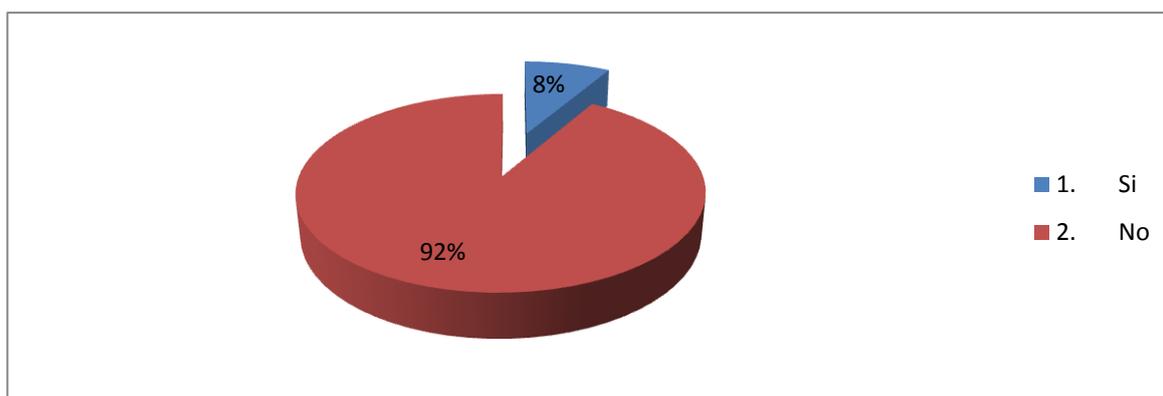
Cuadro 19: Conocimiento de la Contabilidad de una Empresa

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
1. Si	27	8%
2. No	294	92%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 19: Conocimiento de la Contabilidad de una Empresa



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: En su gran mayoría los encuestados que tienen pequeñas empresas y personas no empresarias interesadas en constituirse como tales, manifestaron que la contabilidad de un negocio la llevan en forma simple.

20. ¿CONSIDERA QUÉ EL GOBIERNO PARROQUIAL DEBE TENER POLÍTICAS DE MOTIVACIÓN PARA GENERAR EMPRENDIMIENTOS DIRIGIDOS A SUS POBLADORES?

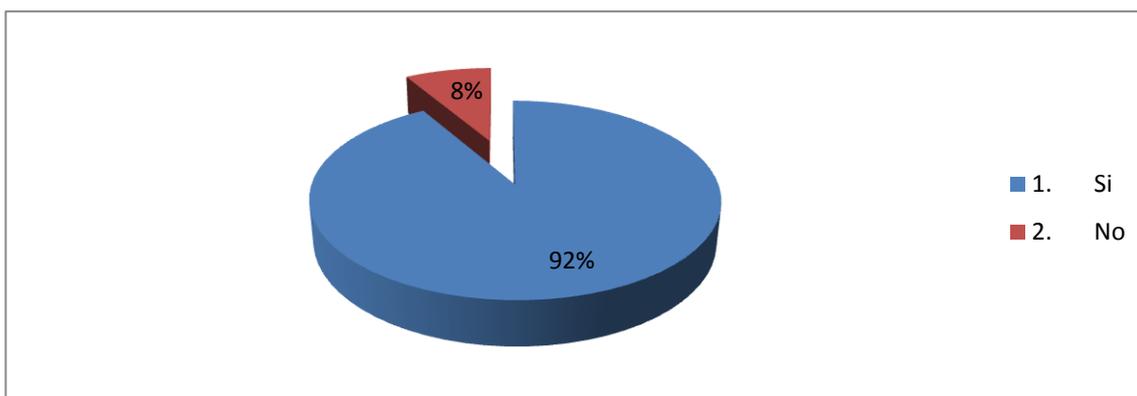
Cuadro 20: Debe existir Políticas de Motivación de Emprendimientos por parte de El Gobierno Parroquial

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1. Si	294	92%
2. No	27	8%
Total	321	100%

Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Gráfico 20: Debe existir Políticas de Motivación de Emprendimientos por parte de la Gobierno Parroquial



Fuente: Encuesta realizada a los pobladores de la parroquia La Esperanza, 2012

Elaborado por: Autora de la investigación

Interpretación de Resultados: Gran cantidad de los encuestados que constituían empresarios y personas no empresarias interesados en constituirse como tales, expuso que El Gobierno Parroquial debía tener políticas de motivación para generar emprendimientos dirigidos a sus pobladores, es decir existe una interés por lo tanto una aceptación a la propuesta realizada por el presente trabajo.

4.2. RESULTADOS DE ENTREVISTAS A LAS AUTORIDADES DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

PREGUNTAS	RESPUESTAS			
	ANA RAFAELA CARRILLO	JAIME MATANGO	NORMA VEGA	SANDRA TREJO
DIGNIDAD QUE OCUPA EN LA COMUNIDAD	PRESIDENTA DEL GOBIERNO PARROQUIAL	TENIENTE POLÍTICO	VOCAL PRINCIPAL GOBIERNO PARROQUIAL.	POBLADORA
1.- ¿CUALES SON LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA?	Artesanía, Agricultura, Turismo y Crianza de Animales	Artesanía, Construcción, Agricultura	Artesanía, Agricultura	Bordado, Agricultura, Jornaleros
2.- ¿PIENSA QUE LOS HABITANTES TIENEN OPORTUNIDAD DE ACCEDER A PUESTOS DE TRABAJO?	No	Si porque los moradores diariamente se están capacitando	Difícil falta oportunidad	Si para sustento de las familias
3.- ¿LOS PRODUCTOS QUE ELABORAN EN LA ESPERANZA SON COMERCIALIZADOS INDIVIDUALMENTE; DIRECTAMENTE AL CLIENTE FINAL O A QUIEN SE VENDEN?	50% directamente y 50% Intermediarios	Individualmente	Artesanías a comerciantes mayoristas, agricultura comerciantes mayoristas y minoristas	Son comercializados en la ciudad de Otavalo (individualmente)
4.- ¿EXISTE ALGÚN TIPO DE ORGANIZACIÓN ECONÓMICA EN LA PARROQUIA Y A QUE SE DEDICAN?	Organización en turismo y Organización en agricultura dedicada a la artesanía en bordados.	Organización de mujeres artesanas.	Organización de mujeres indígenas.	No existen bien conformadas hay individualidad en las personas.
5.- ¿QUE TAN IMPORTANTE CREE QUE ES LA GENERACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS O MICROEMPRESAS, QUE TIPO DE ORGANIZACIÓN CREE USTED SE DEBERÍA IMPLEMENTAR EN ESTA PARROQUIA?	Microempresas de cultivos agrícolas y artesanía	Es importante generar actividades económicas en la parroquia los habitantes ofrecerían sus productos directamente con el cliente lo que implementaría el turismo.	Es importante ayudaría a incrementar la economía de las familias; artesanías, cuero, bordado, otras manualidades	Se deberían generar empresas como: turismo y tiendas comunitarios, hoteles
6.- ¿ESTARÍA DE ACUERDO QUE SE IMPLEMENTE UNA GUÍA QUE CONTenga INFORMACIÓN BÁSICA SOBRE LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA?	Si muy importante, sería la base y fomentar la creación de microempresas	Si porque sería una base para una buena administración, la parroquia necesita cambios.	Si	Si Serviría para una buena orientación, capacitar en artesanía productiva y que no exista desocupación.
7.- ¿EN EL PRESUPUESTO DEL GOBIERNO PARROQUIAL SE CUENTA CON UNA PARTIDA PARA LA CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN, EN CALIDAD DE CAPITAL SEMILLA?	En el Presupuesto del Gobierno Parroquial no existe una partida para ayudar a la creación de Asociaciones, pero se podría gestionar presupuesto para el particular			

4.2.1. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

De las entrevistas realizadas y de acuerdo a las respuestas dadas por las personas entrevistadas que son representantes de la Parroquia La Esperanza se determinó que existen actividades de tradición y cultura de la población, como son la artesanía y agricultura entre las principales labores a las que se dedican los pobladores; en cuanto a oportunidades de trabajo se determina que no existen y las pocas personas que tienen trabajo o se les presentó la oportunidad de conseguirlo no les satisface ya que apenas les alcanza para ayudar un poco a la subsistencia de las familias, en cuanto a la distribución de los productos de este sector de la provincia son realizados de forma individual y a intermediarios, llevándose la ganancia mayoritaria el intermediario más no el productor, por lo tanto se debe organizar para poder distribuir bien los productos de forma que les permita obtener mayores utilidades, ganancias a los propios productores. Las pocas organizaciones existentes no se encuentran conformadas de una manera regulada en forma de empresas de producción, los entrevistados ratifican la necesidad de que se genere una guía para la creación de pequeños emprendimientos que mejoren la economía de la población y por tanto su calidad de vida.

4.3. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.3.1. DIAGNÓSTICO

Luego de realizar la investigación de campo se obtuvo que el 60% de pobladores, de la Parroquia “La Esperanza” se dedican a la agricultura y la ganadería, siendo tanto el cultivo como el ganado propios; cerca del 25% de pobladores se dedican a la elaboración de tejidos y bordados, estos datos permiten observar que gran parte de la población cuenta con patrimonio propio lo cual influye sustancialmente para que las personas creen sus empresas y generen recursos propios para sustento familiar, así también se pueda reactivarla economía de la parroquia.

Por otro lado se obtuvo que existe un 43% de personas que tienen una empresa pero han sido desarrolladas de forma empírica sin previo conocimiento. Por tal razón las oportunidades de trabajo son pocas ya que las empresas existentes no logran posesionarse y crecer, y la falta de conocimiento conlleva a cerrar la empresa, pues una variable hallada en la investigación fue que el 85% de las personas desconocen sobre: requisitos para abrir una empresa, instituciones en donde se deben realizar los trámites y permisos de funcionamiento, costos de apertura, forma de llevar la contabilidad de la pequeña empresa y; lo más importante sobre la administración en sí del negocio creado o que desee construir.

Un análisis que se debe destacar también es que la comunidad exige y necesita que se implemente negocios como: farmacias, almacenes agrícolas y ganaderos, salones de belleza, comercio, artesanías y turismo.

Los productores y artesanos empresarios y no empresarios de la Parroquia la Esperanza estiman que podrían mejorar cuantitativa y cualitativamente la situación socioeconómica de la parroquia, si se implementara una guía de constitución y manejo de empresas.

La creación de empresas tiene como objetivo principal, aprovechar la experiencia de los pobladores en las actividades que realizan, lograr que el recurso humano se capacite y motive, tener acceso a las materias primas con precios adecuados, tener productos de calidad y aprovechar la ubicación apropiada para dar a conocer sus productos y servicios tanto a nivel nacional como internacional, y, mejorar por dichas circunstancias la calidad de vida de los habitantes de la Parroquia La Esperanza.

El Gobierno Parroquial a través de cursos, seminarios talleres y programas debería impulsar el fomento y desarrollo de empresas como las que se plantea en el presente trabajo investigativo, lo que conllevaría a un proceso de disminución de la pobreza en la parroquia generando evidentes beneficios para todo el sector.

4.4. CONTRASTACIÓN DE PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN CON LOS RESULTADOS

1. ¿Cuál es la situación económica en la población de la Parroquia “La Esperanza”

De acuerdo a la información obtenida, gran parte de la población de la parroquia objeto de estudio se dedica a la agricultura, ganadería y bordados, todos en conjunto forman casi el 75% de pobladores dedicados a actividades que no dejan los réditos suficientes para mejorar su calidad de vida a pesar que un porcentaje significativo de ellos son dueños de los terrenos, los cultivos y el ganado, observándose que cuentan con patrimonio propio, que no es aprovechado adecuadamente, debido al desconocimiento de aspectos micro-empresariales ya que en la investigación se obtuvo que el 90% de encuestados venden sus productos y servicios a los intermediarios que se hallan dentro del proceso de comercialización, siendo quienes obtienen las principales ganancias, y, si no entregan a intermediarios sus productos son comercializados de forma individual invirtiendo además tiempo y dinero adicional.

Por otro lado, las alternativas de trabajo para la mayoría de personas son pocas, como pocos son los pobladores que han logrado establecer una empresa, pese a no tener conocimientos sobre las mismas, estableciéndolos de forma empírica.

Todo esto permite diagnosticar que el nivel económico de la población es bajo, siendo el principal indicador el empleo el cual es bajo.

2. ¿Qué tipo de negocios se podrán implementar en la Esperanza y con cuales se identifica más su gente?

Existen varias opciones de emprendimientos en esta parroquia a más de las que ya existen por tradición como son los bordados y tejidos.

El 60% de los pobladores se dedican a la agricultura y la ganadería siendo éstas las empresas que tienen mayor posibilidad de ponerse en marcha seguidas por los tejidos y bordados que conjuntamente suman un 24%, siguiendo las actividades de construcción, carpintería y otras en menores porcentajes.

Siendo La parroquia “La Esperanza”, un sector rural del cantón Ibarra, y por encontrarse a cierta distancia de la ciudad, un porcentaje de pobladores manifestó la necesidad de otras opciones de emprendimiento además de las ya existentes como son almacenes en donde se expendan productos y bienes para la agricultura y ganadería, centros de negocios para el comercio de artesanías, plantas procesadoras de alimentos, farmacias, y centros de belleza.

3. ¿Cuáles son las políticas propuestas por El Gobierno Parroquial para tener un desarrollo local sostenido?

Pese al trabajo conjunto de El Gobierno Parroquial de la Esperanza, no se puede evidenciar políticas propuestas para tener un desarrollo local sustentable, ya que para la implementación de las mismas es necesario el recurso económico y la organización de la comunidad.

Se pudo evidenciar que existen pocas organizaciones que se articulan para conformar empresas, estas se unen para su propio desarrollo; en el sector primario se halla una organización de agricultores, en el sector secundario y terciario agrupaciones de personas dedicadas a la artesanía y turismo respectivamente, dichas organizaciones no se encuentran conformadas de una manera regulada como empresa de producción.

4. ¿Por qué una de las maneras de reducir la pobreza y el desempleo es la generación de la empresa?

Al encontrarse organizados el trabajo será efectivo, así como las negociaciones de los productos, además la creación de su propia empresa hace a la persona independiente generadora de empleo y de recursos para su familia y para otras personas que la pequeña empresa necesite conforme sus horizontes se amplíen, generando fuentes de empleo e ingresos lo que a su vez se traduce en mejoramiento de la calidad de vida de las personas, reduciendo la pobreza de la Parroquia.

Por esta razón los entrevistados ratifican la necesidad de que se genere una guía para la creación de pequeños emprendimientos que mejoren la economía de la población y por tanto su nivel económico.

5. ¿Cuáles son los requisitos para implementar una empresa?

El 43% de pobladores de acuerdo a la investigación realizada es propietario de una empresa y el 57% restante desarrolla actividades de agricultura y ganadería entre las principales, de éstos casi la totalidad no conoce los requisitos para abrir una empresa.

Además el 85% si ha pensado en crear su propia empresa, pero se halló que el 85% de encuestados desconocen acerca de los requisitos para implementarlas: instituciones en donde se debe tramitar los permisos de funcionamiento y los costos de dichos permisos. El mismo porcentaje no sabe cómo administrar una empresa y el proceso de llevar la contabilidad.

6. ¿Cómo contribuye al desarrollo económico la implantación de empresas en la Parroquia “La Esperanza”?

Los pequeños y empresarios constituyen no solo el pilar fundamental de la economía local sino también Nacional, su participación en el desarrollo es

importante ya que producen un efecto multiplicador: creación de empleo, y generación de sub-actividades. Al establecer una empresa se crea empleo, lo que constituye ingresos para las familias traduciéndose en un mejoramiento de la calidad de vida.

Es por esta razón la necesidad de crear empresas que estén bien administradas para que puedan consolidarse, mantenerse y crecer en el tiempo. El buen manejo de una empresa se da a partir de conocer todos los aspectos más relevantes en su funcionamiento.

Los micro-empresarios existentes en la parroquia objeto de estudio no han tenido un efecto totalmente positivo; su falencia principal se da por la falta de conocimientos administrativos y de igual forma sucede a quienes quieren ingresar en proyectos nuevos de emprendimiento que les ayude en la economía familiar.

4.5 CONCLUSIÓN.

De acuerdo al análisis anterior con la generación de una guía para constitución de empresas se ayudará significativamente a quienes quieren constituir las como son los pobladores de la parroquia de Santa María de la Esperanza y que tienen como actividades principales a la agricultura, la ganadería, los bordados. Y otras como el turismo tomando en cuenta además que la mayoría es decir un ochenta y cinco por ciento de la población no sabe de los tramites que se deben seguir para legalizar sus negocios que en mayor parte son de recursos propios; igualmente es importante acatar que en el momento que estos pequeños negocios familiares se legalicen tendrán mayores posibilidades pues sus productos y servicios se podrán dar a conocer a nivel nacional e internacional mejorando así el nivel socioeconómico de la población.

CAPÍTULO V PROPUESTA

5. TEMA:

**“GUÍA PARA GENERAR PEQUEÑOS NEGOCIOS DE
EMPRENDIMIENTO EN LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA
“LA ESPERANZA, CANTÓN IBARRA”**

5.1. INTRODUCCIÓN

El ámbito de los pequeños negocios es amplio y su contribución a la economía es grande.

“Las oportunidades pequeñas son el principio de las grandes empresas.” (Demóstenes)

Esta frase estimula a pensar en la existencia de varias personas que tienen la oportunidad de comenzar una pequeña empresa, pero debido a la inexperiencia y desconocimiento no lo hacen, conllevando a detener el desarrollo económico.

Al comenzar un nuevo negocio surgen varias preguntas: ¿Qué producto o servicio ofrecer?, ¿Cómo realizarlo?, ¿A qué mercado dirigir?, ¿Cuál es mi demanda?, ¿En dónde estará ubicado?, ¿Cómo será administrado?, todas estas inquietudes y varias más, al no ser despejadas hacen que el emprendedor dude sobre instaurar su propio negocio.

Antes de comenzar y para lograr el éxito de la pequeña empresa es necesario informarse, conocer acerca de los reglamentos, requisitos y esenciales aspectos de la administración del negocio.

La presente guía ofrece asistencia para generar una empresa, como herramienta útil para todos aquellos que quieren incursionar en el mundo de los negocios, y, como información complementaria para aquellos que ya son parte de la actividad productiva, comercial y de servicios.

5.2. OBJETIVOS

GENERAL

Ayudar a la población emprendedora a buscar alternativas de generación de empleo a través del desarrollo de pequeños negocios propios.

ESPECÍFICOS

- Establecer los principales procesos que permitan generar pequeños emprendimientos.
- Establecer aspectos referentes a la localización geográfica apropiada del negocio.
- Estructurar los procedimientos básicos para el acceso a créditos.
- Fijar los principales elementos para desarrollar una administración y organización adecuada en la pequeña empresa.
- Determinar los procedimientos contables básicos necesarios para empresas.

5.3. JUSTIFICACIÓN

Una vez realizado el diagnóstico se obtuvo que el 60% de la población se dedica a la agricultura y ganadería y el 24% se relaciona con las

actividades de tejidos y bordados. Es decir que en el primer sector de la economía se desenvuelven pequeños negocios como la agricultura y ganadería y en el segundo sector el de los servicios se halló la elaboración de tejidos y bordados además del sector comercial y turístico. Estos pequeños negociantes han logrado mantenerse gracias al conocimiento empírico que tienen más no porque estén al corriente sobre los mínimos requerimientos para que una empresa crezca y se mantenga en el mercado.

Además de la aplicación de encuestas se obtuvo que de 123 personas dedicadas a la agricultura 80 tienen cultivos propios y de 90 ganaderos 75 poseen ganado propio; y que el 90% de productos son vendidos a intermediarios y muy pocos logran obtener las ganancias necesarias, esto debido a que no saben si en realidad está ganando o perdiendo pues ni siquiera llevan un registro de ingresos y egresos.

Otro factor importante encontrado y parte de la población a la cual se dirigirá principalmente la guía para pequeños emprendimientos, es que el 57% de la población no es propietario de una empresa y de ellos la mayoría no tienen idea de cómo iniciar un negocio, los requisitos para abrir una empresa, su administración, forma de llevar la contabilidad y estrategias de desarrollo para pequeñas empresas.

Frente a estos resultados se observó necesaria la creación de esta guía que contiene los requerimientos mínimos precisos para crear una pequeña empresa.

5.4. ALCANCE

Esta guía está compuesta por ocho Temas Principales:

Tema No. 1: **Surgiendo la idea de negocio o empresa.**

Principales preguntas que se debe realizar para establecer el negocio que voy a crear.

Tema No. 2: **Determinación del mercado al que se puede servir.**

Reconocimiento de la oferta, demanda, precio, comercialización y estudio de mercado.

Tema No. 3: **Lugar a establecer la pequeña empresa.**

Localización geográfica del negocio y canales de comercialización.

Tema No. 4: **Obtener financiación para la Empresa**

Aspectos sobre lugares en donde puede obtener financiamiento y principales requisitos.

Tema No. 5: **Escoger la forma legal de la pequeña empresa**

Establecimiento de las formas legales para establecer un negocio.

Tema No. 6: **Administración y organización del negocio.**

Tema No. 7: **La Contabilidad de la pequeña empresa.**

Tema No. 8: **Evaluación**

Cada uno de estos componentes será desarrollado y permitirá mejorar el conocimiento de quienes estén en el ámbito micro-empresarial y despejar las dudas de la población que desee incursionar en el establecimiento de su propia empresa. Al final se halla una pequeña evaluación que permitirá al lector estimar sus conocimientos sobre la generación de pequeñas empresa.

5.5. DESARROLLO DE LA GUÍA

Esta guía se ha diseñado para que los pobladores de la parroquia la Esperanza que desean establecer un negocio tengan conocimientos sobre los pasos a seguir para lograrlo.

Por lo tanto con esta guía podrá despejar las diversas dudas que vienen a la mente y que son obstáculos para que la idea que tiene se haga realidad.

5.5.1. TEMA # 1: “SURGIENDO LA IDEA DE NEGOCIO O EMPRESA”

El sueño de muchas personas es crear su propia empresa, que le permita generar empleo y recursos para mejorar sus ingresos y por ende la calidad de vida.

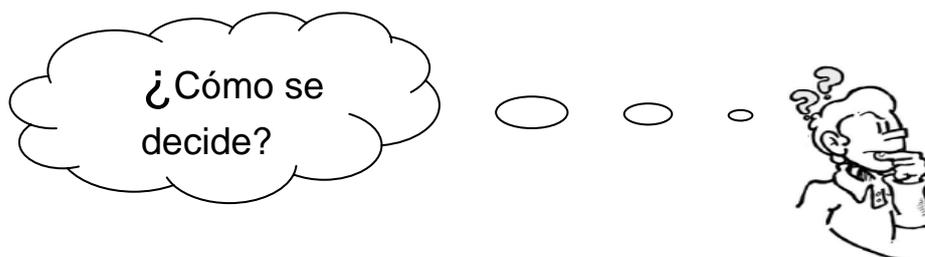


Las personas compran bienes y servicios porque tienen una necesidad así por ejemplo:

- ✓ Alimentos (productos): legumbres, hortalizas, vegetales, carne, fruta.
- ✓ Prendas (comercialización y servicio): sacos de lana, bufandas, camisas bordadas, manteles con hermosos bordados.
- ✓ Esparcimiento (servicios): visitar una laguna, cascada, montaña, río; ir de pesca o cabalgar por un sendero.

¿La idea de negocio que tengo en mente, responde a una necesidad actual o potencial de los consumidores?

Detectar esas necesidades se convierte en oportunidades de negocio para personas emprendedoras, iniciar una pequeña empresa conlleva riesgos que pueden ser afrontados para un mejor futuro.



Cuadro 21: Test de Aptitudes y Cualidades Emprendedoras

Preguntas	Respuesta		Valor
	Si	No	
¿Tengo una idea clara de mi negocio?			
¿Poseo experiencia en este tipo de negocio?			
¿Tengo iniciativa propia y acepto nuevos retos?			
¿Identifico oportunidades?			
¿Me especializo en la elaboración o producción de algo específico?			
¿Soy una persona organizada y termino lo que empiezo?			
¿Voy a atender una necesidad de las personas?			
¿Existe mercado para ofertar mi producto?			
¿Soy emprendedor(a), creativo(a) e innovador (a)?			
¿Considero que poseo capacidad administrativa?			
Cuando comienzo una tarea o un proyecto nuevo, busco toda la información posible antes de actuar.			
Si mi cliente desea un producto o servicio más barato, Estudiaré como satisfacer sus requerimientos.			
Mediante el estudio de las tendencias del mercado, trataré de cambiar mis actitudes y formas de trabajar para actualizarme			
¿Tengo claro que quiero ser un buen trabajador o tener mi propia empresa?			
¿Estoy dispuesto a trabajar de 12 a 16 horas diarias, y días de fiesta si es necesario?			
¿Conozco los ingresos y gastos que tendrá mi negocio?			
¿Estoy dispuesto a asumir una deuda si es necesario para comenzar un negocio?			
Poseo los medios necesarios para iniciar el negocio: espacio, capital y conocimiento.			
TOTAL			

Fuente: Economic Relief Alliance, Programa Desarrollo para el Pueblo, 2010.

Elaborado por: Autora de la Investigación.

Responda a estas preguntas con sinceridad, si respondió sí, anote 1 en la columna denominada valor y en el casillero correspondiente a la pregunta; si su respuesta es no anote el valor de cero. Luego sume la columna del valor y si su puntaje es mayor a 14 posee cualidades y aptitudes emprendedoras así como conocimiento de los requisitos mínimos necesarios para pequeños emprendimientos. La idea del test antes expuesto es la de ampliar la visión del emprendedor.

Además las preguntas, le permitirán conocer en qué punto se halla para generar su propia empresa y entenderá que así comienza el camino de un emprendedor, en el reconocimiento de poder realizar y construir un negocio propio, para esto será necesario no solo de las ganas y el entusiasmo sino también de: **CAPACITACIÓN, PERSEVERANCIA, DEDICACIÓN Y COMPROMISO.**

Una vez tomados en cuenta los aspectos anteriores y habiendo determinado el negocio que voy a crear, puede pasar al siguiente punto.

5.5.2. Tema No. 2 **DETERMINE SI EXISTE UN MERCADO AL QUE PUEDE SERVIR**

Una vez reconocido el negocio que se va a crear es obligatorio identificar el mercado en donde podría comercializar el producto o servicio. Es decir se necesita



conocer las principales fuerzas que actúan en el mercado a donde se va a dirigir, principalmente la demanda y oferta de los productos o servicios que va a ofrecer, el precio y la forma como se va a comercializar. Para ampliar los términos antes mencionados y poder entender de una mejor manera es necesario describir su concepto.

➤ **¿Qué entiendo por demanda?**

Para Baca citado por (García, 2006), “Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado con una calidad adecuada exigida y en un momento dado”.

Así por ejemplo si su negocio es la producción de papas debo determinar a donde voy a dirigir mi producto, es decir la demanda pueden ser los mismos pobladores del sector en donde produzco, los mercados de otros sectores, las tiendas, los abastos entre otros.

➤ **¿Qué entiendo por oferta?**

Según (Rivera & Riveros, s/f): “Es la cantidad de bienes o servicios que un empresario está en la capacidad de ofrecer a un precio determinado y con calidad adecuada” (pág. 7).

Ahora para entender lo que es la oferta tomemos como ejemplo a una persona que tiene un negocio de elaboración de sacos de lana, la oferta serán todos los negocios que elaboren sacos de lana en el sector.

Para determinar la oferta es necesario realizar un análisis del número de personas que ofertan el mismo bien o servicio.

➤ **¿Qué es el precio?**

Según (<http://cursocontaduria1.blogspot.com>): “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”

Por ejemplo si mi negocio brinda servicios de paquetes turísticos para turistas nacionales y extranjeros el valor que cobro al cliente por un paquete que consta de hospedaje y alimentación es el precio.

Este se halla luego de observar los costos que tuve por brindar el servicio y establecer una utilidad por el mismo, establezco el precio que voy a cobrar.

Utilidad neta unitaria = precio de venta - costo total unitario

Precio de venta = Costo total unitario + Utilidad neta unitaria

Ejemplo.

Costo total unitario= \$ 25,00

La utilidad que se espera tener = \$ 3,00

Por lo tanto el costo del bien o servicio será la suma de los dos dando un total de \$ 28,00

Fuente: <http://aromaticas.tripod.com/Costos.htm>

Elaborado por: La Autora de la Investigación

➤ ¿Qué es la comercialización?

Según la página web (educaguia.com): “Es la ejecución de una serie de actividades comerciales que permiten dirigir el movimiento de mercaderías y/o servicios del productor al consumidor con la menor dificultad y en las mejores condiciones económicas para ambos” (pág. 2)

Aquí se debe destacar que los principales elementos de la comercialización son el productor, intermediario y consumidor. El productor es el que vende en la primera serie de la comercialización del producto; intermediario se considera al individuo o institución que conecta a los productores con los consumidores y el consumidor que es la última persona del proceso de comercialización quien consume el producto.

Todas estas fuerzas actúan en el mercado, por lo cual se hace imprescindible y cada vez más importante tener un amplio conocimiento del mercado como un paso previo a la toma de decisiones con respecto a la producción y la comercialización de bienes y servicios sobre todo en las áreas rurales. Esto producirá un cambio notorio en la visión tradicional de los productores y de las organizaciones rurales que, por lo general, producen y comercializan los productos y servicios, sin tener en cuenta las condiciones del mercado, lo que les ha llevado a numerosos fracasos.

➤ **¿Qué es Mercado?**

(<http://webdelprofesor.ula.ve>): “Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

La incógnita más importante a la hora de iniciar una pequeña empresa radica en la identificación del mercado que se pretende atender y en la cuantificación del mismo. Es decir se trata de saber quiénes serán nuestros clientes y qué cantidad de productos van a demandar o comprar.

La idea que subyace en este planteamiento es la de analizar y evaluar la oportunidad de mercado que ha sido descubierta y que hace factible la creación de un nuevo negocio o empresa para aprovecharla.

A más de saber que producir debemos preocuparnos también por conocer a quien vamos a vender, en donde podemos vender, cuando nos van a comprar y a cómo podemos vender.

➤ ¿Qué tipos de mercado existen?

El mercado no es uno solo, son distintos dependiendo del tipo de producto, de las cantidades que se negocian y del sitio donde se encuentra el comprador o consumidor. Por eso se habla del mercado mayorista en donde los comerciantes minoristas y empresas compran, en cambio, el minorista es donde los consumidores (familias, restaurantes, etc.) adquieren sus productos, también es bueno pensar que los productos o servicios se pueden orientar o dirigir a unos clientes o mercados específicos. Los clientes se pueden diferenciar por edad, género, o por capacidad de compra, esto es lo que los especialistas llaman segmentos de mercado, y un segmento de mercado se forma por un grupo numeroso de compradores. (<http://www.buenastareas.com>, 2012)

Otro conocimiento clave es que hay clientes que buscan características especiales en los productos por razones de salud, de conservación del medio ambiente, de sentimientos y de responsabilidad social, esto es lo que los expertos llaman **nichos de mercado**. Los nichos de mercado se diferencian de los segmentos en que se forman con un grupo de compradores mucho más reducido. (<http://www.buenastareas.com>, 2012)

➤ ¿Qué es un estudio de mercado y para qué sirve?

Es la recolección y análisis de datos de clientes actuales y potenciales para establecer las posibilidades de venta de nuevos productos y servicios o para comprender mejor los gustos de los clientes sobre los productos y servicios de empresas que ya se hallan en desarrollo, y, para las empresas que quieren comenzar su negocio propio el estudio de mercado le permitirá determinar y cuantificar la oferta, demanda y los posibles precios a los que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto o servicio que pretende ofrecer.

Este es un término desconocido para varias personas sobre todo para quienes tienen una empresa. Los estudios de mercado no sólo son para empresas grandes que gastan mucho tiempo y dinero en eso, los empresarios rurales también pueden desarrollarlo dentro de las posibilidades existentes. Toda empresa necesita realizar investigación de mercados aunque sea en forma sencilla.

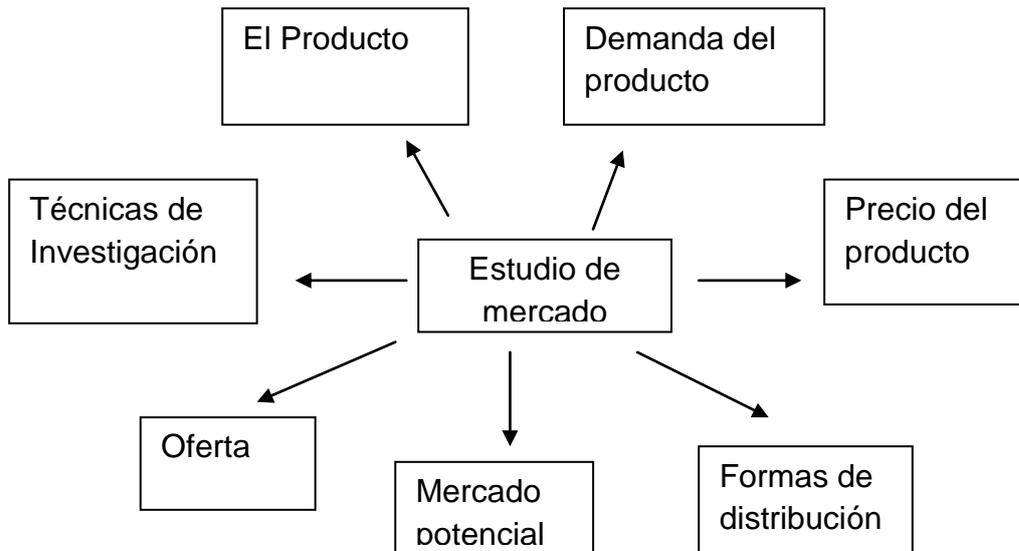
Normalmente, los hijos de los empresarios o los miembros más jóvenes de la empresa tienen capacidades que pueden ser aprovechadas para estas áreas. Si se quiere realizar un estudio más completo del mercado, existen consultores y empresas especializadas que ofrecen este servicio. En estos casos, es clave tener claro lo que queremos con el estudio.

➤ **¿Cuáles son los pasos a seguir para estudiar el mercado?**

- Paso 1: Definición de los objetivos del estudio
- Paso 2: Búsqueda de la información relacionada con el segmento de mercado al cual nos vamos a dirigir.
- Paso 3: Elaboración de encuestas, entrevistas u otra técnica de recolección de información.
- Paso 4: Recopilación de datos.
- Paso 5: Registro y manejo de los datos.
- Paso 6: Análisis de resultados y conclusiones

Esta es una forma de realizar un estudio de mercado, siguiendo cada uno de los pasos antes mencionados a fin de conseguir más información acerca del producto que se quiere vender.

Esquema 1: Estudio de Mercado



Fuente: <http://www.slideshare.net/lucho0205/el-estudio-de-mercados>

Elaborado por: La Autora

Luego de entender de forma general como es el comportamiento del mercado necesitamos de otros aspectos básicos para generar nuestra propia empresa como es el conocimiento del lugar, forma, tamaño, localización entre otros aspectos que se indican a continuación:

5.5.3. Tema No. 3: “DONDE SE VA A ESTABLECER LA PEQUEÑA EMPRESA”

Cuando ya sabemos qué queremos hacer y hacia donde nos vamos a dirigir hay que decidir el lugar en el que vamos a desarrollar la idea empresarial.

Este es un punto elemental porque puede afectar en gran manera el éxito de la empresa, para que esto no suceda se debe analizar las dos principales preguntas que se plantean.

➤ ¿Cuál será la localización geográfica de mi negocio?

La localización geográfica de la empresa puede traer una serie de ventajas que se pueden volver inconvenientes si erramos en la elección.

- 1) Hay que situarse cerca del potencial cliente.

- 2) Hay que tener una localización cercana a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad micro-empresarial.

Si no acertáramos en cualquiera de los dos aspectos anteriores tendríamos el peligro de correr con una serie de gastos (si pagamos los desplazamientos o transportes), o con una serie de menores ingresos (si cobramos por producto o servicio una menor cuantía de la debida), que podrían hacer peligrar el desarrollo futuro del proyecto.

También es necesario analizar los siguientes aspectos que le pueden ayudar a decidir cuál es el lugar más conveniente para iniciar el negocio.

- a) Hay que evaluar cuáles son los costos de cada ubicación posible y los beneficios que ofrece cada una de ellas.
- b) No se debe forzar el armado de un negocio por el sólo hecho de contar con un local propio o de bajo alquiler, si este no es el lugar adecuada para realizar el emprendimiento.
- c) Se debe analizar si uno va a visitar a los clientes o los clientes vienen a comprar.
- d) ¿Cuál es la imagen que debe tener el lugar y el establecimiento?
- e) ¿Es importante estar cerca de los proveedores?
- f) ¿Hay espacio suficiente para depositar la mercadería? ¿En una etapa futura es posible realizar ampliaciones?
- g) ¿Qué equipamiento necesitará?
- h) ¿Es una zona segura y con potencialidad de crecimiento?
- i) ¿El lugar de acceso y el estacionamiento son los apropiados para el negocio?
- j) ¿Hay lugar para cargar y descargar mercadería o insumos?
- k) ¿Dónde está ubicado el terreno?

➤ **¿Cuál será el canal de distribución más apropiado para mi producto?**

Los objetivos que deben cumplir los canales de distribución se relacionan con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor. Para la página web (Wikipedia, 2012), estos pueden ser:

- **Directos:** son aquellos que vinculan la empresa con el mercado sin intermediarios. Por ejemplo el productor agrícola que vende sus productos en un vehículo distribuidor a los hogares de puerta en puerta quienes serían los consumidores finales.
- **Indirectos:** porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final, pueden ser cortos o largos, según cuenten con uno o más niveles entre la empresa y el consumidor.

Cortos: Venta minorista.

Largos: La venta se realiza a través de mayoristas, distribuidores y representantes.

En función de estos conceptos usted podrá elegir la ubicación para su pequeña empresa y el canal de distribución más apropiado para su producto; estos aspectos también le permitirán reconocer cuanto necesitará para comenzar su negocio.

5.5.4. Tema No. 4: “OBTENER FINANCIACIÓN PARA LA EMPRESA”

➤ **¿Cómo puedo financiar mi pequeña empresa?**

El rubro de inversión para la iniciación de la pequeña empresa, puede ser pagado mediante la introducción de capital propio o a través de un préstamo o financiamiento de una entidad crediticia, en el caso de que la empresa sea de propietario único o el representante sea una persona natural.

Mientras que si la pequeña empresa que se va a formar es una constituida jurídicamente por varios socios, el capital puede ser obtenido a través del pago de acciones por parte de cada uno de estos, todo dependerá de la forma jurídica que los socios adopten, esto no quiere decir que la única fuente de financiamiento serán los accionistas, en este caso, las posibilidades financieras para sociedades, asociaciones compañías y de más tipos de empresa se amplían.

La dimensión de la empresa viene muy condicionada por sus posibilidades financieras. Las facilidades ante el mercado de capital o la posibilidad de utilización del crédito permiten alcanzar dimensiones superiores. Un mayor tamaño empresarial exige un elevado volumen de inversión que, lógicamente, implica obtener la financiación necesaria para llevarse a cabo. Ésta es una de las grandes dificultades con las que se encuentran hoy algunas de las pequeñas empresas, y no sólo para su creación, sino para su crecimiento.

Pero el panorama no se debe observar tan abrumador ya que en nuestro país si existen entidades que emiten créditos a pequeños empresarios, solo tienen que llenar ciertos requisitos.

Existen varios bancos locales y otras instituciones financieras como cooperativas y sociedades creadas para brindar servicios crediticios, lo que permite que usted trabaje con la institución de su elección. Cada establecimiento posee sus propios reglamentos con respecto a los préstamos. Si alguno de ellos rechaza su solicitud, puede ser que en otro le acepten.

A continuación se enumera algunas de las posibilidades financieras:

- Ahorro personal
- Préstamos de familiares.
- Microcréditos privados o de ONG'S (Fundaciones, corporaciones)

- Créditos del Gobierno o de instituciones financieras privadas.
- Crédito privado por los proveedores de insumos (materia prima de sus productos)
- Créditos del sistema financiero: Para equipos (activos fijos), para materia prima y sueldos, otros (capital de trabajo).

Existen entidades que proporcionan créditos para empresarios estas son:

MIPRO: El Ministerio de Industrias y Productividad, a través del Programa FONDEPYME, tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las micro, pequeñas, medianas empresas de manera asociada o en forma individual que son productoras de bienes o servicios de calidad a nivel nacional.

Promueve la competitividad y productividad sistémicas en toda la CADENA DE VALOR de las MIPYMES, Artesanías y Emprendimientos, coadyuvando a la política de sustitución inteligente de importaciones y a la de promoción de exportaciones industriales y de servicios, mediante el incremento de la producción local, la mejora de la productividad, la generación de un mayor valor agregado y la asociatividad; considerando los principios de responsabilidad social, de sostenibilidad ambiental y de eficiencia energética, así como, la descentralización y diversificación óptima de los sectores productivos, con la gestión participativa de los territorios.

Emprende Ecuador El programa Emprende Ecuador, impulsado por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), apoya a ciudadanos apasionados por la creación de negocios con potencial de crecimiento, innovadores o altamente diferenciados, y con gran capacidad de incursionar en el ámbito internacional. Las ideas deben nacer con la visión y ambición de convertirse en negocios con ventas de, al menos, USD 100.000 en el primer año de funcionamiento.

MIES: A través del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, el MIES quiere Impulsar la Economía Popular y Solidaria a través de la promoción,

fomento y proyección de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios y el acceso a activos productivos, con el fin de contribuir a la realización del buen vivir.

SENAMI: El programa Fondo Concursable "El Cucayo" apoya a las personas ecuatorianas migrantes emprendedoras para iniciar un negocio propio o ampliar uno ya existente que sean financieramente rentables. El Programa Fondo Concursable "El Cucayo" mantiene la apertura para receptar ideas de negocio en las distintas áreas productivas, pero quiere motivar de manera especial para la presentación de Ideas de negocio en las áreas Turísticas, Ambientales y Culturales.

Banco Nacional del Fomento: El crédito 555 (hasta 5.000 dólares, 5 años plazo, 5% de interés anual) es una herramienta que puede apoyar a aquellos proyectos de inversión en unidades de producción, comercio o servicio, en funcionamiento o por instalarse.

CFN: La Corporación Financiera Nacional tiene una amplia línea de créditos que pueden ayudar a los emprendedores.

Crédito 1er piso: requisitos

Para créditos de hasta US\$ 300,000 se requiere Plan de Negocios.

- Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético y un Proyecto de Evaluación.
- Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- Carta de pago de los impuestos.
- Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- Proformas de la maquinaria a adquirir.

- Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Crédito 2do piso: <http>

Multisectorial Inclusivo

Línea de Crédito Multisectorial Inclusivo Sectores Priorizados

Destino

- Activo fijo.
- Capital de trabajo.
- Asistencia técnica.

Beneficiario

- Actividades a pequeña escala, con ventas o ingresos brutos anuales de hasta USD 100.000.

Monto

- Hasta USD 20.000.

Plazo

- Activo fijo: 10 años.
- Capital de trabajo: 3 años.
- Asistencia técnica: 2 años.

Garantía

- Negociadas entre la IFI y el BF, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

Amortización

- Cada 30, 90 ó 180 días o al vencimiento en operaciones de hasta 360 días, conforme el ciclo productivo de la actividad.

Siembra Futuro

Es una alternativa para ciudadanos ecuatorianos que cada vez tienen dificultades para encontrar empleo, sobre todo en instituciones públicas.

Opciones como estas, nos pueden llevar a que los jóvenes que obtienen sus títulos, sean emprendedores y para eso apoya al programa “Siembra Futuro de Cervecería Nacional”.

29 de octubre

Microcréditos

Destino del Crédito

Actividades productivas y comercialización o prestación de servicios a pequeña escala con ventas o ingresos brutos de hasta USD. 100.000,00 anuales. - Capital - Activos Fijos - Consumo.

Fuente de Ingresos del Solicitante

Ventas o ingresos brutos generados por la actividad financiada o por los ingresos de la unidad familiar micro empresarial.

Requisitos para el Crédito

- Solicitud de Crédito debidamente llena y firmada por el representante legal
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos (luz, agua o teléfono) actualizada
- Copia del RUC o RISE
- Poseer una microempresa durante 1 año mínimo
- Justificar ingresos y patrimonio

Interés: Autocooperativo: 15.2%

Creer: 24%

Fondos Propios: 0%

Fondos Propios desde USD 10001 hasta USD 20000: 22.6%

Fondos Propios desde USD 3001 hasta USD 10000: 24%

Fondos Propios hasta USD 3000: 24.6%

Multisectorial CFN: 20.41%

Plazo Máximo: Autocooperativo: 60 meses

Crear: 17 meses

Fondos propios si el destino del crédito es para adquisición de activo fijo y sobrepasa los USD 5000: 48 meses

Multisectorial CFN: 42 meses

Montos Máximos: Autocooperativo: 20000 USD.

Autocooperativo: 20000 USD.

Crear de acuerdo al numero de prestamos de la caja comunal: 0 USD.

Fondos Propios: 20000 USD.

Fondos Propios desde USD 10001 hasta USD 20000: 20000 USD.

Fondos Propios desde USD 3001 hasta USD 10000: 20000 USD.

Fondos Propios hasta USD 3000: 20000 USD.

Multisectorial CFN: 20000 USD.

Amortización: Fondos propios: quincenales, mensuales, trimestrales, semestrales / redescuento: mensuales.

Relación cuota / Ingreso: 50%

Seguro de Desgravamen: SI

CREDIFE DESARROLLO

Financiará la compra de sus inventarios, materias primas, insumos y pagos a proveedores, lo que usted necesite para impulsar su negocio.

Características

Monto \$300 a \$20.000

Plazo 2 a 24 meses

Forma de Pago Débito de la cuenta

Periodicidad de Pago Mensual

Requisitos para acceder al crédito

- Brindarnos información correcta de su negocio
- Puntualidad en los pagos acordados
- Experiencia de un año en su negocio como propietario
- Estabilidad de mínimo de seis meses en el mismo local
- Un garante personal (microempresario o dependiente)

Documentos

- Copias de cédulas de identidad legibles (deudor, garante, cónyuges)
- Copias de papeletas de votación legibles (deudor, garante, cónyuges)
- Copia de recibo de luz, agua o teléfono del domicilio del deudor y garante
- Documento de certificación del negocio (Patente, RUC, Copia de la última declaración de impuestos al SRI, Facturas de compra a sus proveedores o Certificado comercial)
- Certificado de ingresos si el garante es asalariado

Cooperativa alianza del valle

Crédito para pequeños empresarios y negocios

Si usted tiene una microempresa, si es comerciante formal o informal o transportista, la cooperativa le da la oportunidad de crecer, diversificarse y desarrollarse, a través de un financiamiento, con una baja tasa de interés, con cuotas que se ajusten a sus ingresos y sin requisitos complicados.

Facilidades:

- Monto desde USD\$ 500 a USD\$ 80.000.
- Su crédito hasta 72 meses plazo.
- Le prestamos 10 veces lo que tiene en su cuenta de ahorros.

Requisitos:

- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación (actualizada).
- Carta del impuesto predial (en caso de ser necesario).
- Copia del pago de un servicio básico (luz, agua o teléfono).
- Copia del RUC en caso de tenerlo.
- Si no tiene RUC, presente tres facturas actualizadas de sus proveedores.
- Aplica los mismos requisitos en caso de garante.
- Llenar la solicitud de crédito

No olvide que los créditos que usted recibe, deberán también pagar un valor adicional por tasa de interés. Por lo tanto incluya este valor cuando realice el cálculo de costos. (Anexo 4)

El proceso para realizar el crédito lo establece cada institución pero tenga en cuenta que los **requisitos** necesarios son:

1. Garantías Crediticias que pueden ser prendarias e hipotecarias.
2. Sustentación de Ingresos a través de facturas o roles de pago.
3. No tener deudas con otras instituciones financieras

➤ **¿Qué aspectos debo tomar en cuenta para solicitar un préstamo?**

Las micro y pequeñas empresas tienen que hacer una ardua investigación sobre qué institución sería la mejor opción que les brinde el servicio financiero que necesitan. Los aspectos que tienen que tomar en cuenta son el tiempo que la empresa crediticia opera en el mercado, su cartera de clientes, rapidez en el proceso de aprobación del crédito y fondeo, y su flexibilidad. También es importante que la empresa crediticia tenga un conocimiento comprobado de las necesidades de los micro-empresarios, ya que tendrá una mayor sensibilidad ante las necesidades de este tipo de empresas.

Una vez establecida la forma de financiamiento tengo que observar cómo estará constituida mi pequeña empresa.

5.5.5. Tema No 5: "ESCOGER LA FORMA LEGAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA"

➤ **¿De qué forma vamos a crear el negocio para aprovechar la legalidad vigente?**

Las figuras vigentes para constituir un negocio pueden ser:

PERSONA NATURAL

Persona natural es uno mismo o a la persona humana. Las personas naturales inician individualmente un negocio. Este tipo de empresa funciona con un dueño que es el propietario único, quien es el

responsable de su manejo. Además puede tener dependientes a su cargo.

El propietario único de un negocio cuya figura jurídica es persona natural debe contribuir o prestar todo el capital necesario para comenzar el negocio. Cualquier fuente externa de fondos debe ser en forma de préstamos. El propietario único es la forma más simple de organizar un negocio y es la menos regulada. La ganancia o pérdida del negocio es gravada como ingreso personal y está incluida en la declaración personal de impuestos.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad de acuerdo a la ley del Régimen Tributario Interno todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Esto de acuerdo al art. 37 del reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

➤ **¿Cuáles son los requisitos para establecerme como persona natural?**

Por el pequeño tamaño de la empresa, la mejor forma sería actuar como persona natural, como primer requisito para establecer la actividad económica el RUC (Registro Único de Contribuyentes) o el RISE (Régimen Impositivo Simplificado).

Para obtener el RUC o RISE se necesitara:

- Original y copia de cédula de identidad a color y presentación de papeleta de votación vigente.
- Para los extranjeros original y copia a color del pasaporte con cualquier visa (excepto de transeúnte)
- Para registrar la dirección de la actividad económica puede traer el original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono de máximo tres meses atrás o pago del impuesto predial (año actual o año anterior)
- Documento adicional para artesanos: original y copia de la calificación artesanal emitida por el organismo competente.

En el caso del RUC, es necesario facturar por las ventas. Si está afiliado al RISE, no podrá tener ingresos mayores a \$ 60.000 al año y por tal motivo, no es necesario facturar, solo entregar comprobantes de venta (y pagar un pequeño valor mensual al SRI entre \$1 y \$ 15 mensuales).

En un inicio puede ser que ésta sea la mejor opción (RISE).

Cuadro 22: Tabla consolidada del RISE

INGRESO ANUAL		CUOTA MENSUAL POR ACTIVIDAD						
MINIMO	MAXIMO	COMERCIO	SERVICIOS	MANUFACTURA	CONSTRUCCIÓN	HOTELES Y RESTAURANTES	TRANSPORTE	AGRICOLAS MINAS Y CANTERAS
0	5000	1,17	3,5	1,17	3,5	5,84	1,17	1,17
5001	10000	3,5	18,67	5,84	12,84	22,17	2,33	2,33
10001	20000	7	37,34	11,67	26,84	44,35	3,5	3,5
20001	30000	12,84	70,02	21,01	50,18	77,02	4,67	5,84
30001	40000	17,51	106,2	29,18	71,19	122,54	15,17	9,34
40001	50000	23,34	152,88	37,34	110,87	168,05	31,51	14
50001	60000	30,34	210,06	52,52	157,55	212,4	57,18	17,51

Fuente: <http://www.sri.gov.ec/>

Elaborado Por: Autora de la Investigación

PERSONA JURÍDICA

Es una persona que requiere una forma legal de constitución, puede ser constituida por personas naturales y/o personas jurídicas. Es representada por una o más personas naturales.

Quienes adoptan esta forma generalmente deben averiguar cuál será la figura jurídica más adecuada de la micro-empresa así por ejemplo según el número de socios y las normas para la formación de empresas pueden constituirse como: asociación, sociedad civil, comercial o de servicios, compañía limitada, sociedad anónima, corporación entre otras.

➤ ¿Cuáles son los requisitos para Constituir una Asociación?

De acuerdo al reglamento para la aprobación control y extinción de personas jurídicas de derecho privado, con finalidad social y sin fines de lucro, que se constituyan al amparo de lo dispuesto en el código civil los requisitos a seguir serán:

1.- Solicitud y copia a la coordinadora zonal 1 del Ministerio de Inclusión Económica y Social, pidiendo la aprobación del Estatuto y se le conceda a la organización la personalidad jurídica.

2.- Se podrá constituir fundaciones con un mínimo de 5 personas, el resto de organizaciones podrán constituirse con un mínimo de 11 personas.

3.- Copia del acta constitutiva.

En la copia del acta constitutiva debe constar:

- Voluntad de asociarse.
- Finalidad de crear la Organización (objetivo).
- Nombre de la organización.
- Nombramiento de la directiva provisional.
- Los nombres y apellidos completos, números de cédula de ciudadanía y firmas de todos los socios(as) fundadores asistentes a la Asamblea.

El acta constitutiva debe estar certificada por el secretario de la organización indicando que es una copia del original y las firmas corresponden a las personas que asistieron a la asamblea Constitutiva.

4.- La elaboración de un plan de actividades de un año.

Las fundaciones deberán indicar las fuentes de financiamiento.

5.- Lista de los socios fundadores (apellidos, nombres, números de cédulas, domicilio y firmas) en orden alfabético.

6.- Dos ejemplares del estatuto originales.

El estatuto debe contener:

- Constitución, naturaleza, nombre y domicilio de la organización;
- Objetivos y fines específicos, claramente determinados y vinculados a los objetivos y políticas sociales del Ministerio de Inclusión Económica y Social y las fuentes de ingresos;
- Clases de miembros;

- Derechos y obligaciones de los socios;
- Régimen disciplinarios;
- Régimen de solución de controversias;
- Causales para la pérdida de la calidad de socio;
- Estructura y organización interna;
- Régimen económico;
- Causas de disolución y procedimiento para la liquidación y,
- Mecanismos de elección, duración y alternabilidad de la Directiva.

El o la secretaria debe certificar al final del estatuto, que éste ha sido analizado y aprobado en dos Asambleas de fechas distintas.

7.- La lista de los socios en orden alfabético, con números de cedula y el Estatuto en un medio magnético.

8.- Apertura de una cuenta de Integración de capital a nombre de la organización con un monto de 400 dólares para corporaciones (asociaciones, comités, clubes, colegios de profesionales) y 4000 dólares para fundaciones.

9.- Copias de las cédulas y certificados de votación actualizados de todos los socios.

10.- Indicación del lugar en que la entidad en formación tendrá su sede, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia e indicación de un número de teléfono, fax o dirección de correo electrónico en caso de tenerlos.

11.- Sesión de trabajo con la asamblea general de socios.

Ingresar los datos de la organización en www.sociedadcivil.gob.ec

Para ingresar la documentación por secretaria del Ministerio de Inclusión Económica y Social, el presidente deberá llevar la cédula y certificado de votación originales. En el caso que no asista el representante, la

persona que ingrese el trámite debe presentar sus documentos originales.

➤ **Obligaciones Tributarias**

PERSONA NATURAL

Presentar declaraciones que es dar a conocer al SRI los ingresos y gastos, para con esta información establecer el impuesto a pagar, las declaraciones se puede realizar a través de internet, solicitando previamente una clave de acceso. Este servicio se lo puede utilizar las 24 horas de los 365 días del año según resolución NAC DGERCGC12-00032 del 24 de enero del 2012.

Las declaraciones a realizar son:

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO IVA mediante el formulario 104 para personas obligadas a llevar contabilidad.

El formulario 104 las personas que no están obligadas a llevar contabilidad.

Se lo deberá realizar en forma mensual si vende productos gravados con tarifa 12%; si vende productos o servicios gravados con tarifa 0% y 12%. La declaración se la realizara en forma semestral si vende productos o servicios gravados únicamente con tarifa 0%; o si le retienen el 100% de IVA en todas las ventas realizadas.

IMPUESTO A LA RENTA se lo realizara mediante el formulario 102 para las personas obligadas a llevar contabilidad; formulario 102 para personas no obligadas a llevar contabilidad.

Esta declaración se la realizara en forma anual si los ingresos brutos anuales superan la base mínima imponible para el año 2012 la base imponible es de 9720 dólares.

Los plazos para declarar los impuestos dependen del noveno dígito del registro único de proveedores.

Para pagar los impuestos lo puede hacer a través de una solicitud de débito automático de la cuenta; se puede utilizar también otras formas de pago como son cajeros automáticos, ventanillas de instituciones financieras autorizadas, tarjetas de crédito, u otro servicio habilitado por la entidad financiera, y también se puede cancelar estos valores mediante notas de crédito o compensaciones.

SOCIEDADES

Las declaraciones se las deben realizar por internet, las cuales deberán efectuarse en forma consolidada, independientemente del número de sucursales, agencias o establecimientos que posea; las declaraciones a presentar son:

Declaración del Impuesto al Valor Agregado (IVA) esta declaración se la realizara en forma mensual en el formulario 104 inclusive cuando en uno o varios períodos no se hayan registrado venta de bienes o prestación de servicios, no se hayan producido adquisiciones o no se hayan efectuado retenciones en la fuente por dicho impuesto. Se deberá realizar una sola declaración por período, tanto como agente de retención como la percepción del impuesto.

Declaración del Impuesto a la Renta se debe realizar cada año, en el formulario 101, en este formulario se deberá consignar los valores correspondientes en los campos relativos al Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados y conciliación tributaria; cabe señalar

que, de ser el caso, se deberá pagar el Anticipo del Impuesto a la renta en el formulario 106, calculado en base al impuesto causado el año anterior.

Declaración de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la renta, se lo deberá realizar en forma mensual en el formulario 103, aunque no se hubiesen efectuado retenciones en uno o varios períodos mensuales; los obligados a llevar contabilidad son agentes de retención, razón por lo cual están obligadas a llevar registros contables por las retenciones en la fuente realizadas y de los pagos hechos por tales retenciones; adicionalmente se deberá mantener un archivo cronológico de los comprobantes de retención emitidos y de las respectivas declaraciones.

ANEXOS es la información detallada de las operaciones que realiza el contribuyente, y los obligatorios de presentar en el periodo indicado de acuerdo al noveno dígito del RUC son:

Anexo de Compras y Retenciones en la fuente de Impuesto a la renta o Anexo Transaccional Simplificado. Las personas sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad cuyos ingresos brutos anuales o costos y gastos anuales, hayan superado el doble de los montos establecidos para llevar contabilidad, esta información se debe presentar en medio magnético.

Anexo PVP este anexo debe ser presentado por los fabricantes e importadores de bienes y quienes presten servicios gravados con el Impuesto de Consumos Especiales.

Anexo de ICE este anexo corresponde al informe de ventas de productos terminados para cada una de las marcas o presentaciones, que será presentado en el mes subsiguiente.

Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia es la información relativa a las retenciones en la fuente del Impuesto a la renta

realizadas a sus empleados bajo relación de dependencia, por concepto de las remuneraciones del periodo comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre el cual deberá ser presentado en el mes de febrero.

5.5.6. Tema 6: ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO

La Administración consiste en coordinar de manera eficiente los recursos de la que posee la pequeña empresa para sacarle adelante y cumplir con los objetivos.

➤ ¿Cómo coordinar de manera eficiente los recursos?

Para que la Administración sea exitosa existen 5 pasos:

1. Planeación:

Es la parte más importante de la administración ya que plantea las bases para el desarrollo y éxito del negocio. Es decir permite tener un conocimiento amplio del mismo.

Para lograr una buena planeación se debe comenzar por el planteamiento de objetivos los cuales deben ser alcanzables y viables así como también definir estrategias para lograrlos.

Se debe tener en cuenta que el tener claro los objetivos y metas permitirá tomar las mejores decisiones para el futuro del negocio.

Aquí se debe contestar a las preguntas ¿Qué es lo que quiero hacer? y ¿Qué es lo que voy hacer?

2. Organización

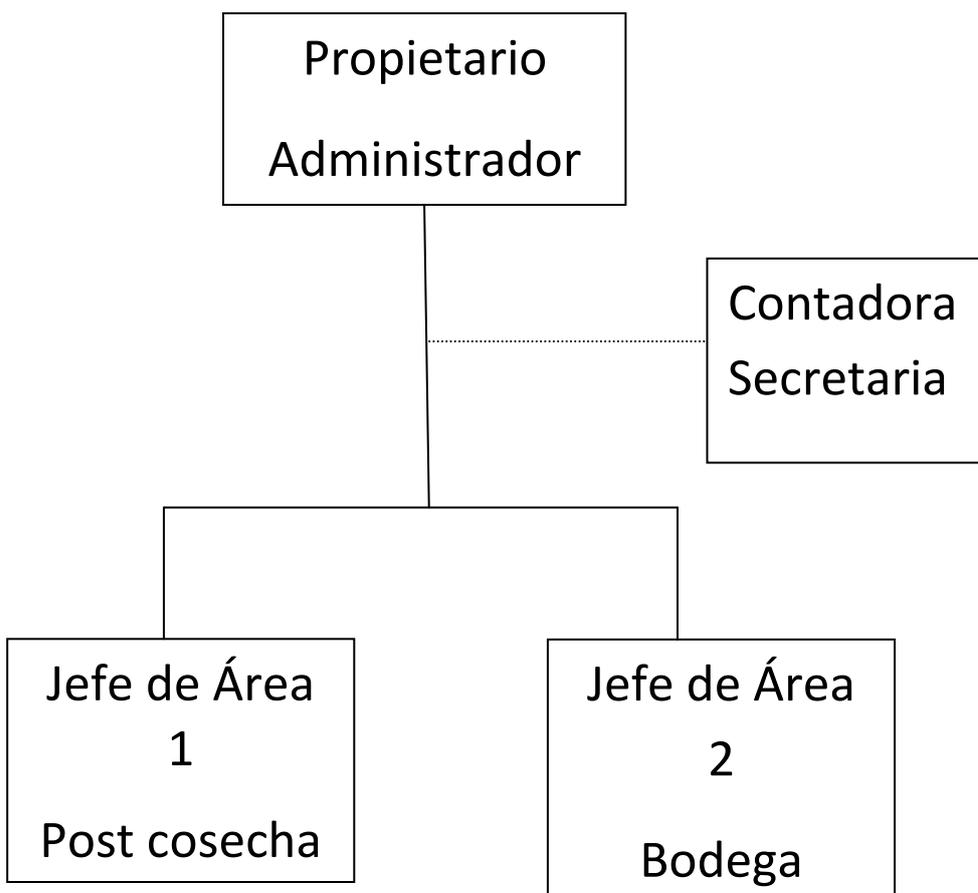
Establece responsabilidades dentro de la empresa. Si es un negocio de tipo familiar a cada integrante se le debe atribuir una función a fin de que haya una mejor organización en base a las actitudes y aptitudes.

Si es una pequeña empresa constituida por varios socios se deberá estructurar los puestos dentro de la misma y las funciones de cada uno también serán establecidas en los estatutos.

¿Responde a las preguntas como lo voy hacer?

Por Ejemplo:

Esquema 2: Organigrama Básico de una Empresa



Elaborado por: Autora de la Investigación

A continuación se describe las funciones que deberán realizar cada uno de los integrantes del nivel o área del organigrama antes detallado:

MANUAL DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES	
EMPRESA	
PUESTO: PROPIETARIO/ADMINISTRADOR	
ÁREA :	Administrativa
Supervisa a:	Todas las áreas de la empresa
Objetivo:	Generar trabajo y obtener recursos económicos que permitan a la empresa establecerse, crecer y desarrollarse.
Funciones:	
Establecer las normas de trabajo referentes a la actividad que realice la empresa sea esta, de prestación de servicios o de producción y venta de productos.	
Representar a la empresa sea está establecida jurídicamente o no.	
Resolver problemas que podrían presentarse interna y externamente que involucren directamente a la organización y personal a cargo.	
Establecer precios de los servicios o productos.	
Efectuar la contratación de personal necesario para cada área de la empresa.	
Programar cursos de capacitación al personal.	
Realizar la adquisición de víveres, insumos, materiales y otros de acuerdo a la actividad de la empresa, después del análisis de cotizaciones de precios.	
Firmar cheques.	
Iniciar el cambio en la organización cada vez que esta así lo requiera, adaptando mejoras que permitan un rápido y seguro crecimiento.	
Plantear propuestas que permitan mejorar la situación actual de la empresa y <u>optimizar sus recursos</u>	

Fuente :<http://es.scribd.com/doc/36361591/Manual-de-Funciones-a>

Elaborado por: Autora de la Investigación

MANUAL DE FUNCIONES	
EMPRESA	
PUESTO: CONTADORA / SECRETARIA	
ÁREA :	Administrativa, Financiera y Contable
Objetivo:	Ayudar al gerente con las actividades administrativas, y presentar balances cada vez que el gerente lo requiera.
Funciones:	
Presentar oportuna y permanentemente reportes e informes financieros para la gerencia.	
Codificación, jornalización y mayorización de las transacciones contables.	
Elaboración de Conciliaciones Bancarias.	
Elaboración de roles de pago.	
Elaboración de planillas de empleados y el pagos de aportes patronales de IESS	
Elaboración de pago de Impuestos fiscales y sus respectivos anexos.	
Constatación física de inventarios, activos fijos.	
Presta apoyo en la gestión administrativa, ayudando al control y conducción del personal a través de sus mandos medios.	
Elaborar escritos y comunicados, redacta informes y peticiones del administrador en función de los requerimientos de la empresa.	
Lleva registros y agenda de actividades, citas, conferencias, capacitación, compromisos a más de todo aquello que involucre a la organización o el personal a través de la intervención del administrador.	
Se encarga de informes y requerimientos de las áreas, receptando inquietudes, quejas, producción, necesidades.	

Fuente: <http://es.scribd.com/doc/36361591/Manual-de-Funciones-a>

Elaborado por: Autora de la investigación

Para describir las funciones del Jefe de esta área se pondrá como ejemplo que el Área 1 es de post-cosecha:

MANUAL DE FUNCIONES	
EMPRESA	
PUESTO: JEFE DE ÁREA 1	
ÁREA :	Post-cosecha
Objetivo:	Realizar actividades de post-cosecha para obtener producto de calidad.
Funciones:	
Administración del Personal a cargo	
Evaluación por periodos del trabajo desarrollado.	
Suministrar material de trabajo al obrero.	
Capacitar al personal.	
Observar que el producto esté bien clasificado y limpio.	
Empaquetado, conservación, identificación y traslado del producto.	
Control y manejo de plagas de almacenamiento.	
Generar presupuesto para material y empaque.	

Fuente: <http://www.floreca.com/fileadmin/media/documentos/eia-ex-post-floreca.pdf>

Elaborado por: La Autora de la Investigación

Así mismo para describir las funciones del Jefe de esta área se pondrá como ejemplo que el Área 2 es de Bodega.

MANUAL DE FUNCIONES	
EMPRESA	
PUESTO: JEFE DE ÁREA 2	
ÁREA :	Bodega
Objetivo:	Velar por que el producto que se almacena esté en buenas condiciones y que exista un stock adecuado de los mismos.
Funciones:	
Preparar el Plan de Compras de Inventarios	
Velar porque las deficiencias (empaques dañados, faltantes, sobrantes, problemas de infestación, humedad) detectados sean reportados.	
Revisar el adecuado almacenaje del producto en bodega.	
Verificar que los documentos de despacho, facturas de auto consumo y cualquier otro documento sea debidamente autorizado.	
Diligenciar formatos de entrada y salida del almacén, para que pueda saber cuándo llegó o salió la mercancía, que cantidad, cuántas unidades de una referencia, que artículos, a quien se le compro o vendió y quien la recibió.	
Realizar un control de inventarios diarios para tener conocimiento del producto que se está agotando o que productos tiene en mayor cantidad.	
Recibir y verificar los productos que ingresan esto para estar seguro de que lo que se le anuncia en el documento correspondiente es lo que en realidad se le entrega.	
Diligenciar los documentos necesarios que certifiquen el recibo o despacho de la mercancía ya que él es el directo responsable y así evitar reclamaciones futuras de que no me llevo tal producto o que se le entrego de más.	
Realizar los reportes respectivos al/la contador/ra para poder contar con la autorización de estos.	
Revisar que el almacenaje de los productos si sean los adecuados	

Fuente: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Funciones-De-Un-Jefe-De-Bodega/2396721.html>

Elaborado por: Autora de la Investigación

Cabe recalcar que las funciones deben ser descritas de acuerdo a la actividad que realice la empresa y al número de áreas que ésta tenga.

3. Integración

En esta etapa se detallan de mejor manera los puestos de la organización en función de aspectos que les rodean y de los conocimientos que cada integrante tenga.

Responde a las preguntas con qué y con quién lo voy hacer?

4. Dirección

El gerente o dueño debe tratar de influir positivamente en las personas que se están a su cargo para que cumplan con los objetivos de la Investigación. Se debe responder a la pregunta

¿Cómo hacer para que mis colaboradores estén satisfechos?

5. Control

Aquí se debe medir y corregir la realización de las actividades desarrolladas por los integrantes de la pequeña empresa a fin de que se dé cumplimiento a los objetivos planteados.

Todo esto es en referencia a la parte organizacional de la empresa.

Pero parte de la buena Administración es también llevar un Registro de ingresos y egresos lo cual le ayudará a conocer las personas a quienes compró y a las que ha vendido, así como conocer cuánto compra y qué cantidad vende.

A continuación se presenta un registro que puede ser llevado por personas naturales o jurídicas no obligadas a llevar contabilidad ya que en caso contrario (persona natural o persona jurídica obligada a llevar contabilidad) la contabilidad debe ser puesta en manos de un contador público autorizado.

Cuadro No. 2: Esquema Básico para Registro de Compras y Ventas

Fecha	No. de Comprobante de venta (sea de su venta o de su compra)	Concepto	Subtotal	IVA	Total
15/12/2009	001-001-1234567	Compra gaseosas	100,00	12,00	112,00
02/01/2010	001-001-6581269	Compra de frutas	50,00	-	50,00
01/02/2010	001-001-0000026	Venta de mercadería	150,00	18,00	168,00

Fuente: <http://www.sri.gov.ec/>

Elaborado por: Autora de la Investigación

5.5.7. Tema No. 7: LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA

LA CONTABILIDAD EN LA EMPRESA

La mayoría de los dueños de las empresas familiares o pequeñas que existen en el país, para manejar los recursos con que cuenta su negocio, se basan, solamente en la experiencia y el sentido común, conociendo a fondo su negocio y sabiendo, aproximadamente, cuánto se ha vendido, cuánto deben los clientes y cuánto dinero hay en caja.

Sin embargo, para conocer en forma clara y precisa la situación financiera de una empresa y administrar mejor sus recursos, es conveniente aplicar la contabilidad en el manejo del negocio. La contabilidad registra, clasifica y resume las operaciones económicas que realiza la empresa, con el objeto de obtener la información financiera necesaria para tomar decisiones. Es muy importante que se mantenga presente la objetividad en la toma de decisiones que afectan el funcionamiento de la empresa.

Para controlar cada uno de los movimientos económicos que se realiza en una empresa, existen diversos tipos de control que pueden establecerse para su operación y desarrollo, ya que la idea de que sólo un profesional puede realizar las tareas de control y registro de las operaciones que realiza la empresa, ha ocasionado que la contabilidad de las empresas se descuide o de plano se deje de lado. Sin embargo, no es preciso que intervenga un profesional para poner

en marcha estos controles. Pudiendo hacerlo el propio empresario o cualquier otra persona de confianza que conozca el tipo y las características del negocio.

El propósito de este manual consiste en proporcionarle una serie de herramientas para organizar y registrar la información contable información útil para la toma de decisiones.

La sencillez de la información que se presenta, aunada a su experiencia y al conocimiento que tiene de su empresa, le permitirán una lectura amena, y sin duda lo más importante, llevar a la práctica lo que se indica.

5.5.7.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

¿Qué es el Estado de Situación Financiera?

Es un resumen claro y sencillo sobre la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. Su elaboración podrá ser mensual, semestral o anual de acuerdo con las necesidades del propio empresario. También se lo denomina Estado de Situación Patrimonial.

El término estados financieros se refiere al Estado de Situación Financiera, estado de resultados o de ganancias y pérdidas, estado de flujos de efectivo, notas, y otros estados y material explicativo que sean identificados como parte de los estados financieros.

Los postulados contables fundamentales son:

Empresa en marcha: Normalmente se considera que la empresa continuará sus operaciones y que no tiene información ni necesidad de liquidarse o reducir sustancialmente sus operaciones.

Devengamiento: Los ingresos y costos se acumulan, es decir son reconocidos a medida que se devengan o incurren y son registrados en los estados financieros en los periodos a los que se relacionan.

Uniformidad: Se supone que las políticas contables son uniformes de un periodo a otro.

Realización: Los resultados económicos sólo deben computarse cuando sean realizados, o sea, cuando la operación que las origina queda perfeccionada desde el punto de vista de la legislación o prácticas comerciales aplicables y se hayan ponderado fundadamente todos los riesgos inherentes a tal operación. Debe establecerse con carácter general que el concepto realizado participa del concepto de devengado.

Se consideran estados financieros básicos: el balance general o estado de situación financiera y el estado o cuenta de resultado.

El Estado de Situación Financiera muestra a una fecha determinada todos los bienes y derechos propiedad de la empresa (**ACTIVO**), así como todas sus obligaciones ciertas y aquellas que puede llegar a tener (contingentes) (**PASIVO**) y por último el patrimonio neto de la empresa (**CAPITAL**).

Para facilitar la claridad e interpretación del Estado de Situación Financiera, los datos económicos se agrupan en **ACTIVOS**, **PASIVOS** y **CAPITAL** o Patrimonio Neto.

ACTIVO

El activo es el conjunto de bienes y derechos que posee la empresa, se divide en circulante, fijo y diferido.

- Activo circulante, o corriente, es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses siguientes. Además, se consideran corrientes a aquellos activos aplicados para la cancelación de un pasivo corriente, o que evitan erogaciones durante el ejercicio. Con una mayor precisión terminológica, podríamos decir que el

"activo corriente" o "activo circulante" se refiere a aquellos recursos del ente que poseen una alta rotación o movilidad.

- Activo fijo, o no corriente, son aquellos bienes que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal). Por ejemplo, el edificio donde una fábrica monta sus productos es un activo fijo porque permanece en la empresa durante todo el proceso de fabricación y venta de los productos. Un contraejemplo sería una inmobiliaria: los edificios que la inmobiliaria compra para vender varían durante el ciclo de explotación y por tanto forma parte del activo circulante. Al mismo tiempo, las oficinas de la inmobiliaria son parte de su activo fijo.

- Activo diferido: El saldo de las cuentas del activo diferido está constituido por gastos pagados por anticipado, sobre los cuales se tiene el derecho de recibir un servicio aprovechable, tanto en el mismo ejercicio como en posteriores.

PASIVO.

El pasivo está formado por las obligaciones hacia terceros (pasivo exigible). Los fondos propios, también llamados capital o neto patrimonial, por ser la diferencia entre el activo y el pasivo exigible, son por tanto el valor contable neto de la empresa, ya que representa el valor de los bienes y derechos que la empresa no debe a nadie.

Patrimonio neto contable

Se denomina a esta partida como la diferencia entre el activo -bienes y derechos que están controlados económicamente por la empresa- y el pasivo -corriente y no corriente-. Se cumple así la ecuación contable: Activo total = Pasivo total + Patrimonio neto; o lo que es lo mismo, Activo total - Pasivo total = Patrimonio neto, siendo entonces Activo total - Pasivo corriente - Pasivo no corriente = Patrimonio neto contable.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL (DÍA , MES, AÑO)	
ACTIVO	PASIVO Y CAPITAL
Activo circulante	Pasivo circulante
Caja	Proveedores
Bancos	Acreedores diversos
Clientes	Impuestos a Pagar
Inventarios	Créditos banco corto plazo
	Otros pasivos corto plazo
Total Activo Circulante	Total Pasivo Circulante
Activo fijo	Pasivo largo plazo
Terreno	Créditos bancarios largo plazo
Edificio	Otras obligaciones largo plazo
Maquinarias y equipo	
Equipos de transporte	
Total Activo Fijo	Total pasivo a largo plazo
Otros Activos	Otros Pasivos
Total otros activos	Total otros pasivos
TOTAL ACTIVO	TOTAL PASIVO
	TOTAL CAPITAL
	TOTAL PASIVO + CAPITAL

Ahora veremos en forma detallada los componentes:

Clasificación de los activos

Los activos están constituidos por LAS COSAS DE VALOR QUE SE POSEEN, como:

Dinero en efectivo

Cuentas y documentos por cobrar

Mercancías

Enseres de oficina

Equipos

Terrenos

Edificios

Su clasificación es:

Activo circulante o corrientes

Activos fijos

Otros activos

Activos circulantes o corrientes:

Son los activos que son efectivos o que se pueden convertir fácilmente a efectivo en un plazo no mayor a doce meses. Para efectos de ubicación, en el balance aparecen en orden de liquidez así:

Caja

Bancos

Cuentas por cobrar, e

Inventarios

Activos fijos:

Inmuebles, maquinarias y equipos.

Son aquellos bienes que cumplen con las siguientes características:

Ser propiedad de la ONG

Ser de naturaleza duradera

No estar destinados para la compra/venta

Que sean necesarios para cumplir los programas o actividades de la organización.

Dentro de estos activos, se mencionan: mobiliario, vehículos, enseres, equipo, edificios.

Otros activos:

En contabilidad, otros activos, son los que no se pueden clasificar, ni como circulantes ni como fijos, pero que son propiedades que la organización tiene y que utilizar para llevar a cabo sus programas, por ejemplo: gastos pagados por adelantado, alquileres, seguros, papelería.

Por lo tanto, los activos totales de una organización serán:

Activos totales = Activos circulantes + Fijos + Otros Activos

Clasificación del Pasivo

Los pasivos son obligaciones que, igualmente que los activos tienen una clasificación de acuerdo con el orden de preferencia de pago. Los pasivos deben clasificarse como: Pasivos corrientes o de corto plazo, pasivos a largo plazo o no corriente y Otros pasivos.

Pasivos corrientes o a corto plazo:

Son las obligaciones que deben cancelarse en un plazo menor a un año. En el balance, deben presentarse en el orden de su exigibilidad:

Obligaciones bancarias

Cuentas por pagar a proveedores

Otras cuentas por pagar

Prestaciones sociales por pagar

Impuestos por pagar

Asignaciones a proyectos

Pasivo fijo o a largo plazo, en esta categoría se ubican las obligaciones que deben cubrirse en un plazo mayor a un año.

Documentos por pagar

Cuentas por pagar

Asignaciones a proyectos

Otros pasivos

De la misma forma que los activos, la clasificación: Otros pasivos, se refiere a los pasivos que no se clasifican como corrientes, ni como a largo plazo, tales como: préstamos sin interés, ni fecha específica de cancelación; y alquileres o arrendamientos cobrados por anticipado.

De acuerdo con las categorías de pasivos, los pasivos totales de una organización están dadas por:

Pasivos totales = Pasivos corrientes + Fijos + Otros pasivos

Patrimonio o Capital:

Es la parte que la organización ha acumulado como propio, a través del tiempo, constituyéndose en un capital que será de utilidad en el momento que se presente alguna crisis o falta de financiamiento.

Este fondo se conforma por:

Resultados positivos o negativos, habidos en un período determinado entre los ingresos y egresos.

Donaciones recibidas de otros organismos, sea en efectivo, o en especie y las cuotas que los socios efectivas.

Por lo tanto, el patrimonio, resulta de la sumatoria de:

Patrimonio = Resultados + Donaciones + Cuota socios

ACLARANDO TERMINOS

RESULTADOS Es el resumen de los ingresos y gastos de una organización por un período específico.

INGRESOS Constituye todos aquellos fondos de efectivo o de bienes que recibe la organización para llevar a cabo su operatividad. Estos ingresos pueden ser generados por venta de servicios, donaciones u otros.

GASTOS Son los pagos o desembolsos que la organización realiza por servicios tales como: Alquiler, energía eléctrica, salarios, viáticos, teléfono, transporte y otros más.

5.5.7.2. ESTADO O CUENTA DE RESULTADOS

¿Qué es un estado o cuenta de resultados?

Es un informe que permite determinar si la empresa experimentó utilidades o pérdidas en un periodo determinado. Cuando ese lapso comprende un año de operaciones se lo conoce como ejercicio económico.

Estará usted de acuerdo en que es tan importante saber qué se tiene, qué se debe, a quién, cómo saber si su negocio rinde utilidades. En el Estado de Situación Financiera sólo se indica en forma global la utilidad o pérdida que

aumenta o disminuye el capital, en tanto que en el Estado de Resultados se analizan con detalle las operaciones que dieron origen a los ingresos y a los gastos, con el objeto de llegar al resultado que se indica en el Estado de Situación Financiera.

El Estado de resultados muestra, siguiendo una secuencia ordenada, cómo se llegó a ese resultado:

ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL (AÑO)			
Ventas		xxxxxx	
Menos			
Costo de Ventas		xxx	
Igual			xxxxx
Utilidad Bruta			
Menos			
Gastos de Operación			
	Gastos de ventas	xxx	
	Gastos de Administración	xxx	
	Gastos Financieros	xxx	
Total Gastos Operación			xxxxx
Igual			
Utilidad de Operación			xxxxx
Más			
Otros Ingresos no Operativos			xx
Igual			
Utilidad Antes de Impuestos			xxxx

Ingresos

Corresponden las ventas que realiza la empresa y que se derivan de la actividad principal de la misma.

Costo de Ventas

En términos simples y prácticos el COSTO DE VENTAS es, lo que le cuesta a la empresa lo que vende. Lo anterior significa que, de todo lo que compra la empresa y dispone para vender en un período determinado, ÚNICAMENTE aquello que venda constituye el COSTO DE VENTAS.

Utilidad Bruta

Es el resultado de restar a los ingresos o ventas, el costo de ventas.

Gastos Operativos

Son todas aquellas erogaciones indispensables para la operación que **no están asociadas con la producción**, sino con las actividades propias de ventas y la administración del negocio. Algunos ejemplos son

Sueldos y/o comisiones a vendedores.

Publicidad.

Papelería (facturas, entre otras documentos)

Teléfono

Alquiler del local de ventas.

Utilidad Operativa

Es el resultado de resta a la utilidad bruta los gastos de operación.

Gastos Financieros

Son los intereses sobre créditos otorgados por bancos, financieras, préstamos.

Utilidad antes de impuestos

Resulta de restar a la utilidad de operación los gastos financieros.

RECOMENDACIONES A OBSERVAR EN LA ELABORACIÓN DE ESTADO DE RESULTADOS

- Los estados de resultados que se elaboren deben de reflejar sólo la situación de la empresa; no deben incluir información relativa a la

situación particular de los socios, ni tampoco considerar información de otras empresas en la que los socios también tengan participación.

- La información que sirva de base para elaborar los estados financieros debe comprender sólo la que se haya generado en el período que se considera (mes, trimestre, semestre o año).
- Las adquisiciones de activo (materia prima, maquinaria, entre otros.) deben registrarse al costo de adquisición.
- Registre las operaciones en el momento en que se realicen. No posponga su registro para una fecha posterior, porque podría omitirlo y por lo tanto la información financiera que obtenga no será válida.

RESUMEN

Lo que vimos anteriormente nos permite:

Conocer la situación financiera de una empresa.

Determinar si la operación de la misma está reportando utilidades o pérdidas.

Tomar decisiones que permitan mejorar la rentabilidad de la empresa, ampliar sus operaciones o contribuir a su consolidación o desarrollo.

5.5.7.3. REGISTRO DE OPERACIONES

Debemos precisar cómo se capta la información que permite elaborar dichos estados contables

¿Qué es el Sistema Simplificado de Registro?

Es un conjunto de siete cuentas que permite captar la información necesaria, para la obtención de estados contables.

- Caja o movimientos en efectivo.
- Ventas.
- Anticipos de clientes.
- Compras.

- Gastos de fabricación.
- Gastos de administración y ventas.
- Gastos financieros.

Cabe señalar que, previo a la utilización de las cuentas, resulta indispensable practicar un balance para determinar los saldos de inicio que deben considerar las mismas.

1. **Caja o Movimiento de efectivo.**

Esta cuenta permite controlar las entradas o salidas de dinero que registra la empresa. El saldo inicial debe corresponder con el efectivo que se tiene disponible al momento de realizar el balance. Cualquier operación que implique entrada o salida de efectivo debería registrarse primero aquí y posteriormente pasar el dato a la contra cuenta correspondiente.

Conviene siempre mantener disponible en caja una cantidad que permita hacer frente a los gastos de operación del negocio, así como a posibles imprevistos.

Con base en el registro sistemático de sus movimientos de efectivo, así como en el conocimiento de su negocio, usted podrá determinar en poco tiempo, la suma que requiere mantener disponible para estos propósitos.

2. **Ventas**

Esta cuenta tiene por propósito registrar los ingresos que por concepto de ventas al contado o a crédito registra su empresa. El saldo inicial que debe anotarse será aquel que reporte el balance, en el renglón de clientes o cuentas por cobrar.

RECUERDE

1. Debe registrar una venta en el momento en que entrega la mercadería, independientemente de cuál sea la forma de pago (contado o crédito).
2. El total de la columna de "importe de venta", le indicará las ventas totales registradas al término del mes, semestre o período de que se trate.
3. Cuando se cobre un monto adeudado "anterior", conviene subrayar la fecha de vencimiento respectiva para indicar que dicha deuda ya ha sido cobrada. De esta manera se puede conocer en todo momento el importe de lo que adeuda cada cliente, y poder determinar también el total de deudas a cobrar.

3. Anticipos de clientes

En diversos rubros como talleres de costura, carpintería, herrería, etc., es frecuente encontrar que los clientes anticipen una suma de dinero al momento de formular su pedido. Para registrar estas sumas y por lo tanto controlar también los programas de entrega con los clientes, se recomienda llevar registros de la misma.

Resulta útil registrar las fechas en que se reciben anticipos, así como la fecha en la que finalmente se surte el pedido, momento en que debe registrarse la venta respectiva.

Naturalmente, al recibirse anticipos y constituir una entrada de dinero, deberá afectarse también la cuenta de "caja o movimiento de efectivo". Si al momento de registrarse la venta, el cliente queda adeudándonos una suma de dinero, deberá anotarse también la cuenta por cobrar correspondiente.

4. Compras

En esta cuenta deberán registrarse como saldo inicial las deudas que se tengan con proveedores. Aquí deben anotarse todas las adquisiciones de

materia prima que se realicen, independientemente de que se paguen de contado o a crédito.

El registro de la compra debe efectuarse en el momento en que el proveedor surte efectivamente el pedido.

Al cierre del mes o periodo, la columna "importe compra" indicará el total de compras de materia prima.

Cuando se liquide la deuda a un proveedor, conviene subrayar la fecha de vencimiento respectiva, para que indicar que dicho saldo ha sido ya cubierto.

5. Gastos de Fabricación.

En esta cuenta deben registrarse las erogaciones que se realicen por tres conceptos:

- Mano de obra: sueldos al personal de producción.
- Gastos generales de fabricación: gastos distintos a materia prima o mano de obra que se incurre para producir (alquiler, luz, agua, gas, etc.)
- Otros materiales: referidos a combustibles, lubricantes.

Naturalmente, al implicar salidas de efectivo, también debe afectarse la cuenta de caja.

6. Gastos de Administración y Ventas

En esta cuenta deberán anotarse las erogaciones que se realicen por concepto de:

- Sueldos a personal de administración y ventas, incluido el sueldo que corresponde al empresario por el trabajo que desempeña en su empresa.

- Otros gastos de administración distintos de los sueldos del personal. Se refiere a pagos de teléfono, papelería, etc.

7. Gastos Financieros

En esta cuenta deberán registrarse los pagos de intereses y capital que se deriven de la utilización de préstamos otorgados por instituciones financieras o terceros.

- Interés: es el costo que se paga al acreedor, por utilizar su dinero durante cierto periodo.
- Amortización: son los pagos que se hacen para ir liquidando paulatinamente y dentro del plazo establecido, los recursos otorgados en préstamos.
- Saldo adeudado: es la diferencia que resulta aplicar al préstamo recibido las amortizaciones o pagos de capital realizados.

El total de la columna "intereses" representa el importe en que se verá reducida la utilidad operativa para determinar la utilidad antes de impuestos en el Estado de Resultados.

La columna de saldo representa el importe de los créditos por pagar a instituciones financieras o terceros que debe aparecer en el balance.

CONCLUSIONES

La información contable resulta útil al empresario porque:

- Permite determinar la situación financiera de su empresa.
- Permite establecer si la operación está generando pérdidas o utilidades.

- Permite cotizar trabajos correctamente al determinar los costos que generará una orden de trabajo.
- Permite implantar medidas de disminución de costos, control de inventarios, mano de obra, etc., posibilitando aumentar el crecimiento y utilidad del negocio.
- Facilita la obtención de apoyos crediticios

VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto de una inversión o proyecto de inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo.

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado. Si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

k , **d** o **TIR** es el tipo de interés

Si el VAN es mayor a cero, La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r) es decir el proyecto puede realizarse.

Si el VAN es menor que cero, La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r) por lo tanto el proyecto deberá rechazarse

Cuando el VAN sea igual a cero, La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas en tal sentido Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida (r), la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Ventajas

- Es muy sencillo de aplicar, ya que para calcularlo se realizan operaciones simples.
- Tiene en cuenta el valor de dinero en el tiempo.

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples, viene a ser la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Tasa de descuento que hace igual a cero el VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

Donde:

F_t es el flujo de caja en el periodo t .

n es el número de periodos.

I es el valor de la inversión inicial.

La aproximación de Schneider usa el teorema del binomio para obtener una fórmula de primer orden:

$$(1 + TIR)^{-n} \approx 1 - n * TIR$$

$$I = F_1 * (1 - TIR) + F_2 * (1 - 2 * TIR) + \dots + F_n * (1 - n * TIR)$$

$$I - (F_1 + F_2 + \dots + F_n) = -TIR * (F_1 + 2 * F_2 \dots + n * F_n)$$

De donde: *

$$TIR = \frac{-I + \sum_{i=1}^n F_i}{\sum_{i=1}^n i * F_i}$$

Sin embargo, el cálculo obtenido puede estar bastante alejado de la TIR real.

es una herramienta de toma de decisiones de inversión utilizada para conocer la factibilidad de diferentes opciones de inversión.

El criterio general para saber si es conveniente realizar un proyecto es el siguiente:

- Si TIR es mayor o igual que r entonces Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida (el coste de oportunidad).
- Si TIR es menor que r Se rechazará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida.

Análisis del punto de equilibrio

Un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto. Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (IT = CT). Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.

Sean IT los ingresos totales, CT los costos totales, P el precio por unidad, Q la cantidad de unidades producidas y vendidas, CF los costos fijos, y CV los costos variables, entonces:

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

Tanto en los costos variables como en los costos fijos se deben incluir los de producción, administración, de ventas y financieros. Actualmente, éstos últimos son muy significativos ante el alza en las tasas de interés. El punto de equilibrio se determina dividiendo los costos fijos totales entre el margen de contribución por unidad. El margen de contribución es el exceso de ingresos con respecto a los costos variables; es la parte que contribuye a cubrir los costos fijos y proporciona una utilidad. En el caso del punto de equilibrio, el margen de contribución total de la empresa es igual a los costos fijos totales, no hay utilidad ni pérdida.

Gráfica

Esta forma de representar la relación costo-volumen-utilidad, permite evaluar la repercusión que sobre las utilidades tiene cualquier movimiento o cambio de costos, volumen de ventas y precios. El punto de equilibrio muestra cómo los cambios operados en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. El eje horizontal representa las ventas en unidades, y en el vertical, la variable en pesos; los ingresos se muestran calculando diferentes niveles de venta. Uniendo dichos puntos se obtendrá la recta que representa los ingresos, lo mismo sucede con los costos variables en diferentes niveles. Los costos fijos están representados por una recta horizontal dentro de un segmento relevante. Sumando la recta de los costos variables con la de los costos fijos se obtiene la de los costos totales, y el punto donde esta última se interseca con la recta de los ingresos representa el punto de equilibrio. A partir de dicho punto de equilibrio se puede medir la utilidad o pérdida que genere, ya sea como aumento o como disminución del volumen de ventas; el área hacia el lado izquierdo del punto de equilibrio es pérdida, y del lado derecho es utilidad.

Ventajas y limitaciones en el análisis de punto de equilibrio en gráficos

Ventajas

- Los gráficos son fáciles de construir e interpretar. Si no se utilizan correctamente se puede llegar a perder un millón de unidades
- Es posible percibir con facilidad el número de productos que se necesitan vender para no generar pérdidas.
- Provee directrices en relación a la cantidad de equilibrio, márgenes de seguridad y niveles de utilidad/pérdida a distintos niveles de producción.
- Se pueden establecer paralelos a través de la construcción de gráficos comparativos para distintas situaciones.
- La ecuación entrega un resultado preciso del punto de equilibrio.

Limitaciones

- Es poco realista asumir que el aumento de los costos es siempre lineal, ya que no todos los costos cambian en forma proporcional a la variación en el nivel de producción.
- No todos los costos pueden ser fácilmente clasificables en fijos y variables.
- Se asume que todas las unidades producidas se venden, lo que resulta poco probable (aunque sería lo ideal mirado desde el punto de vista del Productor).
- Es poco probable que los costos fijos se mantengan constantes a distintos niveles de producción, dadas las diferentes necesidades de las empresas.

(A los efectos del cálculo se determina que 1 docena de masas surtidas pesa 1 Kg.)

Materia Prima	Unidad	Precio por Unidad (\$)	Cantidad por Docena de masas	Costo por Docena (\$)
Harina	Kg.	0,5	0,490 Kg.	0,24
Leche entera	Litro	0,5	0,230 Lt.	0,12
Manteca	Kg.	3	0,200 Kg.	0,45
Azúcar	Kg.	0,5	0,050 Kg.	0,02
Huevo	Docena	0,9	1	0,08
Levadura	Kg.	2,4	0,015 Kg.	0,04
Sal, esencias, etc.	Kg.	0,8	0,015 Kg.	0,02
TOTAL				\$ 0,97

2. MANO DE OBRA

Las Masas son elaboradas por 2 (dos) personas que cobran a razón de \$ 0,15 cada una, por docena producida. Dicho importe incluye las cargas sociales.

3. GASTOS MENSUALES DE LA EMPRESA

Alquiler del local	300,00
Servicios públicos	100,00
Transporte	100,00
Publicidad	300,00
Papelería	100,00
Mantenimiento	200,00
Otros gastos	200,00
Remuneración socios (con aportes sociales)	1.200,00
Impuestos (Provinciales y Municipales.)	145,20

DANDO UN TOTAL \$ 2.595,20

4. MUEBLES Y EQUIPOS (Depreciación)

La depreciación o amortización es la pérdida de valor que sufren las instalaciones y equipos durables por efecto del paso del tiempo, esto es, de su vida útil. El empresario debe considerarlo en sus costos previendo que al término de su vida útil debe reponerlos y por lo tanto, debe hacer un ahorro para ese momento. En el caso de esta empresa tenemos que considerar el monto del costo de depreciación de acuerdo a la tabla siguiente:

Muebles y Equipos	Valor (\$)	Vida útil (años)	Depreciación (anual)	Depreciación (mensual)
Equipos e Instalaciones de Producción y Venta	15.000,00	10	1.500,00	125
Computadora	1.000,00	4	250	20,83
Escritorio / sillas	600	10	60	5
Otros muebles	400	10	40	3,33
			TOTAL:	\$ 154,16

5. VENTAS

El promedio mensual de ventas de esta empresa es de 4.000 docenas de Masas surtidas y el precio de venta por docena es de \$ 2,40.

El importe total de las ventas mensuales es entonces:

Ventas mensuales = 4.000 docenas x \$ 2,40 = \$ 9.600,00

RESOLUCIÓN DEL EJERCICIO

1. COSTOS VARIABLES

1.1 COSTOS VARIABLES UNITARIOS

Los costos variables unitarios, en este caso, se identifican con las materias primas que intervienen en el proceso de elaboración en forma directa y la mano de obra de los dos (2) empleados que cobran por producción.

Materias primas \$ 0,97

Mano de obra a destajo \$ 0,30

El costo variable unitario será de \$ 1,27

1.2 COSTOS VARIABLES MENSUALES

El costo variable total resulta de multiplicar las unidades de producto por el costo variable unitario.

$$\text{CVM} = 4.000 \times \$ 1,27 = \$ 5.080$$

2. COSTOS FIJOS

2.1. COSTO FIJO MENSUAL

CONCEPTO	COSTO/MES (\$)
alquiler del local	300
servicios públicos	100
transporte	100
publicidad	300
papelería	100
mantenimiento	150
otros gastos	200
remuneraciones socios	1200
impuestos	145,2
depreciación	154,16
total	2749,36

2.2. COSTO FIJO UNITARIO

Producción mensual = 4.000 docenas

Costo Fijo Unitario = Costo Fijo Total / Cantidad

COSTO FIJO UNITARIO = $\$ 2.749,3 / 4000 = \$ 0,69$

3. COSTO TOTAL UNITARIO

El costo de cada docena de masas de confitería es:

Costo Total unitario = Costo Variable unitario + Costo Fijo unitario

Costo Total Unitario = $1,27 + 0,69 = \$ 1,96$

4. MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Margen de Contribución = Precio de venta unitario - Costo variable unitario

MC = $\$ 2,40 - \$ 1,27 = \$ 1,13$

En este caso el margen de contribución unitario de \$ 1,13 es el que nos permite cubrir el costo fijo unitario de \$ 0,69 y nos queda una ganancia por unidad (docena de masas) de \$ 0,44.

5. PUNTO DE EQUILIBRIO

El cálculo del punto de equilibrio se realiza aplicando la siguiente fórmula:

Punto de Equilibrio = Costo Fijo Total / Margen de Contribución

El resultado expresa la cantidad de unidades mínimas a vender para que la empresa no tenga pérdidas ni ganancias.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{2.749,36}{1,13} = 2.433 \text{ docenas}$$

Esto quiere decir que la empresa debe vender un mínimo de 2.433 docenas de masas en el mes para no perder dinero. Por lo tanto, si se quiere expresar el punto de equilibrio en dólares para saber cuánto tiene que facturar para no perder ni ganar, tenemos:

$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = 2.433 \text{ docenas} \times \$ 2,40 = \$ 5.839,20$$

Que es el Punto de equilibrio expresado en términos del monto de dinero facturado en el mes.

6. CALCULO DE LA "UTILIDAD" O "PERDIDA" MENSUAL

$$\text{Costo Total} = \text{Costo Fijo Total} + \text{Costo Variable Total}$$

$$\text{Costo Total} = \$ 2.749,36 + \$ 5.080,00 = \$ 7.829,36$$

$$\text{Utilidad} = \text{Ingresos Totales} - \text{Costos Totales}$$

$$\text{Utilidad} = \$ 9.600,00 - \$ 7.829,36 = \$ 1.770,64$$

Calcular la Utilidad como porcentaje del Costo Total y de la Venta Total:

$$\text{Utilidad sobre Costo} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Costo total}} \times 100$$

$$\frac{1.770,64}{7.829,36} \times 100 = 22,62 \%$$

$$\text{Utilidad sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Venta total}} \times 100$$

$$\frac{1.770,64}{9.600,00} \times 100 = 18,44 \%$$

Es decir que a la empresa le queda una utilidad bruta (antes de impuesto a las ganancias) sobre costos del 22,62 % y sobre ventas de 18,44 %, después de retribuir a los dueños de la misma.

DEPRECIACIÓN

Los activos fijos (a excepción de los terrenos), están sujetos a depreciación, es decir, una pérdida de valor, que la sufren las construcciones, maquinaria, equipo de oficina, y de transporte; ya sea por su uso o por el simple paso del tiempo.

La depreciación constituye un gasto que reduce los resultados de la empresa, a pesar de que no ocasione una salida de dinero en efectivo. Debe reconocérsele para constituir una reserva cuando sea necesario reemplazar o sustituir activos fijos que resulten obsoletos.

ACTIVO FIJO	% de DEPRECIACIÓN
Edificios	5% anual
Maquinaria	10% anual
Equipo de transporte	20% anual
Equipo informático	33% anual

Fuente: (Reglamento para Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno: Artículo 28 (Continuación) literal 6, 2010)

La depreciación se registra en el Balance disminuyendo el valor de los activos fijos, y en el Estado de Resultados disminuyendo los ingresos.

Métodos de cálculo de la depreciación

Para el cálculo de la depreciación, se pueden utilizar diferentes métodos como la línea recta, la reducción de saldos, la suma de los dígitos y método de unidades de producción entre otros.

Método de la línea recta

El método de la línea recta es el método más sencillo y más utilizado por las empresas, y consiste en dividir el valor del activo entre la vida útil del mismo.
[Valor del activo/Vida útil]

Para utilizar este método primero determinemos la vida útil de los diferentes activos.

Además de la vida útil, se maneja otro concepto conocido como valor de salvamento o valor residual, y es aquel valor por el que la empresa calcula que se podrá vender el activo una vez finalizada la vida útil del mismo. El valor de salvamento no es obligatorio.

Una vez determinada la vida útil y el valor de salvamento de cada activo, se procede a realizar el cálculo de la depreciación.

Supongamos un vehículo cuyo valor es de \$30.000.000 y una vida útil de 5 años

Se tiene entonces $\$30.000.000 / 5 \text{ años} = \$6.000.000$.

Así como se determina la depreciación anual, también se puede calcular de forma mensual, para lo cual se divide en los 60 meses que tienen los 5 años.

Ese procedimiento se hace cada periodo hasta depreciar totalmente el activo.

Método de la reducción de saldos

Este es otro método que permite la depreciación acelerada. Para su implementación, exige necesariamente la utilización de un valor de salvamento,

de lo contrario en el primer año se depreciaría el 100% del activo, por lo que perdería validez este método.

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$\text{Tasa de depreciación} = 1 - (\text{Valor de salvamento} / \text{Valor activo})^{(1/n)}$$

Donde n es el la vida útil del activo

Como se puede ver, lo primero que se debe hacer, es determinar la tasa de depreciación, para luego aplicar esa tasa al valor no depreciado del activo o saldo sin de preciar o no se depreciara hasta el siguiente año.

Método de las unidades de producción

Este método es muy similar al de la línea recta en cuanto se distribuye la depreciación de forma equitativa en cada uno de los periodos.

Para determinar la depreciación por este método, se divide en primer lugar el valor del activo por el número de unidades que puede producir durante toda su vida útil. Luego, en cada periodo se multiplica el número de unidades producidas en el periodo por el costo de depreciación correspondiente a cada unidad.

Ejemplo: Se tiene una máquina valuada en \$10.000.000 que puede producir en toda su vida útil 20.000 unidades.

Entonces, $\$10.000.000 / 20.000 = \500 . Quiere decir que a cada unidad producida se le carga un costo por depreciación de \$500.

Si en el primer periodo, las unidades producidas por la máquina fueron 2.000, tenemos que la depreciación por el primer periodo es de: $2.000 * 500 = 1.000.000$, y así en cada periodo.

Presupone que la depreciación es función del uso o la productividad y no del paso del tiempo. La vida del activo se considera en términos de su rendimiento (unidades que produce) o del número de horas que trabaja. Conceptualmente, la asociación adecuada del costo se establece en términos del rendimiento y no de las horas de uso; pero muchas veces la producción no es homogénea y resulta difícil de medir. $(\text{Costo menos valor de desecho}) \times \text{horas de uso en el año} = \text{carga por Total de horas estimadas o depreciación}$

Métodos decrecientes

Los métodos decrecientes permiten hacer cargos por depreciación más altos en los primeros años y más bajos en los últimos periodos. El método se justifica alegando que, puesto que el activo es más eficiente o sufre la mayor pérdida en materia de servicios durante los primeros años, se debe cargar mayor depreciación en esos años. Por lo general con el método del cargo decreciente se siguen dos enfoques: el de suma de números dígitos o el de doble cuota sobre valor en libros.

Método de la suma de los dígitos del año

Este es un método de depreciación acelerada que busca determinar una mayor cuota de depreciación en los primeros años de vida útil del activo. La fórmula que se aplica es: $(\text{Vida útil}/\text{suma dígitos}) \times \text{Valor activo}$.

Donde se tiene que:

Suma de los dígitos es igual a la suma de la vida útil más la vida útil menos 1; hasta que sea igual a 0.

Ahora determinemos el factor.

Suponiendo el mismo ejemplo del vehículo tendremos: Suma de los dígitos $5+4+3+2+1=15$.

Luego (vida útil/suma de dígitos), $5/15 = 0,3333$

Es decir que para el primer año, la depreciación será igual al 33.333% del valor del activo. ($30.000.000 * 33,3333\% = 10.000.000$)

Para el segundo año:

$4/15 = 0,2666$

Luego, para el segundo año la depreciación corresponde al 26.666% del valor del activo ($30.000.000 * 26,666\% = 8.000.000$)

Para el tercer año:

$3/15 = 0,2$

Quiere decir entonces que la depreciación para el tercer año corresponderá al 20% del valor del activo. ($30.000.000 * 20\% = 6.000.000$)

Y así sucesivamente. Todo lo que hay que hacer es dividir la vida útil restante entre el factor inicialmente calculado.

Doble cuota sobre valor en libros

Utiliza una tasa de depreciación que viene a ser el doble de la que se aplica en línea recta. A diferencia de lo que ocurre con otros métodos, el valor de desecho se pasa por alto al calcular la base de la depreciación. La tasa de doble cuota se multiplica por el valor en libros que tiene el activo al comenzar cada periodo. Además, el valor en libros se reduce cada periodo en cantidad igual al cargo por depreciación. De manera que cada año la doble tasa constante se aplica a un valor en libros sucesivamente más bajo.

Método de costos ABC

El método de costos ABC es una variante de los métodos de costos totales,

El método de costos ABC distribuye en primer lugar los costos indirectos entre los diversos centros de costos; a continuación, dentro de cada centro reparte estos costos entre las diferentes actividades que realiza cada uno de ellos; y finalmente reparte los costos asignados a estas actividades entre los diversos productos.

Es un método más caro y complicado de implantar y de gestionar.

Ejemplo:

El centro de costos "Compras" realiza distintas actividades: búsqueda de proveedores, negociación de pedidos, control de calidad del material recibido, etc. El método ABC distribuye los costos asignados a este centro entre las actividades que realiza, y por ello es fundamental controlar como evolucionan estas actividades.

Una empresa que fabrica zapatos y bolsos; en concreto, nos vamos a centrar en su departamento de "Ventas". Los costos asignados a este centro hay que distribuirlos entre los dos productos.

El método de costos ABC analiza las distintas actividades que realiza este centro, y dentro de cada actividad buscará la causa que origina el costo. Resulta que es la gestión del pedido lo que origina el costo (papeleo, negociación, medios de pago, etc.), con independencia de que el pedido sea de 100 artículos o de 1.000. Por ello, establecerá como criterio de reparto "número de pedidos gestionados de cada artículo".

Resumiendo, los tres pasos que realiza este método son:

Primero: reparte los costos entre los diversos centros de costos (en base a los criterios de reparto oportunos).

Segundo: distribuye los costos de los centros entre las actividades que realiza (nuevamente habrá que definir criterios de reparto).

Tercero: reparte los costos asignados a estas actividades entre los productos (igualmente hará falta definir criterios de reparto).

Cálculo de depreciación usando un estado de resultados

La depreciación es la pérdida de valor en un activo con el tiempo, ocasionada por el uso normal y la edad. Este dato se calcula a partir del valor histórico del activo y de su vida útil probable. Cuando una compañía prepara sus estados financieros, registra la depreciación como un gasto para asignar esta pérdida de valor. Puedes derivar el valor total de depreciación de los activos a partir del estado de resultados de una compañía.

Lee el estado de resultados de la empresa. Busca la depreciación en los gastos de fabricación, ventas, generales y administrativos. Los gastos de fabricación son los que se atribuyen directamente al proceso de manufactura. Los gastos de ventas son los costos de vender y promocionar los productos. Todos los demás costos son registrados como gastos generales y administrativos.

Suma los valores de depreciación de los gastos de fabricación, ventas, generales y administrativos. Éste será el valor de depreciación total de la compañía.

Valida tu cálculo de depreciación, usando el balance general de la compañía. Resta la depreciación acumulada del año previo de la depreciación acumulada para el año actual. La diferencia entre los dos años deberá ser igual al gasto por depreciación en el estado de resultados.

Consejos y advertencias

- Los gastos de depreciación, a diferencia de otros, son no monetarios. No se paga dinero real en el momento en que se incurre en este gasto.
- Un estado de resultados usualmente se conoce como estado de pérdidas y ganancias.
- Las compañías pueden utilizar diversos métodos de depreciación. Esto puede hacer difícil determinar el verdadero gasto por depreciación del estado de resultados, o validar tus cálculos contra el balance general de la empresa.

EL CRÉDITO

En ocasiones, para ampliar la operación de la empresa o modernizar su equipo productivo, resulta necesario complementar los recursos de dueño o socio con los de que un tercero (banco o institución financiera) puede proporcionar. Como esos recursos implican un costo por su utilización, resulta importante conocer por anticipado las erogaciones que su uso significará.

Todo crédito se otorga por un plazo determinado. A veces se establece un periodo de gracia, que no es otra cosa más que el tiempo durante el cual se va a estar cubriendo un interés por la utilización del dinero. Una vez concluido ese periodo de gracia, junto con los pagos de interés, habrá que empezar a pagar (amortizar) una parte de la suma otorgada en préstamo.

Por ejemplo, un crédito que se pacta a un plazo de 18 meses sin periodo de gracia, significa que habrá que hacer 18 pagos de interés y 18 pagos de capital (en el caso de amortizaciones mensuales).

Un financiamiento que se pacta a 18 meses, incluidos 6 meses de gracia, significa que durante los primeros 6 meses sólo se cubrirán intereses y a partir del séptimo mes habrá que liquidar (amortizar) adicionalmente a los intereses, una parte del capital.

El costo que genera un préstamo se conoce como interés. El interés se calcula multiplicando la suma que se adeuda por la tasa de interés aplicable.

Por ejemplo, el interés que generará un préstamo de \$10000 en un año, a una tasa del 10%, se obtiene de la siguiente manera:

Interés = Suma adeudada x tasa aplicable

Interés = \$ 10000 x 0.10 = \$ 1000

Esto significa que para liquidar el préstamo habrá que pagar un total de \$ 11000: \$10000 en concepto por la suma adeudada y \$ 1000 de interés.

RECOMENDACIÓN

Si bien hay varios temas que resolver y muchos de ellos algo difíciles, hay que armarse de paciencia y perseverancia. Busque organizaciones que puedan brindarle asesoría micro-empresarial en caso de tener dudas.

- Busque organizaciones en el Internet; visite las oficinas de las Cámaras de la Producción, ONG'S... siempre habrá una que le asesore.
- No se olvide de sacar su licencia de funcionamiento en el Municipio de su ciudad. Esto incluye temas de patentes, permisos varios (contra incendios, uso de suelo, desechos sólidos...), publicidad, salud, cuidado del medio ambiente, según lo que pretenda hacer.
- Así mismo, dependiendo de su actividad, hay que obtener permisos sanitarios (en caso de producción de alimentos por ejemplo, bares, restaurantes); autorizaciones del Ministerio de Ambiente (en caso su actividad requiera), entre otros.
- Recuerde que no toda actividad empresarial puede emprenderla en su casa es necesario realizar un pequeño estudio para ubicar el mejor lugar de establecimiento de la pequeña empresa.
- No se olvide que calificarse como “artesano” puede otorgarle muchos beneficios, averigüe esta posibilidad, puede ser muy útil.

6.5.7. TEMA 8: EVALUACIÓN

La finalidad de este apartado es reconocer el pequeño negocio que desee emprender, logrando esto, después de haber leído y entendido los siete temas anteriores.

A continuación se presenta una serie de preguntas respecto a cada uno de los temas mencionados en esta guía, al ser respondidas usted se dará cuenta que ya tiene formada su idea de negocio y le será más fácil concretarla.

Mi idea de Pequeña empresa es:

.....

Tipo de Negocio

- Producción
- Comercialización
- Servicios

Mis productos o servicios serán:

.....

Mi clientela será:

.....

Las necesidades de mi clientela que serán satisfechas son:

.....

Experiencia, habilidades y conocimientos que tengo sobre este tipo de pequeña empresa que quiere emprender:

.....

Calculo que para iniciar este negocio necesitaré una inversión de:

\$.....

Infraestructura.....

Equipos.....

Capital de trabajo.....

Otros Costos.....

Pienso que puedo conseguir este capital de:

Préstamos familiares.....

Instituciones Financieras.....

Capital propio.....

He seleccionado esta idea de negocio porque:

.....

¿A qué precio venderé mi producto?

.....

¿Dónde se ubicará mi negocio?

.....

¿Quiénes son mis principales competidores?

.....

.....

¿Cómo promocionaré mis productos o servicios?

.....

.....

CONTRASTACIÓN DE PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN CON LOS RESULTADOS

1.Cuál es la situación económica en la población de la Parroquia “La Esperanza”

De acuerdo a la información obtenida, gran parte de la población de la parroquia objeto de estudio se dedica a la agricultura, ganadería y bordados, todos en conjunto forman casi el 75% de pobladores dedicados a actividades que no dejan los réditos suficientes para mejorar su calidad de vida a pesar que un porcentaje significativo de ellos son dueños de los terrenos, los cultivos y el ganado, observándose que cuentan con patrimonio propio, que no es aprovechado adecuadamente, debido al desconocimiento de aspectos micro-empresariales ya que en la investigación se obtuvo que el 90% de encuestados venden sus productos y servicios a los intermediarios que se hallan dentro del proceso de comercialización, siendo quienes obtienen las principales ganancias, y, si no entregan a intermediarios sus productos son comercializados de forma individual invirtiendo además tiempo y dinero adicional.

Por otro lado, las alternativas de trabajo para la mayoría de personas son pocas, como pocos son los pobladores que han logrado establecer una empresa, pese a no tener conocimientos sobre las mismas, estableciéndolos de forma empírica.

Todo esto permite diagnosticar que el nivel económico de la población es bajo, siendo el principal indicador el empleo el cual es bajo.

2. ¿Qué tipo de negocios se podrán implementar en la Esperanza y con cuales se identifica más su gente?

Existen varias opciones de emprendimientos en esta parroquia a más de las que ya existen por tradición como son los bordados y tejidos.

El 60% de los pobladores se dedican a la agricultura y la ganadería siendo éstas las empresas que tienen mayor posibilidad de ponerse en marcha seguidas por los tejidos y bordados que conjuntamente suman un 24%, siguiendo las actividades de construcción, carpintería y otras en menores porcentajes.

Siendo La parroquia “La Esperanza”, un sector rural del cantón Ibarra, y por encontrarse a cierta distancia de la ciudad, un porcentaje de pobladores manifestó la necesidad de otras opciones de emprendimiento además de las ya existentes como son almacenes en donde se expendan productos y bienes para la agricultura y ganadería, farmacias, comercio de artesanías y centros de belleza.

3. ¿Cuáles son las políticas propuestas por El Gobierno Parroquial para tener un desarrollo local sostenido?

Pese al trabajo conjunto de El Gobierno Parroquial de la Esperanza, no se puede evidenciar políticas propuestas para tener un desarrollo local sustentable, ya que para la implementación de las mismas es necesario el recurso económico y la organización de la comunidad.

Se pudo evidenciar que existen pocas organizaciones que se articulan para conformar empresas, estas se unen para su propio desarrollo; en el sector primario se halla una organización de agricultores, en el sector secundario y terciario agrupaciones de personas dedicadas a la artesanía y turismo respectivamente, dichas organizaciones no se encuentran conformadas de una manera regulada como empresa de producción.

4. ¿Por qué una de las maneras de reducir la pobreza y el desempleo es la generación de la empresa?

Al encontrarse organizados el trabajo será efectivo, así como las negociaciones de los productos, además la creación de su propia empresa hace a la persona independiente generadora de empleo y de recursos para su familia y para otras personas que la pequeña empresa necesite conforme sus horizontes se amplíen, generando fuentes de empleo e ingresos lo que a su vez se traduce en mejoramiento de la calidad de vida de las personas, reduciendo la pobreza de la Parroquia.

Por esta razón los entrevistados ratifican la necesidad de que se genere una guía para la creación de pequeños emprendimientos que mejoren la economía de la población y por tanto su nivel económico.

5. ¿Cuáles son los requisitos para implementar una empresa?

El 43% de pobladores de acuerdo a la investigación realizada es propietario de una empresa y el 57% restante desarrolla actividades de agricultura y ganadería entre las principales, de éstos casi la totalidad no conoce los requisitos para abrir una empresa.

Además el 85% si ha pensado en crear su propia empresa, pero se halló que el 85% de encuestados desconocen acerca de los requisitos para implementarlas: instituciones en donde se debe tramitar los permisos de funcionamiento y los costos de dichos permisos. El mismo porcentaje no sabe cómo administrar una empresa y el proceso de llevar la contabilidad.

6. ¿Cómo contribuye al desarrollo económico la implantación de empresas en la Parroquia “La Esperanza”?

Los pequeños y empresarios constituyen no solo el pilar fundamental de la economía local sino también Nacional, su participación en el desarrollo es importante ya que producen un efecto multiplicador: creación de empleo, y generación de sub-actividades. Al establecer una empresa se crea empleo,

lo que constituye ingresos para las familias traduciéndose en un mejoramiento de la calidad de vida.

Es por esta razón la necesidad de crear empresas que estén bien administradas para que puedan consolidarse, mantenerse y crecer en el tiempo. El buen manejo de una empresa se da a partir de conocer todos los aspectos más relevantes en su funcionamiento.

Los micro-empresarios existentes en la parroquia objeto de estudio no han tenido un efecto totalmente positivo; su falencia principal se da por la falta de conocimientos administrativos y de igual forma sucede a quienes quieren ingresar en proyectos nuevos de emprendimiento que les ayude en la economía familiar.

CONCLUSIONES:

- Las principales actividades a las que se dedica la mayor parte de la población de la parroquia “La Esperanza” son la agricultura, ganadería y las artesanías, principalmente bordados, de acuerdo a la investigación realizada todas estas, conforman cerca del 75% de pobladores dedicados a estas labores, los ingresos que obtienen por el desarrollo de estas actividades no es suficiente para mejorar su calidad de vida ya que existen intermediarios que obtienen mayor provecho de los productos y servicios que entregan las personas de la parroquia “La Esperanza”, todo esto describe una realidad bastante desalentadora para las familias que se hallan en las áreas rurales.
- Los pobladores han manifestado su interés por el desarrollo de nuevas actividades tales como la generación de nuevos comercios dedicados a la venta de productos y bienes para la producción agrícola y para la producción ganadera, así también se observó la necesidad de implementar farmacias, centros de negocios para la venta directa de artesanías y centros de belleza. También se evidenció la necesidad de diseñar una guía para generar pequeños negocios en la población de la parroquia “La Esperanza”.
- La desorganización de la comunidad y la falta de recursos económicos provenientes del presupuesto del estado hacia las zonas rurales, son factores que no han permitido la ejecución de los planes de acción establecidos por la Gobierno de la parroquia “La Esperanza”, para lograr un desarrollo económico y social sostenible y sustentable, así como también no ha permitido potencializar la unión de muy pocas organizaciones que no se han establecido jurídicamente por la falta de recurso económico y que esperan de la ayuda de los representantes locales.

- El 56% de las personas encuestadas indicaron que los ingresos que obtienen por las actividades de: agricultura y ganadería son bajos, por ende su nivel económico es también bajo, unido a esto el 55% de los encuestados indicaron que las oportunidades de trabajo son muy pocas, esto demuestra la necesidad de buscar alternativas de mejoramiento de calidad de vida y de generación de empleo para lograr un desarrollo de toda la comunidad en conjunto.
- La creación de una guía para generar pequeños negocios constituye entonces una alternativa viable para que los interesados vayan a El Gobierno Parroquial y se instruyan sobre los diferentes aspectos necesarios para crear su propia micro-empresa pues en relación a la encuesta se obtuvo que el 43% de las personas es propietario de un pequeño negocio y del 57% que se dedica a otras actividades la mayoría desearía desarrollar una actividad que le deje mayores réditos pero su desconocimiento no les permite.

RECOMENDACIONES

- Es conveniente que los agricultores, ganaderos y artesanos se organicen en pequeñas asociaciones con la finalidad de lograr una forma de comercialización directa al consumidor final, de esta manera evitar que los intermediarios se queden con la mayor parte de ganancia.
- Se recomienda el diseño y socialización de una guía, que permita orientar la generación de pequeños negocios en la parroquia “La Esperanza”, dado que un elevado porcentaje son pequeños propietarios de micro-empresas que desean desarrollarlas.
- Debido a que la mayoría de personas tienen bajos ingresos, y, el desempleo es alto, deben integrarse a las pocas asociaciones formadas, para recurrir a financiamiento mediante el Banco del Fomento u otras Instituciones Financieras y lograr incrementar sus inversiones para una mayor competitividad en el mercado que abastecen.
- Es necesario que El Gobierno Parroquial de “La Esperanza” desarrolle programas que fomenten la asociación de comerciantes y la incentivación a la creación de empresas, basados en la utilidad de la Guía para Generar Negocios.
- El Gobierno Parroquial deberá ser el motor que mueva al resto de pobladores de la parroquia “La Esperanza”, a participar en charlas y conferencias vinculadas al desarrollo socio-económico para mejorar la calidad de vida.

IMPACTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Impactos

Determinación de Impactos de la Guía

Para la determinación de los impactos se tomó en cuenta la siguiente referencia:

- 3 Impacto alto negativo
- 2 Impacto medio negativo
- 1 Impacto bajo negativo
- 0 No hay impacto
- 1 Impacto bajo positivo
- 2 Impacto medio positivo
- 3 Impacto alto positivo

Cuadro 24 Impacto Educativo

IMPACTO EDUCATIVO								
NIVELES DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
-Generación de conocimiento empresarial.							X	3
- Oportunidad de emprender							X	3
- Promoción de prácticas comerciales							X	3
-Provee herramientas técnicas para apoyar el trabajo conjunto.						X		2
-Tecnificación de su trabajo					X			1
-Conocimiento de aspectos básicos contables						X		2
TOTAL					1	4	9	14

Elaborado Por: Autora de la Investigación

$$\text{Nivel de Impacto Educativo} = \frac{\sum \text{total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{14}{6} = 2,33$$

Nivel de Impacto Educativo = **Medio Positivo**

La propuesta crea impacto educativo, porque a partir de la socialización de la guía se propicia e incentiva a los pobladores a que generen conocimientos sobre creación de un negocio propio, y los aspectos fundamentales que un pequeño empresario debe conocer para que logre mantenerse en el tiempo.

Además la guía genera un impacto educativo pues provee conocimiento acerca de aspectos contables, administrativos y de organización no solo a quienes quieren comenzar un negocio sino también a los que ya lo tienen y necesitan impartir conocimiento a sus empleados por consiguiente los trabajadores de los negocios aprenderán aspectos nuevos que podrán aplicar a diario. Todo esto conlleva a considerar un impacto medio positivo en esta área.

Cuadro 25 Impacto Empresarial

IMPACTO EMPRESARIAL								
NIVELES DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
- Fomento de la Empresa						X		2
- Competencia							X	3
- Estrategias de mercado						X		2
- Satisfacción de necesidades							X	3
- Mejora continua de procesos							X	3
-Mejoramiento de los productos y servicios							X	3
TOTAL						4	12	16

Elaborado Por: Autora de la Investigación

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\sum \text{total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{16}{6} = 2,67$$

Nivel de Impacto Empresarial = **Alto Positivo**

El impacto empresarial genera un nivel alto positivo ya que la propuesta trata de incentivar a los pobladores que desean generar negocios a que sean desarrollados indicando desde la primera idea surgida para iniciar un negocio hasta los aspectos organizativos, jurídicos, financieros y contables.

Además una guía ayuda generando ideas e incentivando a las personas para que creen nuevas empresas y quienes ya poseen pequeños negocios logren brindar servicios y productos de calidad y eficientes.

Cuadro 26 Impacto Socioeconómico

IMPACTO SOCIOECONÓMICO								
NIVELES DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
- Mejoramiento de la calidad de vida							X	3
- Seguridad laboral						X		2
- Integración social							X	3
- Apoyo a la comunidad						X		2
- Incremento de empleo						X		2
- Aumento de ingresos							X	3
- Negocios complementarios							X	3
TOTAL						6	12	18

Elaborado Por: Autora de la Investigación

$$\text{Nivel de Impacto Socio- económico} = \frac{\sum \text{total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{18}{7} = 2,57$$

Nivel de Impacto Socio-económico = **Alto Positivo**

En el campo Social permitirá mejorar la calidad de vida de las personas que desean crear un negocio y de aquellas que ya tienen, generando mayores ingresos e incrementando empleo; también El Gobierno Parroquial podrá ayudar a promocionar la guía que beneficiará a los pequeños productores e incentivará a la integración en las diferentes asociaciones.

Aquí también se observará el efecto multiplicador de la creación de pequeños negocios. Todo esto conllevará al desarrollo socioeconómico de la comunidad.

Cuadro 27 Impacto Familiar

IMPACTO FAMILIAR								
NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADOR								
- Incremento de empresas familiares							X	3
- Integración familiar							X	3
- Mejoramiento de la solvencia económica						X		2
- Apoyo mutuo y solidario							X	3
- Proyectiva de futuros profesionales						X		2
TOTAL						4	9	13

Elaborado Por: Autora de la Investigación

$$\text{Nivel de Impacto Familiar} = \frac{\sum \text{total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{13}{5} = 2,6$$

Nivel de Impacto Familiar = **Alto Positivo**

Este aspecto manifiesta un impacto alto positivo pues promoverá la integración de las familias, el rescate de valores como la solidaridad y el apoyo, propender a que los hijos tengan una visión de futuros profesionales. Todo esto conllevará a que la solvencia familiar se solidifique.

Por otro lado la creación de una empresa hace a la persona independiente, generadora de conocimientos y experiencia para todos aquellos que se hallan inmersos en la actividad.

Cuadro 28 Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
NIVELES DE IMPACTO INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
- Existe contaminación en el medio ambiente.					X			1
- Se incrementaria la contaminación con las asociaciones.							X	3
- Se aplicará políticas de cuidado ambiental.							X	3
- Se cultivara en forma apropiada evitando la erosión del suelo.							X	3
TOTAL					1		9	10

Elaborado Por: Autora de la Investigación

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\sum \text{total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{10}{4} = 2,5$$

Nivel de Impacto Familiar = **Alto Positivo**

Pese a que el proyecto no es un proyecto productivo pero por ser una guía para empresas productivas se mide el impacto ambiental dando un porcentaje positivo puesto que se determina que en el momento existe contaminación ambiental tanto del suelo, aire y agua por las actividades de agricultura así como también por procesos de talabartería, pero al crear las empresas se disminuirá el mismo porque se lo va a manejar de una forma organizada

cumpliendo políticas de cuidado ambiental como es la combinación de cultivos en la agricultura entre otros.

Cuadro 29 Impacto General

IMPACTO GENERAL								
NIVELES DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
INDICADOR								
- Impacto educativo						X		2
- Impacto empresarial							X	3
- Impacto socio-económico							X	3
- Impacto familiar							X	3
- Impacto ambiental							X	3
TOTAL						2	12	14

Elaborado Por: Autora de la Investigación

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\sum \text{total}}{\text{Número de indicadores}}$$

$$NI = \frac{14}{5} = 2.80$$

Nivel de Impacto General = **Alto Positivo**

El impacto general de acuerdo a los rangos anteriores es alto positivo, lo que implica que debe socializarse la mencionada guía en la mayoría de asociaciones y de la población en general, para lograr que las personas opten por crear su propio negocio y el nivel económico de los pobladores mejore.

Así también se observa que con la socialización de la guía se logrará alcanzar el objetivo propuesto en la misma.

ANEXOS:

Anexo 1 ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSGRADO

Objetivo: Determinar la factibilidad para la implementación de una guía práctica para la creación de microempresas.

Instrucciones: Marque con una **X** la opción que usted crea conveniente, en caso de marcar otros, por favor detalle cual es.

ENCUESTA A 321 VECINOS DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

Pregunta 1: ¿A qué actividad económica se dedica Ud.?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura		
Construcción		
Ganadería		
Carpintería		
Tejidos		
Bordados		
Otras		

Pregunta N° 2 ¿Si se dedican a la agricultura los cultivos son propios?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 3: ¿Los insumos para las labores agrícolas en dónde los adquieren?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
En la parroquia La Esperanza		
En Ibarra		
En otro lugar		

Pregunta N° 4 ¿Si se dedican a la ganadería los ganados son propios?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 5 ¿Los alimentos para el ganado en dónde los adquieren?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
En la parroquia La Esperanza		
En Ibarra		
En otro lugar		

Pregunta N° 6 ¿Sus productos los venden a?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Intermediarios		
Cliente final		
Otros		

Pregunta N°7.- ¿Los ingresos que obtienen de estas actividades considera que son?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Altos		
Medios		
Bajos		

Pregunta N° 8 ¿Existen Asociaciones en la Parroquia?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 9 ¿Considera que las oportunidades de trabajo para los pobladores de La Esperanza son?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Muchas		
Pocas		
No existen		

Pregunta N° 10 ¿Es propietario de una microempresa?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 11 ¿Ha pensado crear su propia microempresa?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 12 ¿Conoce los requisitos para abrir una microempresa?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 13 ¿Conoce las instituciones donde se tramitan los permisos de funcionamiento?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 14.- ¿Sabe cuánto cuesta tramitar los permisos de funcionamiento?

Alternativas	frecuencia	Porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 15.- ¿Estaría de acuerdo que se implemente una guía que contenga información básica sobre la creación de una microempresa?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 16. ¿Conoce como se administran las microempresas?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 17 ¿Sabe cómo hacer un presupuesto para emprender un negocio?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 18 ¿Conoce como llevar la contabilidad de un pequeño negocio?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 19 ¿Considera qué la Junta Parroquial debe tener políticas de motivación para generar emprendimientos dirigidos a sus pobladores?

Alternativas	Frecuencia	porcentaje
Si		
No		

Pregunta N° 20.- ¿Qué negocio le gustaría que se implemente en su comunidad?

Alternativas	frecuencia	porcentaje
Ferretería		
Almacén de fungicidas		
Farmacia		
Salón de belleza		
Otros		

Anexo 2: ENTREVISTA DIRIGIDA A LIDERES DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INSTITUTO DE POSGRADO

Objetivo: Medir la factibilidad para la implementación de una guía práctica para la creación de microempresas.

Instrucciones: Por favor sírvase en contestar concretamente y fundamentando las siguientes interrogantes.

DIRIGIDA A LOS LIDERES DE LA PARROQUIA LA ESPERANZA

Pregunta N° 1	¿Cuáles son las principales actividades económicas de los habitantes de la parroquia?
Pregunta N° 2	¿Piensa que los habitantes tienen oportunidad de acceder a puestos de trabajo?
Pregunta N° 3	Los productos que elaboran en la esperanza ¿son comercializados individualmente; directamente al cliente final o a quien se venden?
Pregunta N° 4	¿Existe algún tipo de organización económica en la parroquia y a que se dedican?
Pregunta N° 5	¿Qué tan importante cree que es la generación de pequeños negocios o microempresas, que tipo de organización cree usted se debería implementar
Pregunta N° 6	¿Estaría de acuerdo que se implemente una guía que contenga información básica sobre la creación de una microempresa?
Pregunta N° 7	¿En el presupuesto del Gobierno Parroquial se cuenta con una partida para la creación de una asociación, en calidad de capital semilla?

Anexo 3: CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Ibarra adel mes de....

Señores

Servicio de Rentas Internas

Ciudad.

De mi consideración:

Yo (dos nombres y dos apellidos) con cedula de identidad xxxxxxxxxx, autorizo a (dos nombres y dos apellidos), con cedula de identidad xxxxxxxxxx, para que realice de manera gratuita. Su actividad comercial en la dirección (dirección de la ubicación), cuyo , (local, casa o departamento), es de mi propiedad, para lo cual adjunto la planilla respectiva que consta a mi nombre.

Atentamente.

(dos nombres y dos apellidos)

C. I. xxxxxxxxxx

Adjunto : planilla y copia de cedula.

Anexo 4: Cálculo de Interés

Para el cálculo de interés existen varios métodos pero los más utilizados son: cálculo de interés sobre saldos y el cálculo de interés sobre el monto fijo, para lograr una mayor comprensión se desarrolla un ejemplo del cálculo del interés sobre saldos resaltando que éste beneficia a la persona que requiere el crédito ya que paga menor interés.

Una persona solicita un préstamo:

Préstamo	30000
Interés	11,25%
Plazo	5 años

Con los anteriores datos se obtiene los siguientes intereses calculados con el método del interés sobre saldos:

	A	B	C	D
Años	Monto	Cuota Fija	Interés	Saldo
1	30000	6000	3375	24000
2	24000	6000	2700	18000
3	18000	6000	2025	12000
4	12000	6000	1350	6000
5	6000	6000	675	0

A1 = Monto Inicial

A2 = Monto Inicial – Cuota Fija

B = Monto / plazo

C1 = Monto x Interés

D = Monto – Cuota Fija

BIBLIOGRAFÍA

- ALFORJA. (2006). Ambito y Ejercicio de la Actividad Comercial. ALFORJA, 30-35.
- Alonso, E., Ocegueda, V., & Castro, E. (2006). Teoría de las Organizaciones. México: Umbral.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2003). Fundamentos de Marketing. Pearson Educación.
- Barrera, M. (13-14 de Septiembre de 2001). Mecanismos de Promoción de Exportaciones para las Pequeñas y Medianas Empresas en los países de ALADI. Situación y Desempeño de las Pymes de Ecuador en el Mercado Internacional. Montevideo, Uruguay.
- Benalcázar, M., Barreno, J., Rosero, L., & otros, y. (2011). Manual de Orientación en Investigación. Ibarra: Taller Libertario.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: Pearson.
- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M., Gismano, Y., & Banchieri, L. (2007). Funciones de la Administración. Teoría y Práctica. Bahía Blanca-Argentina: Universidad Nacional del Sur.
- Bort, M. (2004). Merchandising. España: Gráficas Dehon.
- Díaz de Rada, V. (2001). Diseño y Elaboración de Cuestionarios para la Investigación Comercial. España: Gráficas Dehon.
- Díaz, V. (2006). Metodología de la Investigación Científica y Dioestadística. Chile: RIL Editores.
- Eyssautier de la Mora, M. (2006). Metodología de la Investigación. Desarrollo de la Inteligencia. México: International Thomson Editores.
- Economic Relief Alliance, Programa Desarrollo para el Pueblo, 2010.
- Fernández, J. (1999). Problemas de la Transmisión de la Empresa Familiar. Valencia: Guada Litografía.
- Galán, J. (2006). Diseño Organizativo. Paraninfo.
- Gestión 2000. (2008). Aprenda Investigación de Mercados en una Semana . España: Grafos Arte.

- Hurtado, I., & Toro, J. (2007). Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambios. Caracas: CEC S.A.
- Reyes, A. (2004). Administración de Empresas. Teoría y Práctica. México: Limusa.
- Rodríguez, M. (2000). Segundo Simposio de Latinoamérica y El Caribe de la pequeña y mediana empresa (1978). Quito, Ecuador.
- Rodríguez, J. (2005). Administración Moderna de Personal. México: Cosegraf.
- Valenzuela, M. (2004). ¿Nuevo Sendero para las Mujeres? Empresa y Género en América Latina en el Umbral del Siglo XXI. Santiago de Chile: LOM.
- Vigo, M. (2004). Manual para Dirigentes de Campamentos Organizados. Buenos Aires: Stadium.

LINCOGRAFÍA

- Alcaide, F. (s/f). <http://herramientas.port talento.es>. Recuperado el 10 de Septiembre de 2012, de http://herramientas.port talento.es/creacion%20de%20negocio%20-%20xhtml/documentos/v_a_guia_crea_neg.pdf
- Betancurt, B. (23 de marzo de 2012). es.scribd.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://es.scribd.com/doc/67208334/19/LIMITACIONES-DE-LOS-ORGANIGRAMAS>
- Definicion.com. (s/f). definicion.de. Recuperado el 12 de mayo de 2012, de <http://definicion.de/eficiencia/>
- Diccionario de Marketing y Publicidad. (15 de enero de 2012). www.marketingdirecto.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/>
- educaguia.com. (s.f.). www.educaguia.com. Recuperado el Septiembre de 2012, de <http://www.educaguia.com/apuntes/apuntes/comercio/funciondemarketing.pdf>
- El Universo. (13 de febrero de 2012). www.eluniverso.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://www.eluniverso.com/2012/02/13/1/1356/sector-rural-concentra-5046-pobreza.html>
- Fxtrader. (19 de agosto de 2010). negociosyemprendimiento.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://negociosyemprendimiento.com/elementos-de-la-administracion-habilidades-administrativas/>
- Gestipolis.com. (enero de 2002). www.gestipolis.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://www.gestipolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/30/actipaspatri.htm>

- Gestipolis.com. (abril de 2002). www.gestipolis.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de http://www.gestipolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/mar/36/can_distrib.htm
- GrupoSantander. (s/f). www.gruposantander.es. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de Glosario Financiero: <http://www.gruposantander.es/ieb/glosario/glosarioindex.htm>
- García, B. (2006). [slideshare.net](http://www.slideshare.net). Recuperado el 06 de Septiembre de 2012, de http://www.slideshare.net/blanca_garcia/analisis-de-la-demanda
- Guerrero.Gobierno del Estado. (2011-2015). i.guerrero.gob.mx. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de Diccionario Jurídico del Estado de Guerrero: <http://i.guerrero.gob.mx/uploads/2011/05/A-12.pdf>
- <http://cursocontaduria1.blogspot.com>. Recuperado el 06 de Septiembre de 2012, de <http://cursocontaduria1.blogspot.com/2008/11/proyectos-de-inversin-estudio-de.html>
- <http://webdelprofesor.ula.ve>. (s.f.). Recuperado el 06 de Septiembre de 2012, de http://webdelprofesor.ula.ve/ingenieria/luz/materias/relaciones_industriales/administracion_de_proyectos.pdf
<http://www.buenastareas.com>. (marzo de 2012).
- www.buenastareas.com. Recuperado el 06 de Septiembre de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Tipos-De-Mercado/3751454.html>
- Liderazgo y Mercadeo. (2006). www.liderazgoymercadeo.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de http://www.liderazgoymercadeo.com/glos_detalle.asp?id_termino=594&Ietra=A&offset=0
- MiTecnologico. (s/f). www.mitecnologico.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://www.mitecnologico.com/Main/ImportanciaAdministracion>
- Moreno, D. (20 de Diciembre de 2011). elnorte.ec. Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de <http://elnorte.ec/pagina-principal/ecuador/14538-inec-dice-que-el-nivel-de-pobreza-ha-bajado.html>

- Naranjo, K. (2007). docs.google.com. Recuperado el 11 de Mayo de 2012, de <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:GowN5qkzERgJ:www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10536/2/CAPITULO%25201.doc+Importancia+delas+pymes+en+el+Ecuador&hl=es&gl=ec&pid=bl&srcid=ADGEESj96x>
- Parra, E. (2006). www.gloobal.net. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/hoy/index.php?id=1902&canal=Articulos&ghoy=0008&secciontxt=3>
- Progenero-Promer. (2005). Manual de Empresa Rural con Enfoque de Género. Serie de Instrumentos Técnicos para la Empresa Rural. Venezuela: Artes Gráficas Sagrhel.
- Ramón, M. (s/f). www.monografias.com. Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos31/administracion-pymes/administracion-pymes.shtml>
- Rivera, J., & Riveros, H. (s/f). <http://www.iica.int>. Obtenido de <http://www.iica.int/Esp/organizacion/LTGC/agroindustria/Publicaciones%20de%20Agroindustria%20Rural/B1646E.PDF>
- Thompson, I. (Febrero de 2007). www.promonegocios.net. Recuperado el 10 de Mayo de 2012, de [www.promonegocios.net: http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html](http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html)
- Thompson, M. (07 de julio de 2009). administracionenteoria.blogspot.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://administracionenteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>
- Universidad de Champagnat. (agosto de 2002). www.gestiopolis.com. Recuperado el 12 de mayo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/la-estructura-organizacional.htm>
- Vidaurre, M. (febrero de 2005). www.monografias.com. Recuperado el 10 de julio de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos20/oferta-demanda/oferta-demanda.shtml>

- Villacís, B. (2011). www.larepublica.ec. Recuperado el 5 de Mayo de 2012, de <http://www.larepublica.ec/blog/economia/2012/04/30/inec-mas-de-930-mil-salieron-de-la-pobreza-entre-2006-y-2011-en-ecuador/>
- Villalobos, I. (18 de octubre de 2000). www.infomipyme.com. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/IRIS/conceptos.htm>
- Wikipedia. (01 de mayo de 2012). es.wikipedia.org. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>
- Wikipedia. (06 de septiembre de 2012). es.wikipedia.org. Recuperado el 06 de septiembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribuci%C3%B3n
- Zelaya, J. (s/f). www.elprisma.com. Recuperado el 12 de mayo de 2012, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/administracionconceptos/
- <http://aromaticas.tripod.com/Costos.htm>
- <http://www.slideshare.net/lucho0205/el-estudio-de-mercados>