

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN GERENCIA PÚBLICA**

**TEMA:**

---

**“LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS.”**

---

**TESIS DE GRADO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
MAGÍSTER EN GERENCIA PÚBLICA**

Ritha Marcela Naranjo Jerez

**AUTOR**

Ing. MBA. Santiago Peñaherrera Z.

**DIRECTOR**

Ambato – Ecuador

2009



## **APROBACIÓN POR EL TUTOR**

En calidad de Director del trabajo de investigación sobre el tema. **“LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS.”** presentada por la Doctora Ritha Marcela Naranjo Jerez, egresada de la Maestría en Gerencia Publica, I versión del Centro de Posgrado, considero que dicho informe investigativo reúne los exigencias y méritos dispuestos para ser sometido a la Evaluación del Tribunal de Grado que el H. Consejo de Posgrado del Centro de Posgrados designe para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, agosto de 2009

---

Ing. MBA. Santiago Peñaherrera Z.

**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde únicamente a Ritha Marcela Naranjo, autora e Ing. MBA Santiago Peñaherrera, director; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Técnica de Ambato.”

---

Ritha Marcela Naranjo Jerez

CI: 0501785695

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Al Consejo de Posgrado de La Universidad Técnica de Ambato

El Comité de Defensa de La Tesis **“LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS.”** presentada por la Dra. Ritha Marcela Naranjo Jerez; Ing. MBA. Santiago Peñaherrera Z. Director de Tesis y conformada por los Miembros del Tribunal de Defensa, Ing. Mg. Héctor, Ing. Mg. Carlos Amaluisa y la Dra. Mg. Zoila López; y presidido por el Ing. M.Sc Luis Velásquez, Presidente del Tribunal de Defensa, Director del CEPOS – UTA; una vez escuchada la defensa oral y revisada La Tesis escrita en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas por el Tribunal de Defensa de La Tesis, remite la presente tesis para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Mg. Carlos Amaluisa  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Ing. M.Sc. Luis Velásquez  
**DIRECTOR DEL CEPOS – UTA**

**Ing. MBA. Santiago Peñaherrera Z.**  
**DIRECTOR DE TESIS**

**Dra. Mg. Zoila López**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**Ing. M.Sc. Héctor Ruíz**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DEDICATORIA**

A Dios, quien eligió mi presencia en esta vida, con la misión y propósito de servir a los demás, tomando como ejemplo a Jesús como el mejor Líder Mundial de la historia de la humanidad.

A mi madre, que a lo largo de mi vida ha sido la fortaleza y luz que ha guiado mi existencia haciendo que su esfuerzo y sacrificio se vea reflejado en cada uno de sus hijos.

Ritha Marcela Naranjo Jerez

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por la inteligencia, sabiduría divina, humana y paz sobre todo entendimiento que me da todos los días para cumplir con los objetivos de mi vida sobre todas las adversidades que se presentan.

A la Universidad Técnica de Ambato de manera especial al Centro de Posgrados, la misma que me ha permitido lograr alcanzar mi título.

Ritha Marcela Naranjo Jerez

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Carátula .....	i
Aprobación por el tutor .....	ii
Autoría de la Investigación .....	iii
Aprobación del Tribunal de Grado .....	iv
Dedicatoria .....	v
Agradecimiento .....	vi
Índice General De Contenidos .....	vii
Resumen Ejecutivo .....	xiii
Introducción .....	xiv

### CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1. TEMA.....	1
1.2. Planteamiento del problema .....	1
1.2.1. Contextualización .....	1
1.2.2. Análisis Crítico .....	4
1.2.3. Prognosis .....	5
1.2.4. Formulación del Problema .....	5
1.2.5. Interrogantes .....	6
1.2.6. Delimitación del objeto de investigación .....	6
1.2.6.1. Delimitación espacial .....	6
1.2.6.2. Delimitación Temporal.....	7
1.2.6.3. Unidades de Observación .....	7
1.3. Justificación .....	9
1.4. Objetivos.....	9
1.4.1. Objetivo General .....	9
1.4.2. Objetivos Específicos .....	10

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

2.1.	Antecedentes investigativos .....	11
2.2.	Fundamentación .....	12
2.2.1.	Fundamentación Filosófica .....	12
2.2.2.	Fundamentación ontológica.....	13
2.2.3.	Fundamentación epistemológica .....	14
2.2.4.	Fundamentación axiológica.....	14
2.2.5.	Fundamentación metodológica.....	15
2.3.	Fundamentación legal.....	16
2.4.	Categorías Fundamentales.....	19
2.5.	Hipótesis .....	51
2.6.	Señalamiento de las variables.....	51

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

3.1.	Modalidad básica de la investigación.....	52
3.2.	Nivel o Tipo de investigación.....	52
3.2.1.	Investigación exploratoria .....	53
3.2.2.	Investigación descriptiva .....	53
3.2.3.	Investigación correccional.....	53
3.2.4.	Investigación explicativa .....	53
3.2.5.	Investigación bibliográfica .....	53
3.2.6.	Investigación de campo .....	54
2.1.	Población y Muestra .....	54
2.1.1.	Población Objetivo .....	54
2.1.2.	Muestra .....	55
3.3.	Operacionalización de Variables .....	58
3.3.1.	Variable Independiente: Emprendimiento.....	59
3.3.2.	Variable Dependiente: Microempresas .....	60
3.4.	Plan de recolección de información .....	61



3.5.	Plan de procesamiento de la información.....	61
------	--	----

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

4.1.	Análisis de los resultados .....	62
4.2.	Análisis e interpretación de resultados .....	62
4.3.	Interpretación de datos .....	63
4.4.	Verificación de la hipótesis .....	85
4.4.1.	Cálculo del $CHP^2$ .....	87

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1.	Conclusiones.....	90
5.2.	Recomendaciones .....	91

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

6.1.	Datos Informativos .....	92
6.1.1.	Ubicación.....	92
6.1.2.	Análisis Foda En La Parroquia Antonio José Holguín.....	96
6.1.3.	Matriz Foda .....	96
6.2.	Antecedentes de la propuesta .....	103
6.3.	Justificación.....	104
6.4.	Objetivos.....	105
6.4.1.	Objetivo General .....	105
6.4.2.	Objetivos Específicos .....	105
6.5.	Análisis de factibilidad .....	105
6.6.	Fundamentación .....	106
6.7.	Metodología Modelo operativo .....	108
6.7.1.	Plan de Capacitación .....	110
6.7.2.	Objetivos.....	110

6.7.2.1.	Objetivo General .....	110
6.7.2.2.	Objetivos específicos.....	110
6.7.2.3.	Política.....	110
6.7.2.4.	Estrategia .....	111
6.7.3.	Diagnostico: lo que debe y no hacer un emprendedor. ....	113
6.7.4.	Procesos para la formación de una microempresa .....	114
6.7.4.1.	El emprendedor en la microempresa .....	114
6.7.5.	El modelo de las ocho etapas para la elaboración de un proyecto. ....	117
6.7.6.	Administración financiera y contable para una microempresa .....	120
6.7.7.	Marketing de microempresas .....	130
6.7.8.	Cuadro resumen cuatro p.....	134
6.7.9.	Talento humano en las microempresas.....	136
6.7.10.	Contratación personal en las microempresas .....	137
6.7.11.	Trámites para la creación de las microempresas .....	139
6.7.12.	Ubicación de las microempresas .....	139
6.7.13.	Ubicación de las microempresas .....	140
6.7.14.	Como conseguir capital para una microempresa.....	140
6.7.15.	Formatos y Contenidos.....	143
6.8.	Administración de la propuesta.....	158
6.8.1.	Recursos materiales .....	159
6.8.2.	Recursos económicos .....	159
6.8.3.	Presupuesto para la Capacitación de Emprendimiento .....	160
6.9.	Previsión de la Evaluación .....	160
6.9.1.	Evaluación inicial .....	161
6.9.2.	Evaluación de proceso.....	161
6.9.3.	Evaluación final.....	161
	Bibliografía.....	162
	Anexos.....	164

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N. 1 UBICACIÓN PARROQUIAL .....	8
GRÁFICO N.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	19
GRÁFICO N.3 EMPRENDIMIENTO .....	20
GRÁFICO N. 4 GRADO DE LIDERAZGO EXIGIDO .....	25
GRÁFICO N. 5 MICROEMPRESA.....	31
GRÁFICO N. 6 FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN .....	34
GRÁFICO N. 7 EMPRENDIMIENTO .....	64
GRÁFICO N. 8 EMPRENDEDORA .....	66
GRÁFICO N. 9 MICROEMPRESA.....	68
GRÁFICO N. 10 CREACIÓN DE MICROEMPRESAS.....	69
GRÁFICO N. 11 MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS..	70
GRÁFICO N. 12 PERSONA TRIUNFADORA .....	71
GRÁFICO N. 13 MEJORES PARA USTED Y SU FAMILIA .....	72
GRÁFICO N.14 AUTOESTIMA .....	73
GRÁFICO N.15 CAPACITACIÓN SOBRE EMPRENDIMIENTO.....	74
GRÁFICO N.16 INCONVENIENTE COMO REACCIONA .....	75
GRÁFICO N. 17 AUTOESTIMA DIARIA .....	76
GRÁFICO N.18 ACTIVIDAD SE DEDICA USUALMENTE .....	77
GRÁFICO N.19 TRABAJO POR CUENTA PROPIA .....	78
GRÁFICO N. 20 TIENE UNA MICROEMPRESA .....	79
GRÁFICO N.21 TRABAJA CON.....	80
GRÁFICO N.22 TRABAJAN CON USTED .....	81
GRÁFICO N. 23 RAZÓN POR QUE DEJÓ LA MICROEMPRESA.....	82
GRÁFICO N.24 MEJORA EL NIVEL ECONÓMICO .....	83
GRÁFICO N.25 LA EMPRESA Y LOS ELEMENTOS .....	115
GRÁFICO N.26 GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO .....	119

## ÍNDICE DE CUADROS

TABLA N. 1 ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES .....	50
TABLA N. 2 MUESTRA POR BARRIOS DE LA POBLACIÓN.....	58
TABLA N. 3 EMPRENDIMIENTO .....	59
TABLA N. 4 MICROEMPRESAS.....	60
TABLA N. 5 CONSOLIDADO RESPUESTAS DE LOS BARRIOS.....	84
TABLA N. 6 GRADOS DE LIBERTAD .....	87
TABLA N. 7 CUADRO DE PREGUNTAS .....	88
TABLA N. 8 CALCULO DEL CHI CUADRADO.....	88
TABLA N. 9 MATRIZ FODA.....	99
TABLA N. 10 MATRIZ FODA .....	100
TABLA N. 11 FODA.....	102
TABLA N. 12 METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO.....	109
TABLA N. 13 RESUMEN DE CONTENIDOS.....	112
TABLA N. 14 DIAGNÓSTICO .....	113
TABLA N. 15 ESQUEMA DE BALANCE .....	122
TABLA: N.16 PRESUPUESTO GENÉRICO.....	124
TABLA N. 17 RESUMEN CUATRO P .....	134
TABLA N. 18 CRÉDITO SEGUNDO PISO.....	156
TABLA N. 19 CRÉDITO 555.....	158
TABLA N. 20 IDENTIFICACIÓN DE INVERSIONES .....	160

## RESUMEN EJECUTIVO

En la presente investigación se determina que sus habitantes trabajan por cuenta propia; sin embargo, carecen de la creación de microempresas. En el presente estudio se diseña un plan de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.

La metodología utilizada en la presente investigación, permite determinar los problemas económicos que enfrentan los habitantes de la parroquia por el escaso emprendimiento en la creación de microempresas y, se propone objetivos claros que contribuyan a la participación directa a través de la toma de decisiones en busca de alternativas de trabajo, para combatir el desempleo e impulsar el autoempleo y la generación de empleo. En el presente trabajo de investigación predomina el enfoque cuantitativo, porque busca las causas y la explicación de los hechos que estudia, conjuntamente está orientado a la comprobación de hipótesis.

El objetivo del tamaño de la muestra es obtener información representativa, válida y confiable al mínimo. Para obtener más exactitud en la información seleccionamos la muestra en los nueve barrios de la Parroquia Antonio José Holguín.

El objetivo de la encuesta es conocer *“LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS”*, opinión de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, elementos que permitirán implantar medidas correctivas y preventivas que a través de un plan de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.

Los actores involucrados en el proceso es la población económicamente activa, dividido en nueve barrios y sus autoridades, que están conscientes que la efectividad del plan de capacitación, depende en gran medida del compromiso que cada uno asuma para asistir a los talleres propuestos.

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto estará respaldado por la Junta Parroquial y el Ilustre Municipio del Cantón Salcedo.

El Plan de capacitación de emprendimiento en la creación de microempresas es una herramienta de gestión de la Junta Parroquial y el Ilustre Municipio del Santón Salcedo

En la actualidad, el emprendimiento en la creación de microempresas forma el pilar fundamental en el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo, que ayuda a fomentar en el auto empleo y la creación de empleo. En nuestra parroquia, es fundamental implementar microempresas con la finalidad de aportar al crecimiento económico, social y cultural de sus habitantes. Para esto es fundamental que las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales apoyen con programas de capacitación, micro créditos y permitan que este proceso se realice de manera oportuna, en el menor tiempo posible.

Es indispensable que la Ilustre Municipalidad del Cantón Salcedo y la Junta Parroquial de Antonio José Holguín con sus habitantes, busquen alternativas de apoyo que permitan incentivar a la población para la creación de microempresas.

El objetivo de esta investigación es diseñar un plan de capacitación de emprendimiento en la creación de microempresas para la Parroquia Antonio José Holguín.

El presente trabajo comprende seis capítulos, que a continuación se describen:

**Capítulo I.** Consta el planteamiento del problema; seguido de un texto general sobre las acciones del emprendimiento en la creación de microempresas.

**En el Capítulo II.** Se desarrolla el marco teórico, se hace referencia a los antecedentes de la investigación, fundamentación filosófica, argumentación del marco científico, conjuntamente las variables de estudio y la hipótesis.

Además, en el presente capítulo el lector podrá conocer sobre las distintas definiciones realizadas acerca del emprendimiento en la creación de microempresas.

**En el Capítulo III.** Corresponde a la metodología aplicada en la investigación, se analiza la población y muestreo, la operacionalización de las variables, se determina instrumentos de investigación.

**Capítulo IV.** Producto de la investigación se obtuvieron resultados que fueron analizados previo a la verificación de la hipótesis, posteriormente se emitió conclusiones y recomendaciones pertinentes.

**En el Capítulo V.** Se señalan las conclusiones de acuerdo a los objetivos específicos que se plantean en la investigación y se efectúan recomendaciones

Finalmente, en el **Capítulo VI.** Consta la propuesta, la que permite elaborar un diseño de un plan de capacitación de emprendimiento en la creación de microempresas para los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín.

Ritha Marcela Naranjo J.

*“El éxito no es otra cosa que el logro consecutivo y ordenado de propósitos planificados” Loret*

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. TEMA**

**LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS**

#### **1.2. Planteamiento del problema**

##### **1.2.1. Contextualización**

El acelerado cambio social, la restricción económica **mundial**, los desastres naturales, ha conllevado a efectuar revoluciones adversas en la economía mundial, incrementando el subempleo, el desempleo, la delincuencia organizada, crisis económica a nivel general, donde la población por necesidad u oportunidad se han convertido en emprendedores, creando microempresas y empresas, apareciendo la generación de autoempleo y empleo, se ha venido considerando que el emprendimiento es fundamental en la: creación de empleo y en la mejora de la competitividad y el crecimiento económico.



Los países desarrollados toman como estrategia para combatir la recesión económica, a través del emprendimiento de los habitantes con la creación de micro empresas, medianas empresas y empresas donde valoran a los emigrantes para la creación de estas .Los principales resultados de la investigación señalan que en Bolivia el 29,80% de la población adulta se dedica a actividades de emprendimiento inicial; es decir nacientes y nuevas empresas con menos de 3,5 años de existencia. Le siguen Perú con el 25,6%, Colombia 24,50% y Angola 22,7%. En el otro extremo los países que muestran menor actividad emprendedora inicial son: Bélgica 2,9%, Rusia 3,5% y Alemania 3,8%, sus efectos no son insignificantes ayudan a la economía a ser más eficiente. <http://www.ie.edu/gem/>

En 43 países durante el 2008, los resultados evidencian una relación entre el nivel de desarrollo económico de un país y sus tipos de actividad emprendedora. Los países de menores ingresos tienen una mayor cantidad de su población involucrada en actividades emprendedoras y que a medida aumenta el nivel de desarrollo nacional la actividad emprendedora por necesidad disminuye.

Los problemas mayores en Latinoamérica son, entre otros: el desequilibrio económico, los deshornes sociales, la pobreza generalizada, la corrupción social, empresarial y gubernamental, los cuales están directamente relacionados. Las autoridades estatales y las organizaciones privadas tratan de participar motivando a sus habitantes a ser emprendedores para la creación de microempresas y empresas, a través de microcréditos y hasta créditos no reembolsables. Este no ha sido significativo debido a que no efectúan un proceso íntegro, mediante capacitación, seguimiento técnico, evaluaciones donde se refuercen sus conocimientos y eliminan las falencias de los beneficiarios; sin embargo, existen países ejemplares que han superado los esquemas y tienen un emprendimiento para la creación de microempresas y empresas. Perú, Bolivia países con mayor actividad emprendedora, hacen de esta una práctica de supervivencia.

El emprendimiento en la creación de empresas y microempresas en el **Ecuador** se incrementa como una forma de supervivencia para la población desempleada y subempleada, un alto porcentaje de ellas han llegado a un fracaso total, los emprendedores tienen que efectuar créditos a empresas financieras y chulqueros, donde se constituye en una dificultad para la cancelación de los préstamos por los altos costos de interés (hasta el 12%) mensuales, donde chulqueros, y la misma recesión económica conviven en el país y el mundo.

En la Provincia de **Cotopaxi**, la población tiene un emprendimiento emocional para la creación de microempresas, pocas son las personas que tienen capital propio para la creación de microempresas. Las ONG S y las autoridades gubernamentales facilitan recursos para que formen microempresas en las áreas rurales como en el crecimiento de animales menores (cuyes, ganado vacuno, cerdos). En el Cantón Salcedo, su población tiene un emprendimiento en la elaboración y comercialización de helados, pinol, agricultura y ganadería dando como resultado generación de autoempleo y empleo.

Antonio José Holguín, una parroquia rural que pertenece al Cantón Salcedo, de la Provincia de Cotopaxi, con una población de 2.553 habitantes según el INEC, se dedican a la crianza de ganado vacuno, como pequeños productores de leche, crianza de animales menores, cultivos de maíz, etc. Los habitantes tienen emprendimiento temporal por necesidad en la creación de microempresas: como plantación de uvas, tomates, crianza de cuyes, elaboración de productos lácteos, artesanos, los mismos han invertido sus recursos, efectuando créditos bancarios y a chulqueros y sus decisiones se han visto afectadas para llegar a cumplir sus objetivos.

En la actualidad sus habitantes presentan problemas económicos, por el subempleo y desempleo; afectando al emprendimiento por la falta de liderazgo para la creación de microempresas y empresas; su efecto se refleja en la desocupación y altos índices de consumo de alcohol de los jóvenes y adultos. Además sus habitantes emigran a ciudades grandes como Quito y Guayaquil y, también al exterior. Buscan empleo en empresas de plantaciones de flores, brócolis, percibiendo sueldos irrisorios que no cubren las

necesidades básicas de la familia, como alimentación, vestimenta, educación y un lugar digno donde habitar.

En este contexto, se evidencia que no existe orientación y motivación que permita a los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín, tener una visión clara de emprendimiento por oportunidad y no por necesidad para la creación de microempresas. De esta manera al no fomentar la creación de microempresas y empresas, los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín no tienen la oportunidad de incrementar sus ingresos, generando autoempleo y empleo, dando lugar a un riesgo inevitable de decadencia económica, baja autoestima y falta de liderazgo micro empresarial.

### **1.2.2. Análisis Crítico**

El emprendimiento en la creación de microempresa depende de: la autoestima, liderazgo y decisión de crecimiento personal, para satisfacer las necesidades familiares y aportar al país y al mundo en el crecimiento económico. En la actualidad los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín, en un alto porcentaje de su población económicamente activa, tienen como objetivo encontrar un empleo bajo dependencia; sea, en el sector privado o público, porque creen asegurar su trabajo en base a dependencias. Debido a que la educación formal orienta su acción al trabajo dependiente, esta no motiva el autoempleo y no trata de aspectos relacionados al emprendimiento.

Asimismo, tienen temor al emprendimiento por desconocimiento de sus beneficios, toman como referencia el fracaso de los emprendedores de la Parroquia en microempresas, de quienes invirtieron su dinero y han perdido hasta el 100% de su inversión, en virtud que tienen emprendimientos débiles por ser poco innovadores, la población emprende por necesidad y no por oportunidad, por ello buscan tener réditos inmediatos. En la parroquia la mayor parte de sus habitantes, no reciben capacitación de emprendimiento en la creación de microempresas, excepto sus autoridades, estas no son

replicadas por desconocer la importancia que esta puede generar en el crecimiento económico de sus pobladores y mejorar sus condiciones de vida.

Por otra parte, las dificultades de acceder a un crédito en instituciones financieras son complejas, en virtud que no existe en todas las empresas financieras políticas crediticias que motiven el emprendimiento en la creación de microempresas y si existen sus trámites son muy demorados, estas no tienen productos financieros adecuados a la realidad del potencial emprendedor, su financiamiento es caro, los trámites son muy complicados y desmotivan, debido a que tienen que viajar varias veces a la ciudad para efectuar los mismos.

La inestabilidad económica de los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín, produce escasas oportunidades de empleo, recursos económicos limitados, los cuales generan pobreza y sus habitantes se han visto en la obligación de migrar dentro del país y al exterior.

### **1.2.3. Prognosis**

Al no encontrar alternativas de solución para mejorar las condiciones de vida de la población de Antonio José Holguín, a través del emprendimiento en la creación de micro empresas, tendrá a elevar índice de pobreza, a través del desempleo, subempleo y bajas oportunidades de estudio, sus habitantes especialmente los adolescentes, jóvenes y adultos emigraran, fomentando la desintegración familiar y un futuro incierto. Además, se promoverá la formación de pandillas juveniles y la delincuencia dentro de los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín.

### **1.2.4. Formulación del Problema**

¿De qué manera se relaciona las acciones para el emprendimiento en la limitada creación de microempresas en los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín?

### 1.2.5. Interrogantes

- ¿Qué importancia tiene las acciones para el emprendimiento en la creación de microempresas en los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín?
- ¿Qué número de microempresas creadas como emprendedores existe en la Parroquia Antonio José Holguín?
- ¿Existe necesidad de un plan de capacitación sobre el emprendimiento que lleve a la creación de microempresas en los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín?

### 1.2.6. Delimitación del objeto de investigación

Campo: Administrativo  
Área: Microempresarial  
Aspecto: Emprendimiento

#### 1.2.6.1. Delimitación espacial

La presente investigación se efectuó en la Parroquia Antonio José Holguín, misma que se encuentra ubicada al sur oeste de la cabecera Cantonal, a 70 grados 31 de altitud occidental y a 1 grados 5 de longitud sur, a una distancia aproximada de 8mKM de San Miguel de Salcedo en la provincia de Cotopaxi.

**Población.** Según el sistema integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SISE) y en base al censo de población y vivienda, existen 2.553. Datos tomados del INEC 2001.

**División Política:** Políticamente la Parroquia tiene nueve Barrios:

- Santa Lucía ( Centro)

- Guantojalo
- Lampatalivi
- La Libertad
- La Unión
- Chazualo # 1 (Pucarumi)
- Chazualo # 2( Reyna del Cisne)
- La Primavera
- Barrio Nuevo (Lampata)

#### **1.2.6.2. Delimitación Temporal**

El desarrollo del trabajo investigativo será determinado desde el 25 de abril hasta el 25de agosto de 2009.

#### **1.2.6.3. Unidades de Observación**

Esta investigación se realizó en una muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín.

## UBICACIÓN DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN



**GRÁFICO N. 1** Ubicación Parroquial

Fuente: Mapas Provincias del Ecuador (2.000)

### **1.3. Justificación**

Las acciones para el emprendimiento en la creación de microempresas fue intervenida de manera integral por el crecimiento del desempleo, y pobreza en el mundo a través de la oportunidad y/ o necesidad, especialmente en los países de Latinoamérica, las mismas que generan resultados sorprendentes en la creación de autoempleos, empleos y mejoran la forma de vida de los emprendedores microempresarios.

La presente investigación expresa interés por el tema de emprendimiento en la creación de microempresas, en los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín, que es fundamental para el crecimiento económico, mejoramiento de las condiciones de vida, evitar el crecimiento de la pobreza, la migración, educación formal orientada al trabajo autónomo, que sean emprendedores por oportunidad y no por necesidad.

Esta investigación es fundamental, por cuanto, se establecerá como influye las acciones para el emprendimiento en la creación de microempresas. Igualmente se propondrá capacitación en emprendimiento para la creación de microempresas. De tal manera que las decisiones de la población, se basen en un crecimiento económico, de autoestima y para que las nuevas generaciones sean, empresarios que generen empleo y sean parte de la solución de los problemas del país.

### **1.4. Objetivos**

#### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar las acciones del escaso emprendimiento en la limitada creación de microempresas en los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi, Ecuador.



### **1.4.2. Objetivos Específicos**

1. Identificar la importancia de las acciones en el emprendimiento a través de técnicas de observación en la creación de microempresas en la población.
2. Formular una guía básica de elaboración proyectos para la creación de microempresas.
3. Proponer un plan de capacitación utilizando estrategias de comunicación, para fomentar el emprendimiento en la creación de microempresas.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

Para el desarrollo de la presente investigación se tomó en consideración, El programa de investigación londinense Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El GEM, (Departamento de Gestión Emprendedora), mide el espíritu y la actividad emprendedora en las fases iniciales del proceso del emprendimiento. Maestrías para el Desarrollo (MpD) de la Universidad Católica Boliviana, es la institución académica seleccionada y reconocida en Bolivia para llevar a cabo esta investigación. [http://ie.edu/gem/wf\\_investigación.aspx](http://ie.edu/gem/wf_investigación.aspx).

Quienes llegaron a las siguientes conclusiones:

- Bolivia es el potencial emprendedor más alto del mundo durante el 2008, pese a estar entre los países más pobres de Latinoamérica.

- En 43 países durante el 2008, se evidencia una relación entre el nivel de desarrollo económico la actividad emprendedora.
- Los países de menores ingresos, tienen una mayor cantidad de su población involucrada en actividades emprendedoras y, que a medida que aumenta el desarrollo nacional, la actividad emprendedora disminuye.
- Se debe tomar en consideración que el emprendimiento en la creación de microempresas es fundamental para el desarrollo de los pueblos; es decir que a pesar de la crisis económica; la población podrá solventar sus necesidades básicas y prioritarias.

## **2.2. Fundamentación**

### **2.2.1. Fundamentación Filosófica**

En el desarrollo de la presente investigación se utilizó el paradigma crítico propositivo, en virtud que se parte del análisis del problema, para posteriormente realizar y estructurar alternativas de cambio a través de propuestas que permitan orientar a la población a tener emprendimiento por oportunidad y no por necesidad en la creación de microempresas. Se utilizó este paradigma en virtud que es un factor determinante para sobrevivir en su entorno tan cambiante y competitivo como el actual. Los microempresarios deben ser personas flexibles que se adapten a los cambios inesperados y sepan gestionar la incertidumbre. Los emprendedores y pequeños empresarios tienen que tratar con éxito sus negocios si son proactivos. Los que no están satisfechos con su trabajo tienen la responsabilidad de generar nuevas acciones para cambiar su situación y conseguir los resultados que desean.

Somos responsables de generar nuestras propias actividades y actitudes en nuestra vida, no podemos esperar que alguien venga a rescatarnos o a ofrecernos el gran trabajo de

nuestra existencia. No es operativo quedarse anclado en la queja antisistema, si deseamos cambiar nuestra situación actual. Ante la pérdida de empleo, existen personas que caen en la depresión; en cambio, otras aprovechan esta coyuntura para montar un negocio propio y triunfar. Nosotros tenemos la responsabilidad de escoger nuestras propias respuestas ante lo que nos ocurre y dirigir la acción de una manera inteligente.

### **2.2.2. Fundamentación ontológica**

Al parecer en las últimas décadas, los hábitos culturales y el hombre se centran y delimitan las líneas de fuerza y se instituyen como temas claves que reclaman la atención teórica, tanto científica como filosófica. Las propiedades del ser son aquellas características o aspectos inteligibles que podemos aplicar a todo lo que es por el mismo hecho de ser, estas se deducen de nuestra inteligencia comparando el ser con sus aspectos, captando ciertas relaciones que el ser posee, y que nuestra mente descubre, por lo que concluimos, que los atributos a propiedades del ser son aquellas relaciones fundamentales que afectan a todo ser, se derivan los principios, estos son un juicio o afirmaciones que sirven de punto de partida para otros conocimientos; que por tanto, no sirve de instrumento, es la más general.

Además, los principios son absolutos, necesarios y universales. Absolutos por lo expuesto anteriormente, necesarios por que se deducen de atributos necesarios del ser, y universales porque valen para todo ser. El emprendimiento en la creación de microempresas es fundamental, porque existen muchas y variadas realidades en el país dependiendo del contexto, para que no sean todo absolutas, sino relativas, perfectibles cuanto más se acerquen a la realidad.

### **2.2.3. Fundamentación epistemológica**

La investigación científica debe constituir una de las principales actividades del que hacer en la creación de microempresas, y a través de ellas se produce la interacción entre el pueblo emprendedor y la investigación aplicada para la creación y desarrollo de microempresas.

Debido a la aplicación en el país de una política de investigación y a las exigencias del mundo laboral moderno, se requiere que los futuros emprendedores en la creación de microempresas, les permitan aproximarse al conocimiento de la realidad de manera concreta y objetiva a los fines de, para proceder a un análisis y transformación. El contexto de las nuevas relaciones sociales, políticas, culturales, económicas. La metodología científica determina su valor, constituyéndose en forma fundamental para proporcionar los presupuestos del trabajo, científicos los cuales constituyen una serie de normas consagradas por el uso entre investigadores, referentes a los métodos, las técnicas, la estructura y la presentación de los trabajos científicos.

### **2.2.4. Fundamentación axiológica**

En una sociedad democrática y pluralista como la nuestra en la mayor parte del mundo, asistimos a una de las muchas modas que aparecen y posteriormente nos encontramos con una crisis de valores morales y/o éticos, o bien a un relativismo moral extremista.

El hombre a través de su vida va realizando actos la repetición de los actos generan actos y hábitos y determinan además las actitudes, el hombre de este mundo va haciéndose a sí mismo. El carácter como personalidad es obra del hombre, es su tarea moral, es como resulta su carácter moral para toda la vida.

La ética o valores consisten en normas de conducta para las personas y la sociedad. Esas normas tienen su origen en muchas fuentes, entre otras, la religión, las tradiciones culturales y la reflexión. Por ello, es fundamental que los emprendedores en la creación de microempresas tengan: valores, actitudes, actos y hábitos en la creación de microempresas. Las éticas o valores consisten en normas de conducta para las personas y la sociedad. Esas normas tienen su origen en muchas fuentes; entre otras, la religión, las tradiciones culturales y la reflexión, lo que explica en parte la complejidad de cada punto de vista de los valores.

#### **2.2.5. Fundamentación metodológica**

Este proyecto se efectuó a través de la investigación cualitativa con la participación los actores sociales involucrados y comprometidos. Por esta razón, el plan de esta investigación en el paradigma crítico-propositivo, hace de su trabajo científico un responsabilidad de indagación para una mejor calidad de vida de los habitantes, una transformación positiva para nuestra sociedad y sobre todo, dejar de hacer ciencia por la ciencia o producir bienes para la rentabilidad, sino que el conocimiento científico se construye en el marco de la investigación social. Los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín, deben ser emprendedores en la creación de microempresas con: eficiencia, eficacia, ecología, economía y efectividad.

El investigador que se ubica en el paradigma crítico propositivo, hace de su trabajo científico una responsabilidad de investigación para mejorar la calidad de vida del ser humano y la transformación efectiva para nuestra sociedad.

### **2.3. Fundamentación legal**

En el presente trabajo se consideró las siguientes leyes:

Constitución Política del Ecuador. (2008) Capitulo tercero

**Art. 281.-** La soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados en forma permanente.

- Establecer mecanismos preferenciales de financiamiento para los pequeños y medianos productores y productoras, facilitando la adquisición de medios de producción.
- Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes productoras y de consumidores, así como la comercialización y distribución de alimentos que promueva con equidad entre espacios rurales y urbanos.
- Adquirir alimentos y materias primas para programas sociales y alimenticios, prioritariamente a redes asociativas de pequeños productores y productoras.

**LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE SOBERANÍA ALIMENTARIA DEL ECUADOR.** (2008).

**Art.2.-** Carácter y ámbito de aplicación.\_ Su ámbito comprende los factores de la producción agroalimentaria; la agro biodiversidad y semillas; la investigación y dialogo de saberes; la producción; transformación, conservación, almacenamiento, intercambio, comercialización y consumo así como la sanidad, calidad, inocuidad y nutrición, la participación social, el ordenamiento territorial; la frontera agrícola; los recursos hídricos; el desarrollo rural y agrícola las formas asociativas y comunitarias de los

microempresarios; microempresa o micro; pequeños y medianos productores, las formas de financiamiento; y, aquellas que definan el régimen de soberanía alimentaria.

Las normas y políticas que emanen de esta Ley garantizaran el respeto irrestricto a los derechos de la naturaleza y el manejo de los recursos naturaleza, y el manejo de los recursos naturales, en concordancia con los principios de sostenibilidad ambiental y las buenas prácticas de producción.

**Art. 12.- Principios generales de fomento.**\_ Los incentivos estatales estarán dirigidos a los pequeños y medianos productores, solidaridad, equidad, interculturalidad, protección de los saberes ancestrales, imparcialidad, rendición de cuentas, equidad de género, no discriminación, sustentabilidad, temporalidad, justificación técnica, razonabilidad, definición de las metas, evaluación periódica de sus resultados y viabilidad social, técnica y económica.

**Art.13.- Fomento a la micro, pequeña y mediana producción.**- Para fomentar a los microempresarios, microempresa o micro, pequeña y mediana producción agroalimentaria de acuerdo con los derechos de la naturaleza, el Estado:

- Otorgará crédito público preferencial para mejorar e incrementar la producción y fortalecerá las cajas de ahorro y sistemas de crediticios, solidarios, para lo cual creará un fondo de reactivación productiva que será canalizado a través de estas cajas de ahorro.
- subsidiará total o parcialmente el aseguramiento de cosechas y de ganado mayor y menor para los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de acuerdo al Art. 285 numeral 2 de la Constitución de la República.



- Regulará, Apoyará y fomentara la asociatividad de los microempresarios, microempresas de los microempresarios, microempresas o micro pequeños y medianos productores de conformidad con el art. 319 de la Constitución de la República para la producción, recolección, almacenamiento, conservación, intercambio, transformación, comercialización y consumo de sus productos. El Ministerio del ramo desarrollará programas de capacitación organizacional, técnica y de comercialización, entre otros, para fortalecer a estas organizaciones y proponer a sostenibilidad.
- Establecerá mecanismos específicos de apoyo para el desarrollo de las pequeñas y medianas agroindustrias rurales.
- Incentivará de manera progresiva la inversión en infraestructura productiva, centros de acopio y transformación de productos, caminos vecinales, y,
- Facilitara la producción y distribución de insumos orgánicos y agroquímicos de menos impacto ambiental.

## 2.4. Categorías Fundamentales

**El presente Trabajo de Grado se basa en la siguiente fundamentación teórica:**

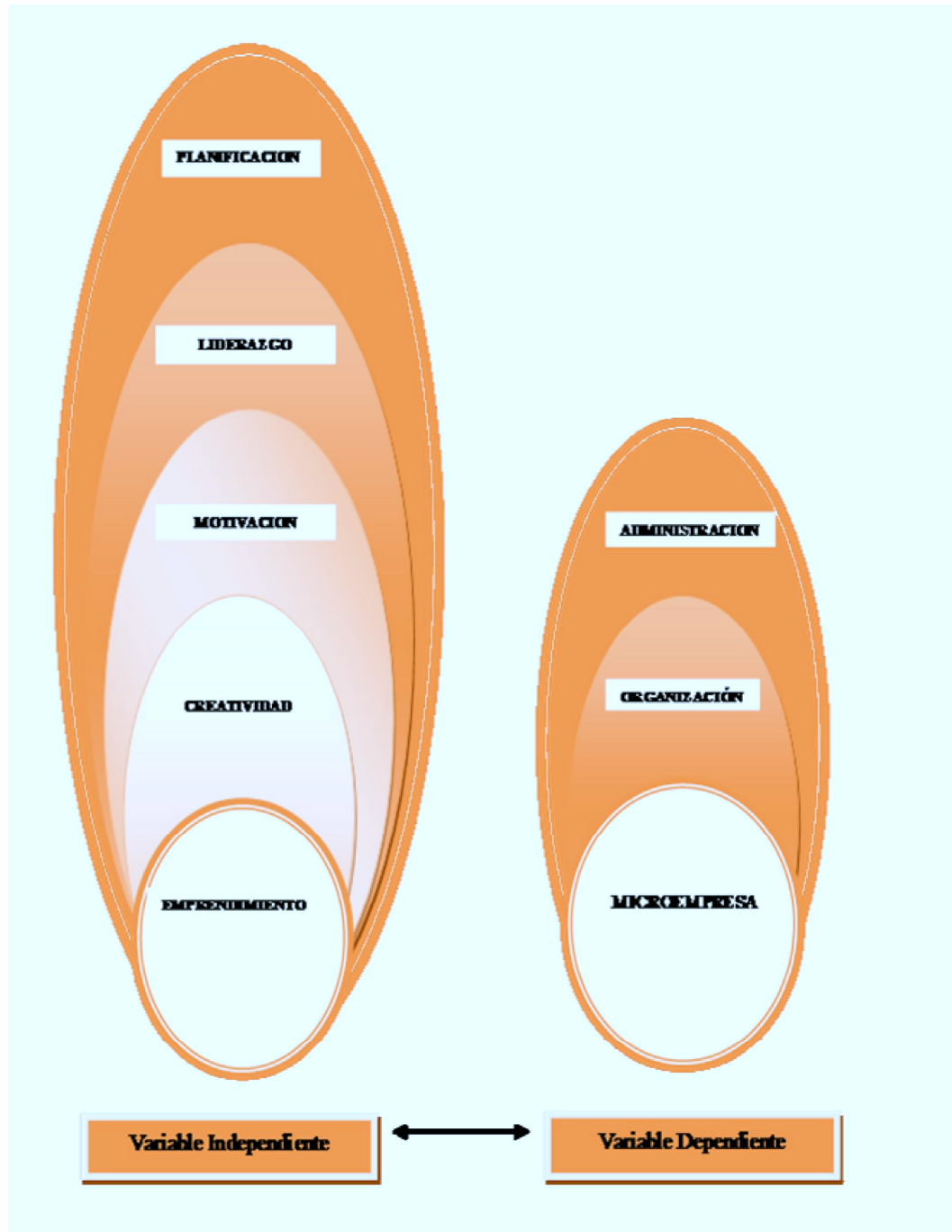
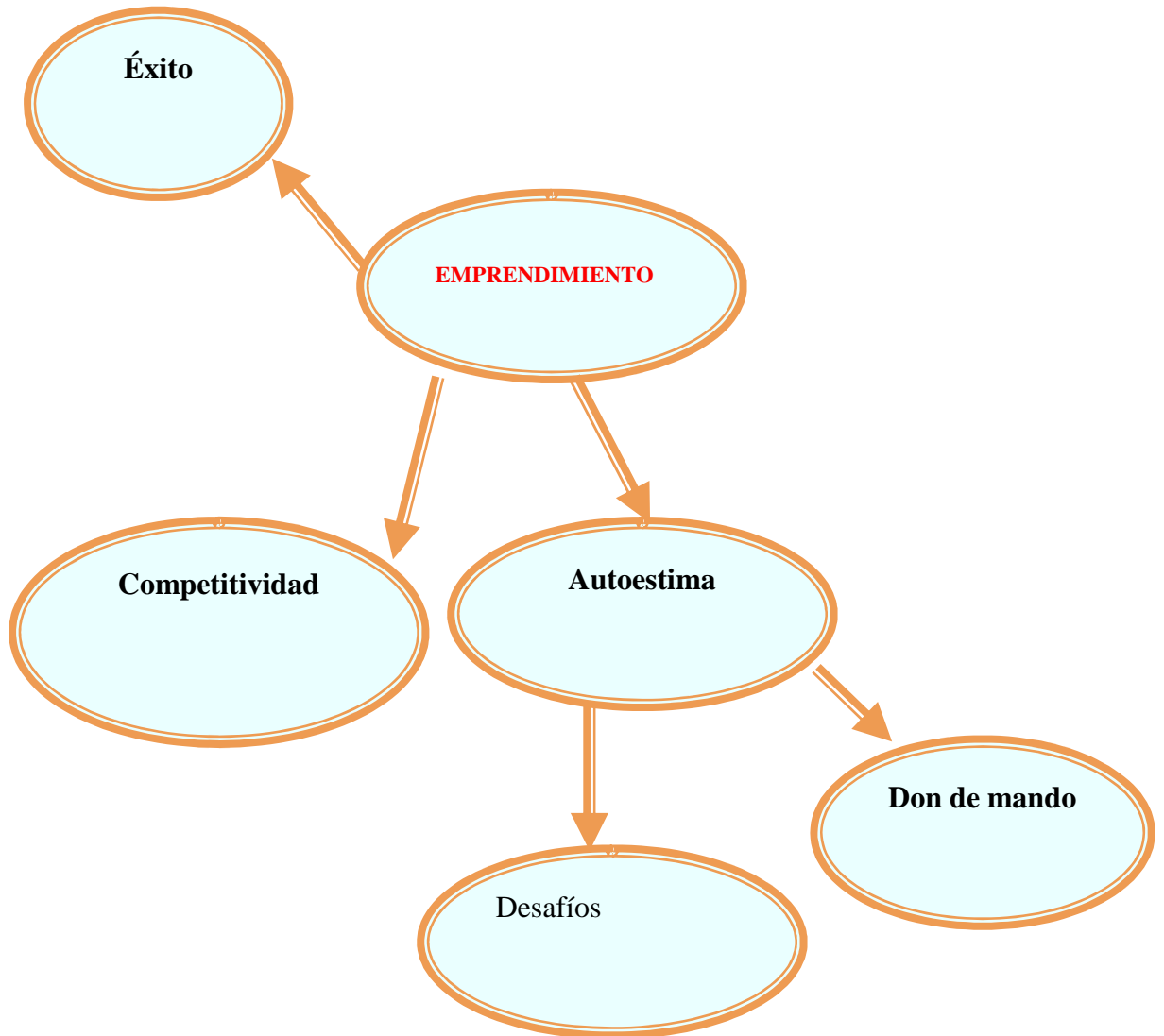


GRÁFICO N.2 Categorías Fundamentales

Elaborado por: Ritha Naranjo J.

## ESTUDIO DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

### Emprendimiento



**GRÁFICO N.3 Emprendimiento**  
Elaborado por: Ritha Naranjo J.

## Conceptualización de la variable independiente

### Planificación

Es prever y decidir hoy las acciones que nos pueden llevar desde el presente hasta un futuro deseable, no se trata de hacer predicciones acerca del futuro sino de tomar las decisiones pertinentes para que ese futuro ocurra, planificar es saber con cierta posibilidad dónde estaremos en el futuro, en función de las acciones que tomemos hoy.

La planificación es algo esencial en el trabajo de un gestor ya que es la que le permitirá conseguir sus objetivos. Planificar supondrá crear una herramienta con la que conseguir objetivos, una herramienta que nos ayuda a obtener resultados. Planificar supone analizar y estudiar los objetivos propuestos así como la forma en la que vamos a conseguirlos. Planificar es una herramienta de acción para decidir qué vamos hacer y porque, supone crear un plan. Crear un plan tiene muchos beneficios pero sobre todo clarifica muchas dudas acerca del trabajo a realizar:

1. define necesidad de recursos para conseguir objetivos
2. clarifica las actividades y las dudas respecto a objetivos buscados.

<http://www.apuntesgestion.com>

Según la Wikipedía, la planificación se refiere a las acciones llevadas a cabo para realizar planes y proyectos de diferente índole. Es la parte que opera la ejecución directa de los planes, que serán realizados y vigilados de acuerdo al planteamiento señalado durante el proceso de planeación.

## **Planificación estratégica**

Permite visualizar el futuro de las empresas y organizaciones, adaptándose a los cambios y a las demandas que les impone el entorno con la finalidad de lograr el máximo de: eficiencia, eficacia, calidad y competitividad. Es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones.

La Planificación Estratégica comienza dando respuesta a estas tres preguntas:

¿Dónde estamos hoy?

¿Dónde queremos ir?

¿Cómo podemos llegar a donde Queremos ir?

La planeación estratégica es la actividad más importante de la dirección de una empresa. Dirigir (en latín dirigiré) significa señalar el rumbo, es decir establecer a qué quiero que se dedique mi empresa y hasta dónde pretendo que llegue en esa actividad. Por ello, la elaboración de la planeación estratégica implica principalmente diseñar el marco estratégico de la empresa. La planeación operativa consiste en establecer los planes de trabajo concretos a través de los cuales la empresa llegará dónde quiere llevarla.

*"es el proceso de seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales"*  
*Terry (1987).*

## **Liderazgo**

Para Bennis (1994,p.39) El liderazgo significa ejercer influencia, es la habilidad para producir cambios de actitud y de acción en otros. El liderazgo da por resultado que se alcance un objetivo.Liderazgo Gerencial: contiene aplicaciones importantes:

- Involucra a otras personas (empleados o seguidores) dada su voluntad para aceptar las órdenes del líder.
- Entraña una distribución desigual del poder entre los líderes y los miembros del grupo.

Para Warillas el liderazgo es la capacidad principal para guiar y dirigir un grupo, es vital para la supervivencia de cualquier grupo u organización. Permite unificar habilidades de los miembros del grupo. Por otra parte, el liderazgo al dinamizar los procesos de desarrollo organizacional, es un factor clave para el logro del desarrollo a nivel comunitario. <http://wvarillas@gmail.com>

Según el diccionario de la lengua española (1986), liderazgo se define como la dirección, jefatura o conducción de un partido político, de un grupo social o de otra colectividad. El Diccionario de Ciencias de la Conducta (1956), lo define como las "cualidades de personalidad y capacidad que favorecen la guía y el control de otros individuos".

Otras definiciones son: El liderazgo es un intento de influencia interpersonal, dirigido a través del proceso de comunicación, al logro de una o varias metas". Rallph M. Stogdill, en su resumen de teorías e investigación del liderazgo, señala que existen casi tantas definiciones del liderazgo como personas que han tratado de definir el concepto. Aquí, se entenderá el liderazgo gerencial como el proceso de dirigir las actividades laborales de los miembros de un grupo y de influir en ellas. Esta en primer término, el liderazgo involucra a otras personas; a los empleados o seguidores.

Los miembros del grupo; dada su voluntad para aceptar las órdenes del líder, ayudan a definir la posición del líder y permiten que transcurra el proceso del liderazgo; si no hubiera a quien mandar, las cualidades del liderazgo serían irrelevante. En segundo el

liderazgo entraña una distribución desigual del poder entre los líderes y los miembros del grupo. Los miembros del grupo no carecen de poder; pueden dar forma, y de hecho lo hacen, a las actividades del grupo de distintas maneras. sin embargo, por regla general, el líder tendrá más poder.

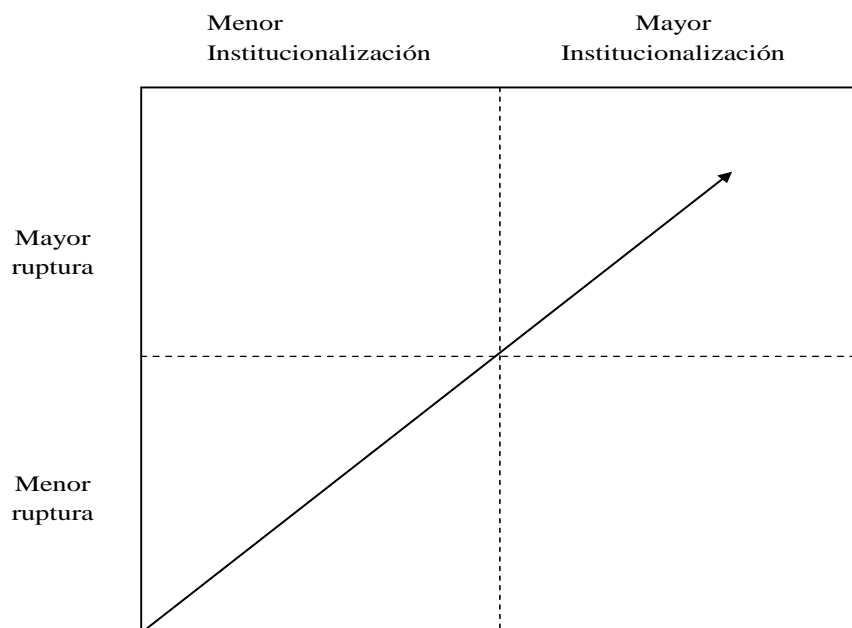
El tercer aspecto del liderazgo es la capacidad para usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de los seguidores, de diferentes maneras. de hecho algunos líderes han influido en los soldados para que mataran y algunos líderes han influido en los empleados para que hicieran sacrificios personales para provecho de la compañía. El poder para influir nos lleva al cuarto aspecto del liderazgo.

Según los autores consideran al liderazgo como la capacidad de guiar a un grupo de personas para efectuar cambios positivos o negativos dentro de una empresa o la sociedad misma. El liderazgo es un poder de dirección para influir en otras personas a efectuar una determinada actividad.

## **PROCESO DE PROCEDIMIENTOS Y LIDERAZGO.**

El esquema conceptual puede dibujarse con otra variante en su parte final.

En la figura representamos una manera distinta que tiene la organización para “moverse” hacia el futuro elegido.



**GRÁFICO N. 4 Grado de liderazgo exigido**

**Fuente: el líder y la acción**

En la figura representa una manera distinta que tiene la organización para moverse hacia el futuro elegido.

### **Motivación**

La **motivación** proviene de los términos latinos **motus** (“**movido**”) y **motio**

(“**movimiento**”). Para la **psicología** y la **filosofía**, la motivación son aquellas cosas que **impulsan** a una persona a realizar determinadas acciones y a **persistir** en ellas hasta el cumplimiento de sus objetivos. El concepto también se encuentra vinculado a la **voluntad** y al **interés**. En otras palabras, la motivación es la voluntad para hacer un esfuerzo y alcanzar ciertas metas. "Es el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta u objetivo deseado".

Está constituida por todos los factores de: capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo.



También es considerada como el impulso que conduce a una persona a elegir y realizar una acción entre aquellas alternativas que se presentan en una determinada situación. En efecto, la motivación está relacionada con el impulso, porque éste provee eficacia al esfuerzo colectivo orientado a conseguir los objetivos personales.

<http://motivación laboral. Galeon-com/motivacion.htm>

<http://definico.de/motivacion/>

Determina lo que realmente lo hace la gente, si carece de llevar a cabo un trabajo concreto, no lo hará, su pericia y su pensamiento creativo quedaran sin aprovechar o se aplicaran a cualquier otra cosa. Las formas de motivación no ejercen el mismo efecto en la creatividad.

Extrínseca e Intrínseca, la Intrínseca es la más importante para la creatividad.

### **La Motivación Extrínseca**

Proviene fuera de una persona, tanto si la motivación es una flor como si es una galleta, pero este tipo de motivación obliga a llevar a cabo su trabajo con el objeto de conseguir algo deseable o algo penoso. El motivar extrínseco que utilizan los directores es el dinero, que no impide necesariamente la creatividad de las personas. Pero en muchas situaciones, tampoco sirve de ayuda, en especial cuando la gente hace que se sienta sobornada o controlada. Además y lo que es más importante, el dinero por sí solo no consigue que los empleados se apasionen por su trabajo.

Cuando las personas tienen una motivación intrínseca, se comprometen con el trabajo por el reto que supone y porque disfrutan con ello.

*“El dinero no impide necesariamente a la creatividad de las personas, pero en muchas situaciones no sirve de ayuda”*

## **Creatividad**

La creatividad se refiere a la manera de pensar que tiene la gente, por ejemplo a la mayor o menor inventiva que enfocan los problemas.

De hecho, pensar imaginativamente es una parte de la creatividad, pero existen otras que también son importantes pericia y motivación.

Los tres componentes de la creatividad.

Dentro de cada individuo, la creatividad es una función de tres componentes:

- Pericia
- Capacidad de pensamiento creativo
- Motivación

No toda motivación se crea por igual. Una pasión interna por solucionar el problema que tiene entre menos lleva a soluciones mucho más creativas que las recompensas externas, tales como el dinero. Este componente, denominado motivación intrínseca, es el que más influenciado puede estar en el entorno de centro de trabajo.

La pericia comprende todo lo que una persona sabe y puede hacer en el campo más amplio de su trabajo. No importa como haya adquirido esta pericia, bien a través de una educación formal, experiencia práctica o interacción con otros profesionales. “ No obstante, su pericia constituye lo que el premio Nobel , economista y psicólogo, Herb Simón domina la “red de posibles desplazamientos”, el espacio intelectual que utiliza para explorar y solucionar problemas. Cuanto mayor sea este espacio, mejor.

El pensamiento creativo, se refiere a como enfoca la gente problemas y las soluciones, su capacidad para reunir las ideas existentes formadas nuevas combinaciones. La capacidad en si depende bastante de la personalidad, así como, de la manera de pensar y trabajar de la persona. Su creatividad se verá todavía más mejorada si habitualmente da

la vuelta a los problemas y combina el conocimiento de campos aparentemente dispares. De hecho al persistir en la tarea a lo largo de prolongados espacios “sequias mental”, durante la experimentación aumentan de probabilidades de hacer unos descubrimientos verdaderamente creativos. Y lo mismo ocurre con un estilo de trabajo que haga uso de la “incubación”, capacidad de dejar a un lado, temporalmente los problemas difíciles, trabajar en cualquier otra cosa y luego volver al problema con un renovado enfoque.

La creatividad organizacional, es la producción de ideas novedosas y útiles de una persona o un equipo en una organización. La innovación se basa en ideas nuevas y útiles. Por consiguiente la innovación, organizacional consiste en la puesta en práctica de ideas creativas y útiles a través del cambio organizacional, ya sea planeado o no planeado.

La pericia y el pensamiento creativo son materias primas de cada individuo sus propios recursos naturales.

### **Emprendimiento**

El término entrepreneur se utilizó por primera vez en la Francia del siglo XVIII para designar a quienes se caracterizaban por comprar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos. Esta concepción empezó por asociar el término emprendedor con los elementos de riesgo y recursos. Posteriormente el concepto fue enriqueciéndose con los aportes de J. B. Say a mediados del siglo XIX, aunque este autor dijo muy poco de las características que definían a dicho personaje emprendedor; sin embargo, Schumpeter (1912) es quien termina por refinar el concepto, y quien rompe de forma radical con la economía tradicional al postular al desequilibrio Dinámico producido por el empresario innovador como centro de la teoría económica y su práctica. Espinoza Rubén, Tapia Merrit (2006, p.2).

*Para Meyer (2007 p.114, 115).*Una persona con una actitud emprendedora descubre todo lo que se pueda antes de que se emprenda la acción. Hace tu tarea investiga; está

preparado; ten recursos. Haz todo lo que puedas como preparación de lo que va a venir. Las personas emprendedoras siempre ven el futuro en el presente, encuentran una manera de aprovechar una situación, no deberse cargadas por ella. Estas no son perezosas; no esperan a que las oportunidades vengan a ellas, si no que ellas van tras las oportunidades. Emprender significa encontrar siempre una manera de mantenerte activamente trabajando hacia tu ambición. Emprender es dos cosas. La primera es creatividad. Necesitas creatividad para ver lo que está ahí y para moldearlo para ventaja nuestra. Necesitas creatividad para mirar al mundo de modo un poco diferente. Necesitas creatividad para adoptar un enfoque diferente, para ser diferente.

Tener emprendimiento no solo se relaciona con la capacidad de hacer dinero. También significa sentirte bien contigo mismo, tener la suficiente dignidad para querer buscar ventajas y oportunidades que marcaran una diferencia en el futuro, al hacerlo, aumentarás la confianza, el valor, la creatividad y dignidad la naturaleza emprendedora.

Existen varias definiciones sobre emprendimiento según una sintéticas de optimismo, pro actividad y desafío. Una persona que tiene emprendimiento es aquél capaz de acometer un proyecto que no es aceptado por la mayoría de las personas de su entorno, es un individuo que supera los obstáculos que se le presentan sin distraer energía en aquello que no apunta hacia su meta y sin temor alguno al fracaso. No pierde tiempo hablando de los errores sino que los convierte en experiencia.

Un emprendedor es aquél capaz de convertir una idea en negocio, que mantiene un ritmo constante de crecimiento y creación, que hasta se podría decir, sin límite. Las personas que viven en un proceso de innovaciones continuas, en el momento que dejan de realizar dejan de ser emprendedores, aunque siga siendo empresario. Bajo este contexto, el espíritu del emprendedor está centrado en el individuo incluyendo sus dimensiones psicológicas, culturales y económicas, más que en su actividad preponderante. Lo que va a mano con la creatividad del emprendedor es la valentía para ser creativo. Necesitas valor para ver las cosas de modo diferente, valor para ir contra

corriente, valor para adoptar un enfoque diferente, valor para permanecerlo solo si tienes que hacerlo, valor para escoger la actividad por encima de la inactividad.

## ESTUDIO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

### Microempresa

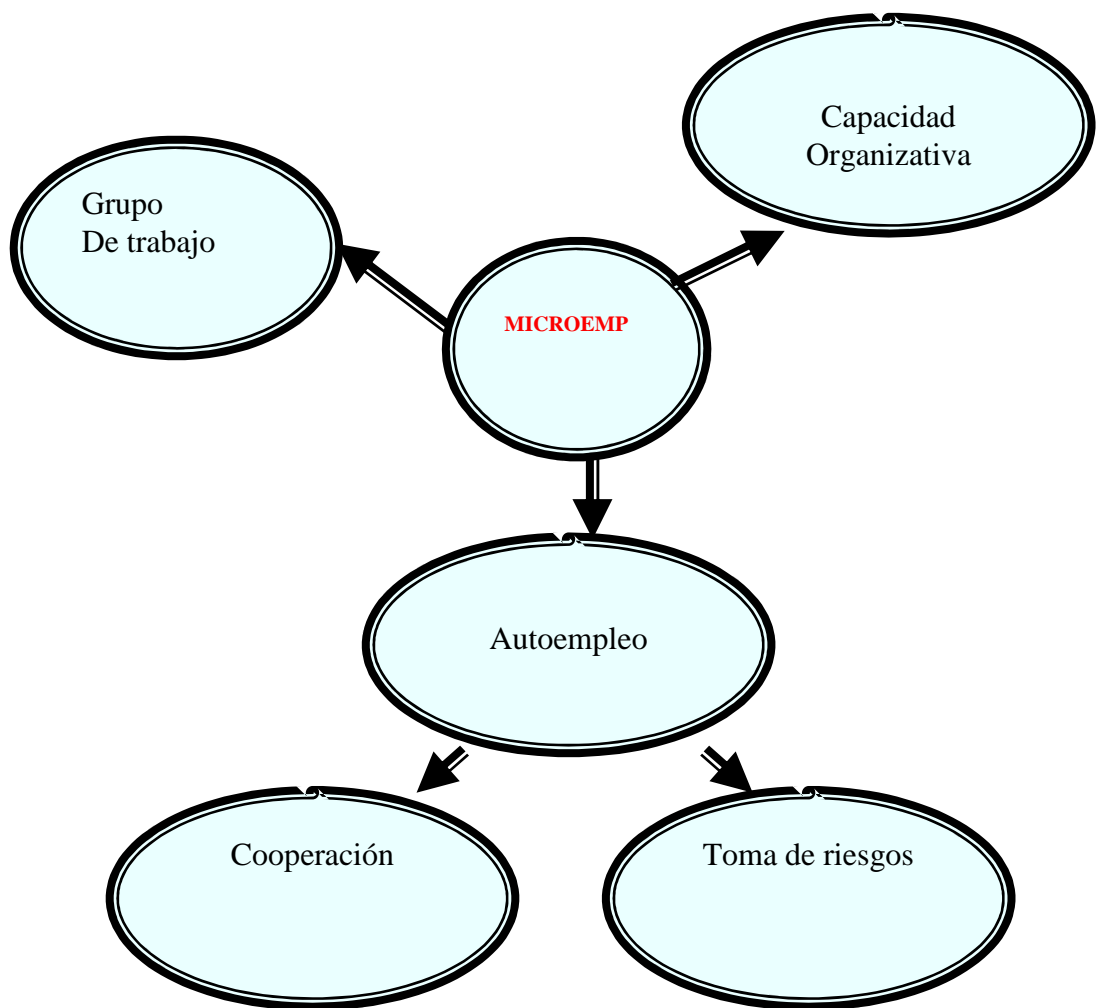


GRÁFICO N.5 Microempresa

Elaborado por: Ritha Naranjo J.

## **Conceptualización de la variable dependiente**

### **Administración**

“Proceso para alcanzar metas organizacionales trabajando con y por medio de personas y otros recursos organizacionales” Rodríguez (2006, p.2).

“Implica la Coordinación de recursos humanos y materiales para el logro de los objetivos Rodríguez (2006, p.2).

“El proceso de trabajar con y a través de otras personas a fin de lograr los objetivos de una organización formal. Buceel (2006, p.2)

“Es la dirección Eficaz de las actividades y la colaboración de otras personas para obtener determinados resultados” Gusman (2006, p. 3).

Según Rodríguez (2006, p.3). La administración consiste en lograr que se hagan las cosas mediante otras personas, es la dirección de un organismo social y su efectividad en alcanzar objetivos, instaurada en la habilidad de conducir a sus integrantes para que organiza y realiza la transformación ordenada de la información, recibe la información del objeto de dirección, la procesa y la transmite bajo la forma necesaria para la gestión, realizando este proceso continuamente es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa.

## **Tipos de Administración**

### **Administración Pública**

Para Rodríguez (2006, p.11). La Administración Pública es un fragmento de la ciencia administrativa que concierne al gobierno, fundamentalmente al Poder Ejecutivo, que es el encargado de producir a las tareas gubernamentales.

La Administración Pública es, pues, la ejecución y observación de la política gubernamental, según ha sido delineada por las autoridades competentes. Busca el logro de un beneficio social. Procede directamente de la ley y se aplica a todos sin distinciones. Por tanto, a ella conciernen los problemas, poderes, organización y técnicas que lleve implícita la aplicación de las leyes y políticas formuladas por las entidades y dependencias gubernamentales encargadas de ello.

Se determina que la Administración Pública, es controlada por el Estado u otra corporación de derecho público cuya finalidad es el bien público.

### **Administración Privada**

“La administración privada es la parte de la ciencia administrativa que concierne a las actividades de los particulares en todos sus órganos económicos y por consiguiente es también muy amplia”. Rodríguez (2006, p.11).

### **Administración Mixta**

Para Rodríguez (2006, p.13), la administración mixta determina las actividades de los organismos que están bajo la jurisdicción tanto del sector público como del sector privado. Misma que puede ser de carácter internacional, nacional, regional y local por la

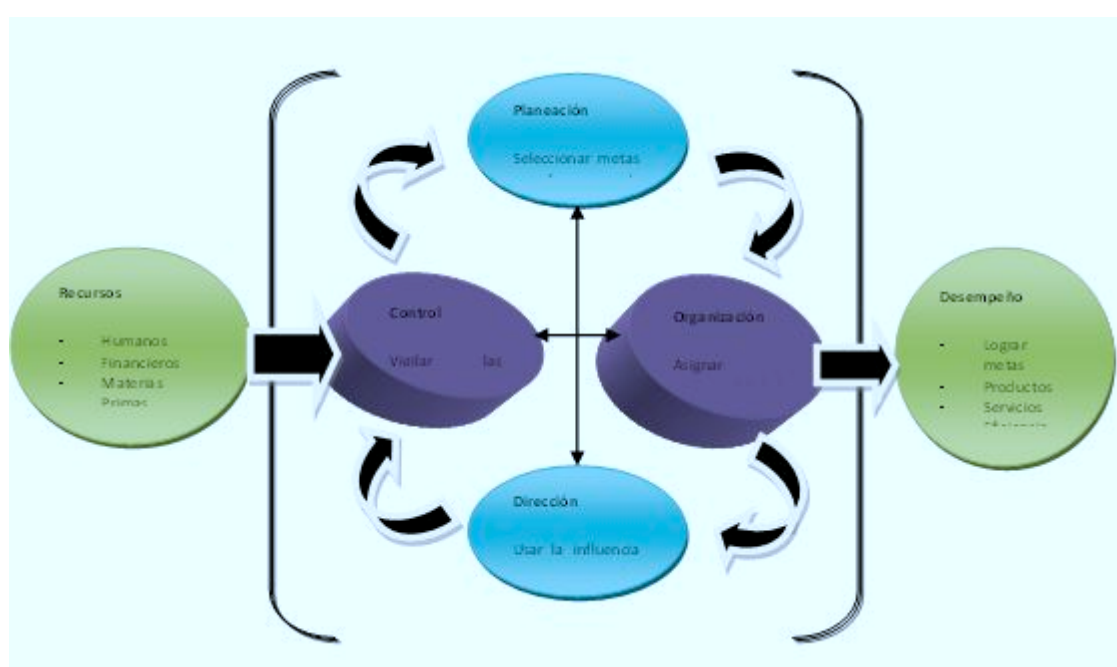


estructura del organismo que sirve puede ser de tipo descentralizado, autónomo de participación.

Según Richard L. Daft “La administración es el logro de las metas organizacional en una forma eficaz y eficiente a través de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales” (Introducción a la Administración, 2006,7)

Existen dos ideas importantes en esta definición: 1) Las cuatro funciones de planeación, organización, dirección y control y 2) el logro de las metas organizacionales de una manera eficaz y eficiente. Los administradores utilizan una variedad de habilidades para desempeñar estas funciones. Las habilidades conceptuales, humanas y técnicas de la administración.

## 1. Funciones de la Administración



¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**GRÁFICO N.6 Funciones de la Administración**

Elaborado por: Ritha Naranjo J.

Fuente: Introducción a la Administración ( 2006).

## **2. El logro de las metas organizacionales de una manera eficaz y eficiente.**

**Eficacia.-** Grado en que una organización logra una meta estipulada (Introducción a la Administración, 2006,9).

Es la relación que existe entre los objetivos establecidos y los objetivos realmente logrados. Las instituciones que han superado las metas o que han alcanzado resultados iguales o cercanos a los planificados, podrían considerarse “eficaces”. La eficacia es posible medirla cuantitativamente.

### **Eficiencia**

Uso racional de los recursos (materia prima, dinero y gente) para producir un resultado deseado. (Introducción a la Administración, 2006,9).

La relación entre los recursos (humanos, financieros y materiales) previamente establecidos y los recursos realmente utilizados, es conocida como eficiencia. Es “eficiente” aquella institución que usó los insumos de acuerdo a lo planeado. También, la eficiencia es una característica que se puede medir.

### **Administración Estratégica**

Thomas L Wheele, define a la Administración Estratégica (2007.p3) como un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo de una corporación. Incluye el análisis ambiental (tanto externo como interno), la formación de la estrategia (planificación estratégica o a largo plazo), implementación de la estrategia, así como la evaluación y el control. Por lo tanto, el estudio de la administración estratégica hace hincapié en la vigilancia y la evaluación de oportunidades y amenazas externas a la luz de las fortalezas y debilidades de una corporación. Conocida originalmente como política empresarial, la administración

estratégica incorpora temas como planificación estratégica, análisis ambiental y análisis de la industria.

### **Etapas de la Administración Estratégica**

Thomas L Wheele (2007, 4) plantea cuatro etapas de Administración Estratégica:

**Etapa 1.- Planificación financiera básica.-** Los administradores inician una planificación seria cuando se les obliga que propongan el presupuesto del año siguiente. El horizonte temporal es regularmente de un año.

**Etapa 2.- Planificación basada en pronóstico.-** Debido a que los presupuestos anuales comienzas a perder utilidad para estimular la planificación a largo plazo, los administradores intentan proponer planes a cinco años. El horizonte temporal, es generalmente de tres a cinco años.

**Etapa 3.- Planificación estratégica orientada externamente.-** La administración de alto nivel toma el control del proceso de planificación, con lo cual da inicio la planificación estratégica. La empresa trata de responder más a los cambios en los mercados y la competencia mediante la utilización del pensamiento estratégico.

**Etapa 4.- Administración estratégica.-** Al darse de que incluso los mejores planes estratégicos son inútiles sin la participación ni el compromiso de los ejecutivos de niveles inferiores, la administración de alto nivel forma grupos de planificación integrados por administradores y empleados clave de muchos estratos que participan en diversos departamentos y grupos de trabajo.

Thomas L. Wheele en su libro de Administración Estratégica y Política de Negocios, 2007, 10) plantea que la administración estratégica consta de cuatro elementos básicos:

- Análisis ambiental
- Formulación de la estrategia
- Implementación de la estrategia, y;
- Evaluación y control

## **Organización**

Es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas; la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común. Wiki pedía, la enciclopedia libre. (04 de junio 2009.).

La organización como una coalición de grupos de interés, que comparten una base común de recursos, depende de un contexto mayor para su legitimidad y desarrollo. Una organización es una coalición en el sentido de que los grupos de interés creados por la división del trabajo son sustancialmente interdependientes.

Estos grupos de interés tienen una misión común, en el sentido de que deben adherirse a la misión o propósito de la organización, la organización depende de un medio ambiente mayor para obtener apoyo y legitimidad de modo que pueda continuar sus operaciones, pueda crecer y desarrollarse.

"Organización es la estructura de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados"

Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

Grupo social compuesto por personas, tareas y administración, que forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes y/o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno y así poder satisfacer su propósito distintivo que es su misión.

Según Wikipedia (06 de junio 2009).Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. Convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento deben sujetarse a todos sus miembros y así valerse el medio que permite a una empresa. La organización es el acto de disponer y coordinar los recursos disponibles (materiales, humanos y financieros). Funciona mediante normas y bases de datos que han sido dispuestas para estos propósitos.

### **Microempresa**

*“Acrónimo de Pequeña y Mediana Empresa. Conjunto de empresas que dentro de la CEE, se considera no superan dos de los tres requisitos siguientes: Número de*

*empleados (50 para pequeñas y 250 para medianas), ventas anuales en millones de UCE (dos para pequeña, 8 para mediana) y activos totales en millones de UCE (uno para pequeña empresa y cuatro para medianas)”.*

**<http://www.terra.es/personal/antcobo/glosario.htm>**

Según Mejía (raulmejia1983@hotmail.com), no existe una unidad de criterio con respecto a la definición de la Micro y Pequeña Empresa, las definiciones que se adoptan varían según sea el tipo de enfoque. Algunos especialistas destacan según el volumen de las ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de producción, los activos para definirlos.

Para CEPAL Unidad productora con menos de diez ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares, y sus trabajadores tanto permanentes como eventuales”. Según los autores definen que la microempresa son entidades que tienen un mínimo de empleados, además no cumplen con los requisitos para ser una pequeña o mediana empresa, como son el número de empleados, valor en ventas, activos fijos.

## **DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS**

**Autoestima.-** Según Barksdale (1991) Es un sentimiento de valoración y aceptación de la propia manera de ser que se desarrolla desde la infancia, a partir de las experiencias del niño y de su interacción con los demás. Rechazarse a sí mismo o partes de uno mismo produce un enorme dolor que nos daña emocionalmente. La forma en que uno se percibe y se valora a sí mismo puede cambiar, curándose así las antiguas heridas causadas por el auto rechazo. Este cambio no siempre es fácil. La autoestima no es un estado fijo o rígido, sino que cambia en relación a las experiencias y sentimientos.

La autoestima es esencial para la supervivencia emocional, sin cierta dosis de autoestima la vida puede resultar enormemente penosa, haciendo imposible la

satisfacción de muchas necesidades básicas. No podemos amar verdaderamente a los demás cuando no nos gustamos a nosotros mismos e incluso nos odiamos. La autoestima no es: un inventario intelectual de nuestros talentos y habilidades, a los ojos de los demás podemos ser personas importantes y de éxito y aún así tener una autoestima muy baja. No está basada en una evaluación intelectual de nuestro carácter, personalidad o logros; sino que es un sentimiento profundo y generalmente oculto, puesto que la mayoría de personas no están conscientes de cómo se sienten con respecto a ellas mismas.

**Autoempleo.-** Se trata de generar su propio puesto de trabajo. de desarrollar personalmente una actividad económica lucrativa de forma habitual, por cuenta propia, con independencia y sin percibir contraprestación alguna de naturaleza salarial.

La relevancia que paulatinamente se ha concedido al autoempleo durante los años 90, es preciso inscribirla en el ámbito de la crisis de las economías desarrolladas en la década precedente, lo que ha conducido a la búsqueda de nuevos modelos de organización de los sistemas de producción, que generan una mayor tasa de ocupación (Arranz et al, 1996). Estos procesos coinciden con los cambios en la organización de los sistemas productivos, en los que el autoempleo forma parte de la recomposición de los modelos de producción, que tienden a aminorar el peso de las grandes unidades de producción, al valorar en menor medida sus efectos de escala, a la vez que se toman mayor relieve los procesos de difusión y descentralización de los procesos de producción. En este contexto se ha observado un crecimiento de las ocupaciones de alta cualificación, en concreto de las que requieren formación universitaria Castells, (2001).

**Bienes.-** Son todos los artículos o cosas que se producen transformando materias primas, es decir que los bienes pueden ser zapatos, muebles camisas, teléfonos etc. O sea, los productos físicos de la empresa.

**Cohesión.-** La cohesión refleja la fuerza del deseo de los integrantes de permanecer en el equipo o grupo y de su compromiso hacia el mismo. El grado de compatibilidad entre las metas del grupo y la de sus participantes individuales influye sobre la cohesión. Los integrantes con fuerte deseo de permanecer en el grupo y que aceptan en la forma personal sus metas forman equipos o grupos de alta cohesión.

La relación entre la cohesión y la concordancia no es sencilla, por lo general la baja cohesión se relaciona con la baja concordancia.

**Competitividad.-** Entendemos por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general. A ello se debe la ampliación del marco de referencia de nuestros agentes económicos que han pasado de una actitud auto protectora a un planteamiento más abierto, expansivo y proactivo.

la competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario.

### **Como estimular la competitividad**

La estimulación necesaria para que un país, una empresa nacional, una transnacional etc., sea más competitivo, son resultado de una política fomentada por el estado que produzcan las condiciones para proveer la estabilidad necesaria para crecer y se requiere



de la construcción de un estado civil fuerte, capaz de generar, comunidad, cooperación y responsabilidad.

**Cooperación.**-Según wiki pedía, la cooperación consiste en el trabajo en común llevado a cabo por parte de un grupo de personas o entidades mayores hacia un objetivo compartido, generalmente usando métodos también comunes, en lugar de trabajar de forma separada en competición.

Incluso si todos los miembros de un grupo se benefician de la cooperación, el propio interés puede no favorecer la cooperación. El dilema del prisionero codifica este problema y ha sido objeto de mucha investigación, tanto a nivel teórico como experimental. La cooperación es la antítesis de la competición; sin embargo, puede darse la situación en que un grupo se organice sobre la base de la cooperación entre sus miembros pero con la finalidad de competir con otros grupos. A nivel social, la cooperación humana en áreas como la agricultura y la construcción puede tomar la forma de cooperativas, o, alternativamente, negocios tradicionales. Mucha gente apoya la idea de que la cooperación es la forma ideal de gestión de los asuntos humanos. Sin embargo, ciertas formas de cooperación son consideradas ilegales en numerosos países.

**Empresa.**- Para Raúl Mejía es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar bienes y servicios que una sociedad requiere para satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en eje de la producción. Es una entidad económica destinada a producir bienes o servicios, venderlos, satisfacer un mercado y obtener un beneficio. [raulmejia1983@hotmail.com](mailto:raulmejia1983@hotmail.com)

Una Empresa, es una o varias personas, que junto con unos recursos organizados producen bienes y/o servicios con los que atienden las necesidades del mercado o comunidad y de esta manera obtienen una ganancia o lucro.

**Características de la Empresa.-** Las empresas tienen las siguientes características:

Fin económico: Busca crear bienes y servicios para la sociedad Objetivo. Busca maximizar las ganancias. Fin Mercantil: Busca producir para el mercado tiene cierta responsabilidad con la sociedad el cual está motivado por las utilidades. Asume riesgos: Está sujeta a los factores que determinan comportamiento y estado de la empresa.

Según la propiedad.

**Empresa Privada.-** Organiza y controla por propietarios particulares cuya finalidad es lucrativa y mercantil.

**Empresa mixta.-** Intervienen el Estado y Particulares, empresa por propiedad social: Cuyos propietarios son los trabajadores de las mismas el fondo de estas van al fondo nacional de propiedad social.

**Según el tamaño de la empresa.-** La microempresa sus dueños laboran en la misma, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados) el valor total anual de las ventas no excede de las un millón de dólares. La mediana empresa: número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100. Las grandes su número de trabajadores es superior a 100 personas.

## **Estrés**

Una de las cosas que puede robar nuestra salud y felicidad con más rapidez es el estrés. Comienza con estar tan ocupados que no tenemos tiempo para hacer ejercicio, y luego pasa no tener tiempo para comer un almuerzo sano sino agarrar cualquier cosa que haya en la máquina expendedora (si es que comes algo). Beber bebidas con cafeína para darnos energía e ignorar el grito de nuestro cuerpo, pidiendo agua, y tener tantos compromisos que no tenemos suficiente descanso, enseguida nuestros cuerpos están cansados por falta de una buena nutrición e hidratación, y no tenemos tiempo para descansar. Nuestro rendimiento ya sea en el trabajo o en cualquier compromiso diario que tengamos comienza a sufrir, entonces nuestra ansiedad y preocupación se agravan. Es un círculo implacable, pero puede detenerse antes de que lleguen tan lejos. Meyer (2007 pag.268).

**Éxito.-** Para Lerma Kirchner y Alejandro E. (2007, p.2) El éxito en los negocios es, equilibrar nuestras potencialidades, limitaciones, adoptándolos con la localización definición de oportunidades necesidades, deseos, gustos insatisfechos de los clientes, para generar soluciones, rápidas, practicas y competitivas dándolos a conocer y haciéndoles llegar con oportunidad a los receptores.

**Innovación.-** Es la función específica del espíritu emprendedor, tanto en una empresa ya existente o en una institución pública como en un negocio nuevo, montado por una sola persona. Es el medio con que el emprendedor crea nuevos recursos productores de riqueza o potencia los ya existentes. Actualmente, existe mucha confusión acerca de la definición adecuada del espíritu emprendedor. Algunos observadores emplean el término refiriéndose a todas las empresas pequeñas; otros a todas las nuevas. En la práctica, sin embargo numerosas empresas sólidamente establecidas del espíritu emprendedor con mucho éxito. El término no se refiere, pues a la antigüedad o a la dimensión de una empresa, sino a cierto tipo de actividad. En el centro de esa actividad

esta la innovación: El esfuerzo de realizar un cambio orientado e intencional en el potencial económico o social de la empresa.

**Fuente de Innovación.**-Existen, innovaciones que surgen de una inspiración genial, Sin embargo, la mayoría de las innovaciones y especial, las que tienen éxito, resultan de una búsqueda consciente e intencionada de oportunidades de innovar, que tan solo se hallan en unas cuantas situaciones.

Existen cuatro áreas de innovación posible dentro de una empresa o sector:

- Acontecimientos inesperados
- Incongruencias
- Necesidades del proceso
- Cambios en los sectores y el mercado.

Existen tres fuentes de innovación posibles adicionales fuera de la empresa, en su entorno social intelectual:

- Cambios demográficos
- Cambios de percepción
- Nuevos conocimientos

**Éxito.**- Son muchas cosas. Es un concepto y una experiencia, un momento así como una evolución. Es la combinación de sus aspiraciones con realidad; el tejer de sus esperanzas y sueños con sus tareas diarias. Es simultáneamente tangible y efímero, y da la ilusión de ser universal cuantificable. El éxito externamente se evalúa, con todo intrínseco experimentado; es objetivo y subjetivo. La esencia verdadera del éxito, debajo de los marcadores y de las metas visibles, miente en su propio sentido personal de la satisfacción y del cumplimiento.

<http://www.mensajespositivos.net>

Es buena aceptación que tiene alguien o algo. Con el origen en el termino latino exitus “salida”, el concepto se refiere al resultado feliz de un negocio o actuación, y al fin o terminación de un negocio o asunto. La noción del éxito es subjetiva y relativa.

**Interés.**-Para Alejandro E y Kirchner. (2007, Pag.3)El interés es la orientación o dirección de la voluntad o animo hacia alguna situación, objeto o resultado.

**Necesidad.**-Para Alejandro E y Kirchner. (2007, Pag.3) La necesidad es la falta de las cosas indispensables para la vida y la forma de vida, respecto a las cuales es difícil, mismas que nos mueven la voluntad o el instinto a realizar acciones para satisfacerlos.

**Negocio.**-Según Alejandro E y Kirchner. (2007, Pag.3) El negocio es cualquier ocupación, actividad, labor o trabajo que tiene como fin obtener algún provecho o lucro, en esencia de tipo económico.

**Miedo.**-La palabra miedo proviene del término latino metus. Se trata de una perturbación angustiosa del ánimo por un riesgo o daño real o imaginario. El concepto también hace referencia al recelo o aprensión que alguien tiene de que lo suceda algo contrario a lo que desea, es una emoción que se sentimiento caracteriza por un intenso sentimiento habitualmente desagradable, provocado por la percepción de un peligro, ya que sea presente o futuro, real o supuesto.

**Oportunidad.**-Según Alejandro E y Kirchner. (2007, p.2) la oportunidad es la situación o coyuntura en el tiempo y lugar que puede producir un beneficio siempre y cuando se beneficié. Una oportunidad de negocio existe cuando está presente alguna insuficiencia económica o deseo insatisfecho o no satisfecho lo suficiente.

**ORGANIZACIONES GUBERNAMENTALES Y NO GUBERNAMENTALES QUE TIENEN RELACIÓN CON LA MICROEMPRESA.**

Actualmente, el Gobierno nacional está implantando apoyo a las personas que desean formar sus microempresa, a través de varias instituciones del estado, entre las principales tenemos:

<b>INSTITUCIONES</b>	<b>COMENTARIO</b>
<b>MINISTERIO DE INCLUSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (MIES)</b>	Promueve y fomenta activamente la inclusión económica y social de la población, para asegurar el logro de una adecuada calidad de vida para todos los ciudadanos y ciudadanas, mediante la eliminación de aquellas condiciones, mecanismos o procesos que restringen la libertad de participar en la vida económica, social y política de la comunidad y que permiten, facilitan o promueven que ciertos individuos o grupos de la sociedad sean despojados de la titularidad de sus derechos económicos y sociales, y apartados, rechazados o excluidos de las posibilidades de acceder y disfrutar de los beneficios y oportunidades que brinda el sistema de instituciones económicas y sociales.
<b>SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL</b>	En los próximos tres años SECAP tiene como visión disminuir los índices de desempleo y subempleo, mediante la capacitación permanente a la población vulnerable, dotándoles de conocimientos, habilidades y destrezas mediante sistemas flexibles de formación en una cultura que inculque principios y valores ciudadanos para insertarlos en procesos productivos o emprendimientos asociativos con eficiencia, calidad,

<b>(SECAP)</b>	<p>productividad y competitividad.</p> <p>También se propone desarrollar acciones de capacitación para el trabajo dirigidas a la población vulnerable, mediante sistemas flexibles que mejoren competencias laborales para que puedan subsistir de manera digna y mejorar su calidad de vida aportando positivamente al desarrollo socio económico del Ecuador. Entre sus objetivos principales es mejorar y ampliar los conocimientos y aptitudes de las personas que han venido siendo excluidas sociales, económica y laboralmente. Como mejorar su nivel y calidad de vida.</p>
<b>CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN)</b>	<p>La Corporación Financiera Nacional es la banca de desarrollo del Ecuador, es una institución financiera pública, canaliza productos financieros y no financieros alineados al Plan Nacional de Desarrollo para servir a los sectores productivos del país. La acción institucional está enmarcada dentro de los lineamientos de los programas del Gobierno Nacional dirigidos a la estabilización y dinamización económica convirtiéndose en un agente decisivo para la consecución de las reformas emprendidas. Dirigido a incentivar la producción y el desarrollo socio económico del Ecuador, apoyando a los productores y a las regiones y sectores de menor desarrollo relativo con potencial a través de la cooperación interinstitucional entre la CFN y Promotores de Programas de Desarrollo (PPD's).</p> <p>La cooperación interinstitucional es un factor importante para la ejecución de un Programa de Fomento Productivo, es así que un PPD es una figura relevante en el desarrollo socio económico local, estimulando el desarrollo empresarial y productivo, además de la introducción de microempresas y PYMES al sistema</p>

	<p>productivo local. Es un medio de fomento destinado a sectores, zonas y regiones de menor desarrollo relativo con potencial. El PFP busca llegar justamente a los sectores desatendidos por la banca, de esta manera canalizando a través de un Promotor de Programas de Desarrollo (PPD) que direccionará al beneficiario final para que siguiendo correctamente los procesos establecidos por la CFN pueda acceder a un crédito que impulsará su actividad económica. Un punto importante del PFP es que ha sido diseñado para identificar Proyectos Productivos de alto potencial e impacto, tanto social como económico.</p>
<p><b>EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF)</b></p>	<p>Es una institución en el sistema financiero nacional, que apoya a su efectiva contribución a la reactivación de los pequeños productores.</p> <p>El Banco Nacional de Fomento se caracterizará por sus crecientes niveles de productividad, disponer de tecnología moderna, su amplia cobertura de servicios orientada hacia la satisfacción del cliente.</p> <p>Sus actividades, se orientan especialmente al financiamiento de las actividades productivas, en concordancia con los lineamientos y prioridades establecidas por el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, especialmente con los productos básicos de la canasta familiar, a fin de proporcionar una mayor oferta de esos productos y coadyuvar con el control de la inflación; de igual manera y en coordinación con el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca, se han establecido políticas para desarrollar los sectores de la pequeña industria y artesanía, turismo y la actividad comercial.</p>



INSTITUCIONES	COMENTARIO
<b>CONSEJO NACIONAL DE LA MICROEMPRESA</b>	<p>Actualmente, por segunda ocasión, CEPESIU ejerce la Coordinación Nacional y Secretaría Técnica del Foro Ecuatoriano de la Microempresa (FOME). Impulso a la creación de instancia público privada para delinear políticas de desarrollo del sector micro empresarial (Consejo Nacional de la Microempresa CONMICRO, creado por Decreto Ejecutivo el 13 de marzo del 2002).</p> <p>Plantean lograr un marco de políticas públicas para favorecer el desarrollo de la microempresa; especialmente, para lograr su adecuada inserción en la economía nacional, buscan que el país disponga y conozca adecuadamente de información relevante y confiable sobre la situación del sector microempresarial y perspectivas de desarrollo. Mejorar la institucionalidad de apoyo, fortalecer las capacidades de atención y prestación de servicios de las entidades que promueven el desarrollo de la microempresa a efectos de incrementar significativamente su cobertura en términos de cantidad y calidad. Constituir un espacio sostenible que permita orientar y aportar de manera efectiva al desarrollo de la microempresa a través de sus instituciones socias.</p>

**TABLA N. 1 Organizaciones Gubernamentales y No Gubernamentales**

Elaborado Por: Marcela Naranjo J.

Fuente: <http://www.consejonacionaldemicroempresas.com>/<http://www.mies.gov.ec>/<http://www.secap.gov.ec>/<http://www.corporacionfinancieranacional.gov.ec>.

## **2.5. Hipótesis**

Las acciones para el emprendimiento de los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín, se relacionan directamente con la creación de Microempresas.

## **2.6. Señalamiento de las variables**

Variable Independiente: **Emprendimiento**

Variable dependiente: **Microempresa**

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. Modalidad básica de la investigación**

El presente trabajo de investigación está argumentado con información de campo y apoyado en la bibliografía.

En el presente trabajo de investigación predomina el enfoque cuantitativo, porque busca las causas y la explicación de los hechos que estudia, conjuntamente está orientado a la comprobación de hipótesis y cualitativo.

#### **3.2. Nivel o Tipo de investigación**

El estudio es de tipo descriptivo y exploratorio por cuanto nos permitió describir como está la percepción de satisfacción de la población, para indagar los diferentes factores que afectan “las acciones para el emprendimiento de los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresas”

### **3.2.1. Investigación exploratoria**

En la presente investigación no se aplicó este tipo de investigación, en virtud que el problema planteado es conocido por el investigador.

### **3.2.2. Investigación descriptiva**

En este proyecto se describió las características más fundamentales del problema de investigación, será la más adecuada al inconveniente planteado por su origen, mismo que se encontrará detallado cómo es y cómo se presenta.

### **3.2.3. Investigación correccional**

Esta investigación midió la calidad de relación que existe entre las dos o más variables emprendimiento y microempresas en un argumento particular.

### **3.2.4. Investigación explicativa**

Esta investigación en el presente trabajo, a más de medir el grado de relación que existe entre las variables emprendimiento y microempresas, determinará estadísticamente si la variación en una o en las variables mencionadas es consecuencia de la variación en otra u otras variables. Indicará y explicará por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se presenta o por qué estas variables están relacionadas.

### **3.2.5. Investigación bibliográfica**

Porque para la elaboración del marco teórico se acudió al estudio de documentos, tales como; libros, documentos legales, tesis, Internet, con la finalidad de incrementar el

conocimiento acerca del problema de investigación y además realizar la respectiva comparación de criterios con los distintos autores acerca del tema planteado.

### **3.2.6. Investigación de campo**

Porque de esta manera se tiene la facilidad de realizar una observación directa, la misma que permite detectar lo que ocurre en el área a investigar; permitiendo conseguir información confiable, mediante una relación directa con los aspectos de observación.

Por lo expuesto anteriormente, resulta viable identificar las causas que dan origen al problema y como consecuencia los efectos que éstas producen, suministrando información pormenorizada, la misma que se fortalecerá a través de la aplicación de encuestas sobre el emprendimiento en la creación de microempresas a los pobladores de la Parroquia Antonio José Holguín.

Esta investigación medirá la calidad de relación que existe entre las dos o más variables emprendimiento y microempresas en un argumento particular.

## **2.1. Población y Muestra**

La población se define como cualquier grupo entero completo de unidades estadísticas, como por ejemplo los habitantes de un país. Se le identifica con la letra N y puede ser finita e infinita.

### **2.1.1. Población Objetivo**

Se trabaja con la población Económicamente Activa de la Parroquia Antonio José Holguín. La población de la Parroquia es de 2.553 habitantes, sólo se escogerá a los habitantes que se dedican a la agricultura, artesanía, ganadería, divididos en nueve barrios.

### 2.1.2. Muestra

El objetivo del tamaño de la muestra es obtener información representativa, válida y confiable al mínimo. Para obtener más exactitud en la información seleccionamos la muestra en los nueve barrios de la Parroquia Antonio José Holguín, el solo hecho de contar con una muestra grande no garantiza su representatividad.

El tamaño de la muestra está relacionado con los objetivos de la presente investigación, con las características de la población y con los recursos y el tiempo disponibles. Una vez que se ha determinado la población, se procede a extraer la muestra; para la presente investigación donde se utilizó el muestreo probabilística, porque todo elemento que conforma la población con un margen de error admisible del 5%. De esta manera la muestra para la investigación son 278 personas que conforman la Parroquia Antonio José Holguín.

#### Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se utilizó las siguientes fórmulas:

##### Primera fórmula

$$n = \frac{N \times p \times q}{(N-1)(e/z)^2 + p \times q}$$

n= Tamaño de La muestra

Z= Nivel de confiabilidad

P= Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5=0.5

N= Población

E= error de muestra 0.05 (5%)

Valores de z según los niveles de error y confianza

<b>e (error)</b>	0.05	0.06	0.07	0.08	0.09	0.1
<b>% de confianza</b>	95	94	93	92	91	90
<b>Valor de z</b>	1.96	1.88	1.81	1.75	1.69	1.65

N=1000

$$z^2 p \times q \times N$$

$$n = \text{-----}$$

$$N e^2 + z^2 \times p \times q$$

$$z^2 \times N \times p \times q$$

$$n = \text{-----}$$

$$e^2 (N-1) + z^2 \times p \times q$$

$$(1.96)^2 \times 1000 \times 0.5 \times 0.5$$

$$n = \text{-----}$$

$$(0.05)^2 (1000-1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5$$

$$n = 277.74 \text{ habitantes}$$

**Segunda fórmula**

$$PQN$$

$$n = \text{-----}$$

$$(N - 1) E^2 / K^2 + PQ$$

$$m$$

$$n = \text{-----}$$

$$e^2 (m - 1) + 1$$

$$z^2 \times N \times p \times q$$

$$n = \text{-----}$$

$$N e^2 + z^2 p \times q$$

$$(1.96)^2 \times 1000 \times 0.5 \times 0.5$$

$$n = \text{-----}$$

$$(0.05)^2 (1000) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5$$

$$n = 277.54 \text{ habitantes.}$$



Detalle de la muestra por barrios de la Parroquia Antonio José Holguín:

<b>N.</b>	<b>BARRIOS</b>	<b>MUESTRA</b>
	<b>PARROQUIA</b>	
	<b>ANTONIO JOSÉ</b>	
	<b>HOLGUÍN</b>	
1	Santa Lucia	31.00
2	Guantojalo	31.00
3	Lampatalivi	30.00
4	La Libertad	31.00
5	La Unión	31.00
6	Chazualo # 1	31.00
7	Chazualo # 2	31.00
8	Barrio Nuevo	31.00
9	La Primavera	31.00
<b>SUMA TOTAL</b>		<b>278.00</b>

**TABLA N. 2 Muestra por barrios de la población económicamente activa**

Fuente: Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Ritha Marcela Naranjo J.

### **3.3. Operacionalización de Variables**

En la Operacionalización de las variables de la presente investigación se pasará del plano indefinido a un plano determinado, transformando la variable a categorías, las categorías a indicadores, los indicadores a ítems. Donde facilitaremos la recolección de información por medio de un proceso de deducción entendimiento. Esto se efectúa para verificar o comprobar la hipótesis.

### 3.3.1. Variable Independiente: Emprendimiento

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA
<p><b><i>Emprendimiento se conceptúa como:</i></b></p> <p><b><i>Descubrir todo lo que se pueda con autoestima, optimismo, pro actividad y desafío antes de que se emprenda una acción, capaz de crear un proyecto, superando los obstáculos que se presentan.</i></b></p> <p><b><i>Es convertir un sueño o una idea en negocio que mantiene un ritmo constante de crecimiento. Es la creatividad, para mirar al mundo de modo diferente, con competitividad.</i></b></p>	<p>Autoestima</p> <p>Optimismo</p> <p>Negocio</p> <p>Sueño</p> <p>Creatividad</p> <p>Competitividad</p> <p>Desafíos</p> <p>Don de mando.</p>	<p>Nivel de autoestima.</p> <p>Desafíos constantes.</p>	<p>¿Conoce usted sobre emprendimiento?</p> <p>¿Se considera usted una persona emprendedora?</p> <p>¿Sueña usted con el logro de días mejores para usted y su familia?</p> <p>¿Usted ha recibido capacitación como emprendedor para la creación de Microempresas?</p> <p>¿Usted mantiene un buen equilibrio emocional con sus familiares?</p> <p>¿Usted ha recibido capacitación como emprendedor para la creación de Microempresas?</p>	<p>Cuestionario estructurado a la muestra de población de los nueve Barrios de la Parroquia Antonio José Holguín.</p>

TABLA N. 3 Emprendimiento

Elaborado por: Ritha Marcela Naranjo J.

### 3.3.2. Variable Dependiente: Microempresas

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIZACIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA
<p><b>Microempresas se conceptúan como:</b></p> <p>Una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes, autoempleo, a través de la organización familiar, siendo ellos quienes laboran, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados). Lo realizan a través de diferentes actividades.</p>	<p>Autoempleo por necesidad personal.</p> <p>Autoempleo por oportunidad.</p> <p>Organización familiar por tradición.</p> <p>Actividades agrícolas.</p> <p>Cooperación</p> <p>Toma de riesgos</p> <p>Capacitación organizativa</p>	<p>Los habitantes señalan que generan autoempleo por necesidad. Los habitantes manifiestan que la organización familiar es por tradición.</p>	<p>1.- ¿Ha escuchado alguna vez hablar de las microempresas?</p> <p>2.- ¿Ha escuchado hablar de las microempresas?</p> <p>3.- ¿Está motivado para la creación de una microempresa?</p> <p>4.- ¿Si usted tuvo alguna vez emprendió una microempresa y actualmente ya no la posee, por qué razón abandonó esta actividad?</p> <p>5.- ¿En caso de tener con microempresa, trabaja con:...?</p>	<p>Encuestas población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín.</p>

**TABLA N. 4 Microempresas**

Elaborado por: Ritha Marcela Naranjo J.

### **3.4. Plan de recolección de información**

En el diseño metodológico es indispensable desarrollar el método de recolección de la información, diseñados instrumentos y seleccionando procedimientos de acuerdo a los objetivos, hipótesis de la investigación y la operacionalización de las variables.

### **3.5. Plan de procesamiento de la información**

Según Luis Herrera y otros (2002. p34), el procesamiento de información se detalla de la siguiente manera:

#### ***1. Procesamiento***

- Revisión crítica de la información recogida.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación y cuadro de según variables de cada hipótesis; manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1. Análisis de los resultados**

El objetivo de la encuesta es conocer “*LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS*”, a través de la opinión de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, elementos que permitirán implantar medidas correctivas y preventivas que a través de un plan de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.

#### **4.2. Análisis e interpretación de resultados**

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

- Comprobación de hipótesis.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

### **4.3. Interpretación de datos**

Con el objeto de conocer las acciones para el emprendimiento de los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresas.

Se aplicó una encuesta a la población económicamente activa de la Parroquia, dividida en sus nueve Barrios para que con las respuestas proporcionadas se logre obtener información sobre la realidad, acerca de las acciones para el emprendimiento de los habitantes de La Parroquia Antonio José Holguín del Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi.

Los resultados están enunciados gráficamente y en cantidad de respuestas proporcionadas por los encuestados. Para su interpretación se hace referencia a porcentajes, los que fueron calculados con la base de los datos tabulados obtenidos en las encuestas. Con la información obtenida en las encuestas, se procedió en ciertos casos a citar únicamente los porcentajes que se consideró importantes para este análisis.

Como derivación de la encuesta realizada a la muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi Ecuador (278 habitantes), sobre: *“LAS ACCIONES PARA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN Y SU RELACIÓN EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS”*, se han obtenido los siguientes resultados mismos que detallan en los siguientes gráficos estadísticos y análisis que se especifican a continuación:

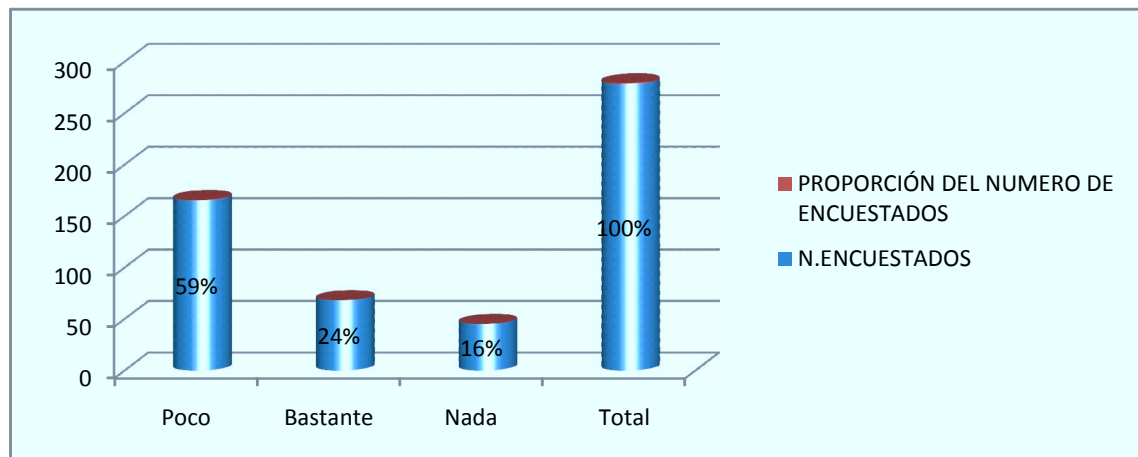
## Gráficos de resultados

### PREGUNTA N. 1

#### ¿CONOCE USTED SOBRE EMPRENDIMIENTO?

ALTERNATIVAS	N.ENCUESTADOS	PROPORCIÓN DEL NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE DEL NUMERO DE ENCUESTADOS
Poco	165	59%	59,35
Bastante	68	24%	24,46
Nada	45	16%	16,19
<b>Total</b>	<b>278</b>	<b>100%</b>	<b>100,00</b>

#### CONOCIMIENTO DE EMPRENDIMIENTO



#### GRÁFICO N. 7 Emprendimiento

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

#### Interpretación y Análisis

De los 278 habitantes tomados como muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, según las encuestas efectuadas se determina que el 59% conoce poco, el 24% bastante y el 16% nada, sobre emprendimiento, es decir

conjuntamente forman un 75%. Del análisis de los resultados logrados se concluye que más de la mitad de la población encuestada conocen “poco” y “nada” sobre emprendimiento, este resultado es preocupante considerando que el emprendimiento es un optimismo, pro actividad y desafío. Esto establece que en esta parroquia su población no identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Puede ser uno de los factores para que no exista autoempleo y generación de recursos económicos en sus habitantes.

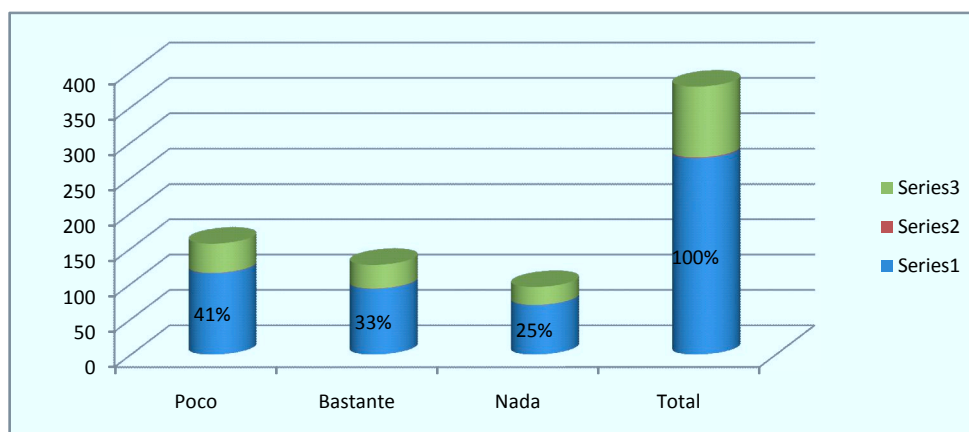


## PREGUNTA N. 2

### ¿SE CONSIDERA USTED UNA PERSONA EMPRENDEDORA?

ALTERNATIVAS	N.ENCUESTADOS	PROPORCIÓN DEL NUMERO DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE DEL NUMERO DE ENCUESTADOS
Poco	115	41%	41,37
Bastante	93	33%	33,45
Nada	70	25%	25,18
<b>Total</b>	<b>278</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>

PERSONA EMPRENDEDORA



### GRÁFICO N.8 Emprendedora

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

De la muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, se determina que el 41% se considera una persona poco, el 34% bastante y el 25% nada emprendedora. Se establece que el 66% se consideran personas poco o nada emprendedoras, un porcentaje comparativamente alto no se considera emprendedor, es decir que son personas que no superan los obstáculos que se le

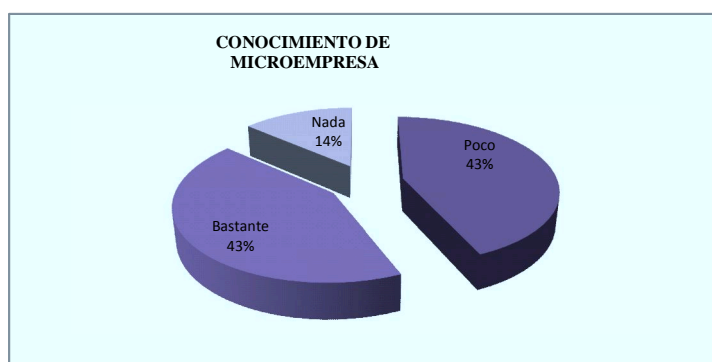
presentan sin distraer energía en aquello que no apunta hacia su meta y sin temor alguno al fracaso. Pierden tiempo hablando de los errores y no les convierten en experiencia. No tienen iniciativa para emprender no comienzan desde mucho antes, no necesariamente con proyectos ambiciosos, sino que con actividades tales que permitan acumular mayor capacidad para que al momento de tomar la decisión de independizarse, sea una alternativa equivalente con un puesto laboral que se presenta en una compañía, en términos de ingresos, de riesgo.

### PREGUNTA N.3

¿HA ESCUCHADO HABLAR DE LA MICROEMPRESA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Poco	121	44%	43,53	0,44
2	Bastante	119	43%	42,81	0,86
3	Nada	38	14%	13,67	1,00
<b>Total</b>		278	100%	100,00	

CONOCIMIENTO DE MICROEMPRESA



### GRÁFICO N.9 Microempresa

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

De la población encuestada, se constituye que el 43% conoce bastante, 43% poco y el 14% nada sobre microempresas, en un 57% conoce poco y nada sobre microempresa y un porcentaje similar entre los que conocen poco y bastante. Con estos resultados señalan que los habitantes de esta parroquia trabajan en la agricultura, ganadería entre otras actividades y no están relacionado con el termino microempresas en un número alto de población. Por ello es imprescindible estructurar un plan de capacitación de emprendimiento en la creación de las microempresas para la población económicamente activa de esta parroquia donde la población considere que una microempresa es una unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares, y sus trabajadores tanto permanentes como eventuales y que una

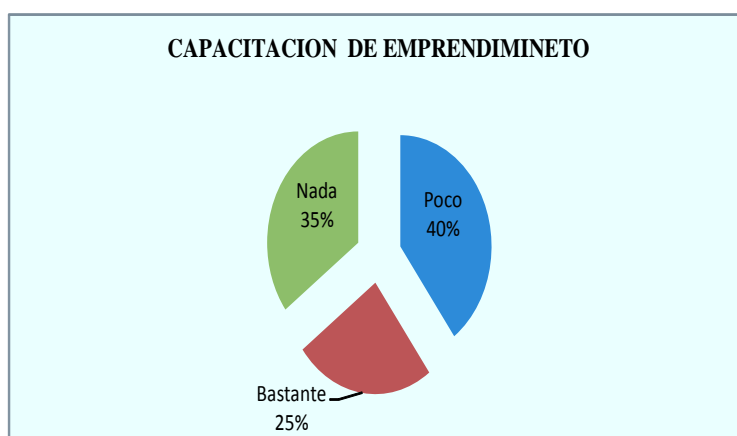
microempresa bien estructurada permitirá el crecimiento económico de sus propietarios y permitirá el crecimiento de autoempleo y evitara la desocupación.

#### PREGUNTA N.4

¿USTED HA RECIBIDO CAPACITACIÓN PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Poco	111	40%	39,93	0,40
2	Bastante	69	25%	24,82	0,65
3	Nada	98	35%	35,25	1,00
<b>Total</b>		<b>278</b>	<b>100%</b>	<b>100,00</b>	

#### CAPACITACION SOBRE EMPRENDIMIENTO



#### GRÁFICO N.10 Creación de microempresas

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

#### Interpretación y Análisis

Del análisis de la presente pregunta, 111 del total de las personas encuestadas han recibido poca capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas, que han sido dictadas por el Ilustre Municipio del cantón Salcedo para la creación de microempresa de ganado menor, 69 personas recibieron bastante capacitación pueden ser estudiantes de colegios y universidades y 98 personas no han tenido una oportunidad

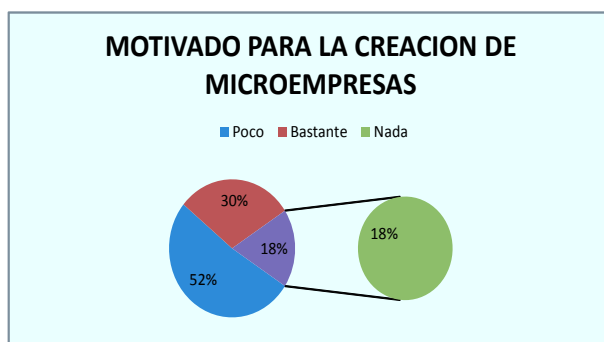
de ser capacitados. El 75% tienen poco o nada de capacitación en este tema un 25% está capacitado en este tema. Esto determina que es fundamental la planificación de un proyecto de capacitación, tomando en cuenta que pueden generar auto empleo y mejorar las condiciones de vida de sus habitantes, generando microempresa se evitara el desplazamiento de los pobladores a otras ciudades del país en busca de empleo. Podrán ser generadores de empleo y no buscadores de este.

### PREGUNTA N.5

¿ESTÁ MOTIVADO PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Poco	144	52%	51,80	0,52
2	Bastante	83	30%	29,86	0,82
3	Nada	51	18%	18,35	1,00
<b>Total</b>		<b>278</b>	<b>100%</b>	<b>100,00</b>	

MOTIVACION PARA LA CREACION DE MICROEMPRESAS



**GRÁFICO N.11 Motivación para la creación de microempresas**

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

Delos resultados obtenidos en la pregunta en referencia se concluye que de las 278 personas encuestadas: 144 poco, 83 bastante y 51 nada, están motivadas para la creación de microempresas, es decir un 70% es un porcentaje alto, se concluye que si las autoridades parroquiales y cantonales no buscan una solución donde pueda motivar

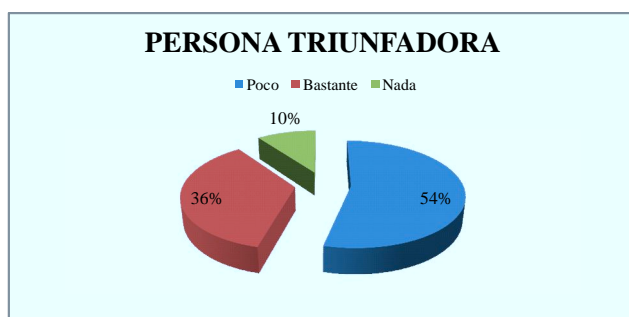
a esta población para que sean creadores de microempresas por ende creadores de auto empleo y empleos. La mayor motivación para crear una empresa, es que tengan un deseo de trabajar por cuenta propia y mejorar su nivel económico Tomando como eje el autoempleo. Otra de las posibilidades para crear un autoempleo es procurárselo uno mismo es decir auto emplearse. Para ello es necesario crear una microempresa o empresa, para hacerlo se necesita saber cómo hacerlo.

#### PREGUNTA N.6

¿ES USTED UNA PERSONA TRIUNFADORA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Poco	150	0,54	53,96	0,54
2	Bastante	100	0,36	35,97	0,90
3	Nada	28	0,10	10,07	1,00
	<b>Total</b>	<b>278</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>	

PERSONA TRIUNFADORA



**GRÁFICO N.12 Persona triunfadora**

Fuente: Encuesta habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

De la muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, se determina que el 54% se considera poco, el 36% bastante y el 10% nada triunfadora. Del análisis de los resultados realizados se determina que el 64% se consideran personas pocas o nada triunfadoras, un factor elevado donde puede considerar sus respuestas tomando en cuenta su nivel económico, social y cultural. Esto

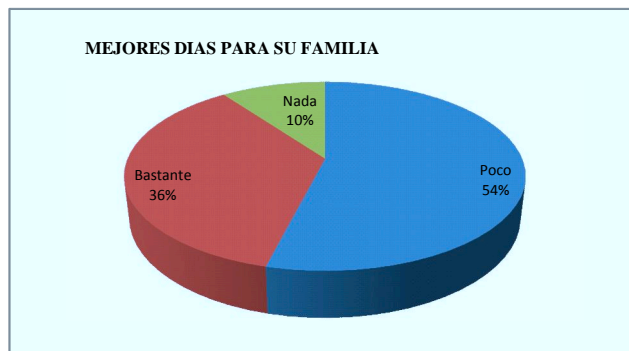
nos señala la falta de emprendimiento en los habitantes de esta parroquia, un factor puede ser por desmotivación de sus habitantes.

#### PREGUNTA N.7

¿SUEÑA CON DÍA MEJORES PARA USTED Y SU FAMILIA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Poco	150	54%	53,96	0,54
2	Bastante	100	36%	35,97	0,90
3	Nada	28	10%	10,07	1,00
	<b>Total</b>	<b>278</b>	<b>100%</b>	<b>100,00</b>	

MEJORES DIAS PARA SU FAMILIA



#### GRÁFICO N.13 Mejores para usted y su familia

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

#### Interpretación y análisis

De la muestra de la población económicamente activa, de la Parroquia Antonio José Holguín, se determina que el 54% sueñan con mejores días para su familia, bastante el 36% y el 10% nada. Del análisis de los resultados realizados se determina que el 54% sueña con mejores días para su vida, sin embargo un porcentaje relativamente alto como un 46% se encuentra en el factor poco y nada. Es un agente alto, donde su población no tiene un sueño positivo, para su vida misma, posiblemente se acostumbraron a vivir la vida al día sin una planificación futurista, donde el ser humano debe pensar en cada día tener una mejor situación, económica, para tener una buena

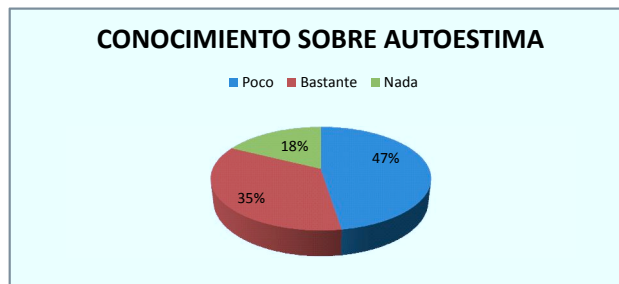
alimentación, educación, vivienda, vestimenta . Además tener un crecimiento espiritual, sea que crea en Dios o el Universo o en el mismo.

**PREGUNTA N.8**

**¿CONOCE SOBRE AUTOESTIMA?**

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Poco	132	47%	47,48	0,47
2	Bastante	97	35%	34,89	0,82
3	Nada	49	18%	17,63	1,00
<b>Total</b>		278	100%	100,00	

**CONOCIMINETO SOBRE AUTOESTIMA**



**GRÁFICO N.14 Autoestima**

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

**Interpretación y análisis**

De los resultados obtenido de la encuesta aplicada, se determina que el 35% conoce bastante, 47% poco y el 18% nada sobre autoestima, es decir un 55%. Se encuentra en los factores poco y nada de conocimiento sobre autoestima. La autoestima es esencial para la supervivencia emocional, sin cierta dosis de autoestima la vida puede resultar enormemente penosa, haciendo imposible la satisfacción de muchas necesidades básicas. No podemos amar verdaderamente a los demás cuando no nos gustamos a nosotros mismos e incluso nos odiamos. Este factor puede ser uno de los elementos que influya para que los habitantes de esta Parroquia no sean emprendedores en la creación de microempresas, en virtud que la autoestima es fundamental en el crecimiento como ser humano, familia y sociedad.

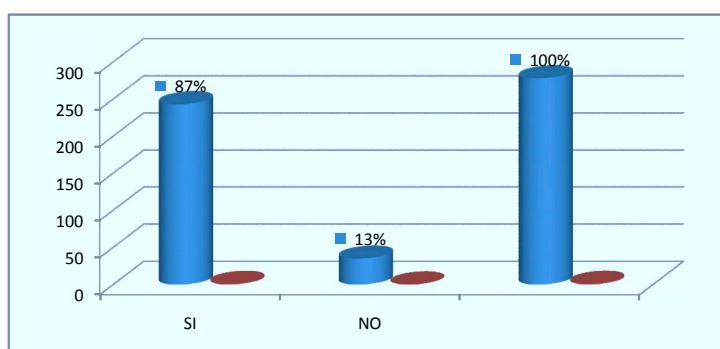


## PREGUNTA N.9

¿LE GUSTARÍA RECIBIR CAPACITACIÓN SOBRE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	SI	243	87%	87,41	0,87
2	NO	35	13%	12,59	0,13
Total		278	100%	100,00	1,00

CAPACITACIÓN SOBRE EMPRENDIMIENTO



### GRÁFICO N.15 Capacitación sobre emprendimiento

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y análisis

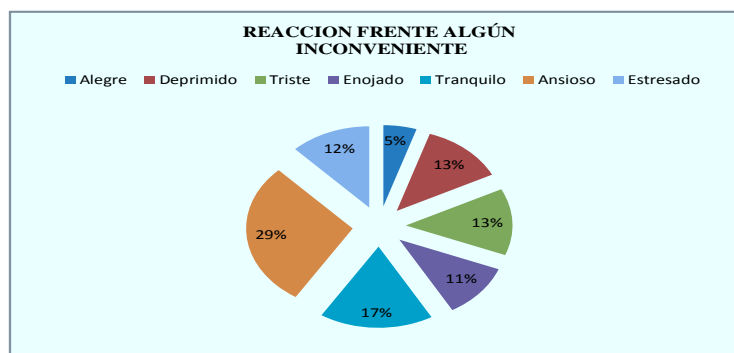
En referencia a la capacitación sobre emprendimiento de la muestra de 278 personas 111 han recibido poca, 69 bastante y 98 nada capacitación sobre el tema mencionado, en un 75% de la población se encuentran en un factor de poco y nada, donde se concluye que la población requiere un programa de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas de manera prioritaria, en virtud que desconocen sobre el tema, que puede ser uno de los agentes fundamentales para que la población no tenga posibilidades de vida mejor, en su misma tierra, mismos que han buscado emigrar a otros países del mundo y también una migración interna como a las ciudades grandes Quito y Guayaquil.

## PREGUNTA N.10

¿FRENTE A UN PROBLEMA COMO REACCIONA USTED?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Alegre	14	5%	5,04	0,05
2	Deprimido	35	13%	12,59	0,13
3	Triste	37	13%	13,31	0,13
4	Enojado	30	11%	10,79	0,11
5	Tranquilo	48	17%	17,27	0,17
6	Ansioso	80	29%	28,78	0,29
7	Estresado	34	12%	12,23	0,12
<b>Total</b>		<b>278</b>	<b>100%</b>	<b>100,00</b>	<b>1,00</b>

REACCION FRENTE ALGUN INCONVENIENTE



### GRÁFICO N.16 Inconveniente cómo reacciona

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y análisis

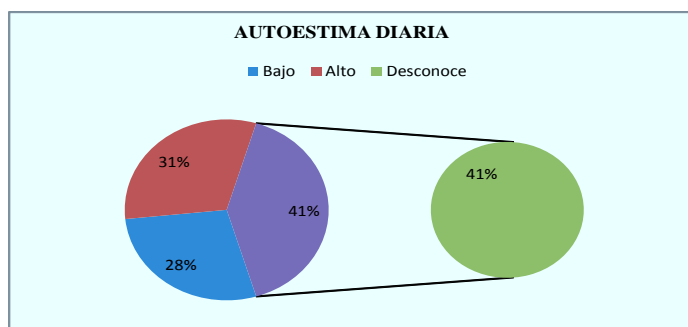
De la muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, se establece que frente a algún problema o inconveniente acciona el 5% alegre, el 13% deprimido, el 13% triste, 11% enojado 17% tranquilo, el 29% ansioso y el 12% estresado, esta pregunta se determina que las alternativas presentadas tienen un relación de que no existen muchos emprendedores. Una **emoción** es un estado afectivo que experimentamos, una reacción subjetiva al ambiente que viene acompañada de cambios orgánicos (fisiológicos y endocrinos) de origen innato, influidos por la experiencia. Las emociones tienen una función adaptativa de nuestro organismo a lo que nos rodea. Es un estado que sobreviene súbita y bruscamente, en forma de crisis más o menos violentas y más o menos pasajeras.

PREGUNTA N.11

¿CUÁL SU AUTOESTIMA DIARIA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Bajo	78	28%	28,06	0,28
2	Alto	87	31%	31,29	0,31
3	Desconoce	113	41%	40,65	0,41
<b>Total</b>		278	100%	100,00	1,00

AUTOESTIMA DIARIA



**GRÁFICO N. 17 autoestima diaria**

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

**Interpretación y Análisis**

De la muestra realizada en la población el 31% considera tener una autoestima alta, 28% una autoestima baja y 41% desconoce, con estos datos se concluye que al desconocer su autoestima es un riesgo para la vida misma de la población, debido a que no conoce su propia autoestima este tema debería entrar como parte del plan de capacitación para los moradores de esta parroquia, debido a que ellos desconocen.

- Poseer suficiente grado de autoestima
- Ser personas positivas, saber dar y recibir
- Empatía (entender los sentimientos de los otros), Reconocer los propios sentimientos.
- Ser capaz de expresar los sentimientos positivos como los negativos
- Ser capaz también de controlar estos sentimientos. Motivación, ilusión, interés
- Tener valores alternativos, superación de las dificultades y de las frustraciones

## PREGUNTA N.12

¿A QUÉ ACTIVIDAD SE DEDICA USUALMENTE?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Publico	35	0,13	12,59	0,13
2	Privado	57	0,21	20,50	0,21
3	Cuenta Propia	186	0,67	66,91	0,67
<b>Total</b>		278	1,00	100,00	1,00

### ACTIVIDAD QUE SE DEDICAN



### GRÁFICO N.18 Actividad se dedica usualmente

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

De la muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, se establece que el 13% es empleado público, el 21% empleado privado y el 66% trabaja por cuenta propia es agricultura, ganadería, artesanal y otros. Donde se concluye que más de la mitad de la población económicamente activa de esta población trabaja por cuenta propia sin embargo de las preguntas analizadas anteriormente definimos que un porcentaje muy elevado no está relacionado con emprendimiento en la creación de microempresas. Consideramos como una fortaleza para elaborar una propuesta de capacitación, debido a que un porcentaje elevado de la población tiene una actividad privada.

## ¿TRABAJA POR CUENTA PROPIA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Agricultura	98	35%	35,25	0,35
2	Ganadería	106	38%	38,13	0,38
3	Artesanal	10	4%	3,60	0,04
	<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>77%</b>	<b>76,98</b>	<b>0,77</b>

### TRABAJO POR CUENTA PROPIA



### GRÁFICO N.19 Trabajo por cuenta propia

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

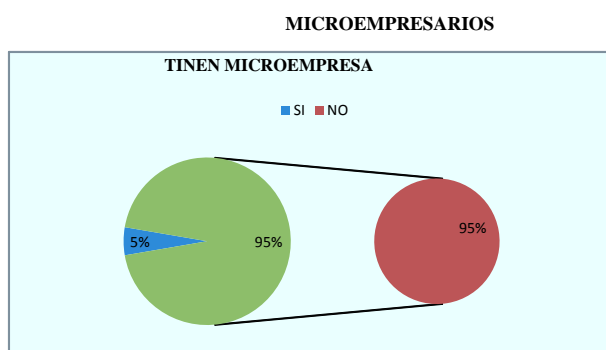
De las 278 personas encuestadas 214 tiene trabajo por cuenta propia, es decir un 35% se dedica a la agricultura, el 38% a la ganadería y el 4% es artesano, un 77% de la población encuestada tiene trabajo por cuenta propia, quienes reciban capacitación y un apoyo por parte de las autoridades gubernamentales podrán ser generadores de autoempleo y empleo en bien de todos los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín.

Que importante para nuestra parroquia tener personas que son generadoras de autoempleo, lo realizan empíricamente y si le capacitamos tendremos excelentes empresarios.

### PREGUNTA N.13

¿SI TRABAJA POR CUENTA PROPIA TIENE UNA MICROEMPRESA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	SI	10	4%	3,60	0,04
2	NO	176	63%	63,31	0,63
Total		186	67%	66,91	0,67



### GRÁFICO N. 20 tiene una microempresa

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

De la muestra de la población que es 278, 186 trabajan por cuenta propia, en la encuesta realizada tiene una microempresa el 4% y el 67% no tiene microempresa, donde se define que un mínimo porcentaje de esta población tienen microempresas, a través de la capacitación podremos apoyar para el fomento y crecimiento de las microempresas.

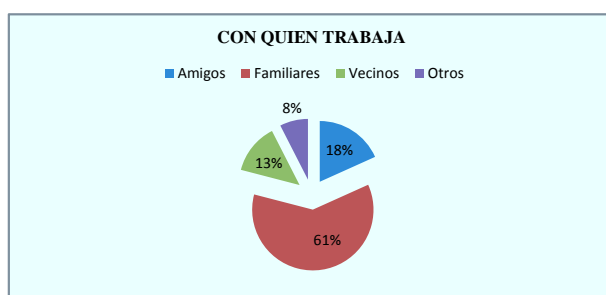
Hoy día ser microempresario no es fácil y los comienzos menos. Es un reto apasionante y una posibilidad que ha aprovechado un importante número de personas, pero los que lo han logrado han tenido en cuenta conocimiento. Al hablar de conocimientos nos referimos a lo que hay que tener en cuenta para que nuestro nuevo trabajo nos dure. Lo primero será tener una idea que ilusione, después ver la forma jurídica que daremos al proyecto, y por último, y lo veremos al final de forma práctica, hacer un plan de recursos económicos y viabilidad de la empresa.

## PREGUNTA N.14

¿EN CASO DE TRABAJAR POR CUENTA PROPIA, TRABAJA CON...?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Amigos	34	18%	18,28	0,18
2	Familiares	113	61%	60,75	0,61
3	Vecinos	25	13%	13,44	0,13
4	Otros	14	8%	7,53	0,08
	<b>Total</b>	186	100%	92,47	1,00

CON QUIEN TRABAJA



### GRÁFICO N.21 Trabaja con

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

### Interpretación y Análisis

De las 186 personas que trabajan por cuenta propia 34 trabajan con amigos, 113 con familiares, 25 con vecinos y 14 con otros. En esta pregunta se concluye que en un alto porcentaje trabajan con familiares donde se buscaría una alternativa de capacitación incluyente con sus familiares, debido a que son su apoyo fundamental en la generación de trabajo en busca de recursos económicos.

El capital humano es uno de los principales elementos de las microempresas. Por ello, en el desarrollo de las políticas de responsabilidad social, las organizaciones han de asumir compromisos de gestión sensibles a las necesidades de sus trabajadores. Las medidas de conciliación y de igualdad son importantes instrumentos que mejoran la

motivación de los empleados y el clima laboral, incrementándose la productividad de la empresa.

La motivación es un elemento fundamental para el éxito empresarial ya que de ella depende en gran medida la consecución de los objetivos de la empresa. Lo cierto es que todavía muchos sectores no se han percatado de la importancia de estas cuestiones y siguen practicando una gestión que no tiene en cuenta el factor humano. En ellos, ha empezado a darse un déficit de recursos cualificados y es por eso que las empresas están buscando formas de atraer y retener los recursos humanos.

#### PREGUNTA N.16

¿CUÁNTAS PERSONAS SEAN FAMILIARES, AMIGOS U OTROS TRABAJAN CON USTED?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	1 A 5	169	0,91	90,86	0,91
2	5 A 10	15	0,08	8,06	0,08
3	MAS DE 10	2	0,01	1,08	0,01
<b>Total</b>		<b>186</b>	<b>1,00</b>	<b>100,00</b>	<b>1,00</b>



#### GRÁFICO N.22 Trabajan con usted

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

De las 186 personas que trabajan por cuenta propia un 91% trabajan con 1 a 5 personas, el 9% de 5 a 10 personas y un 1% más de 10 personas. Con estos datos se concluye que en la parroquia Antonio José Holguín luego de capacitar a sus habitantes, esta se



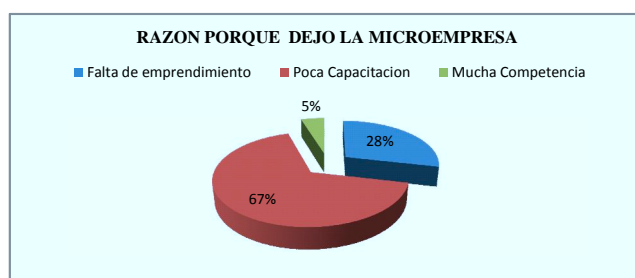
convertirá en una parroquia con microempresarios para luego convertirse en empresarios.

#### PREGUNTA N.16

¿SI USTED TUVO ALGUNA VEZ O EMPRENDIÓ UNA MICROEMPRESA Y ACTUALMENTE YA NO POSEE PORQUE RAZÓN ABANDONA ESTA ACTIVIDAD?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Falta de emprendim	30	16%	16,13	0,16
2	Poca Capacitacion	70	38%	37,63	0,38
3	Mucha Competenci	5	3%	2,69	0,03
	<b>Total</b>	105	56%	56,45	0,56

RAZON PORQUE DEJO LA MICROEMPRESA



#### GRÁFICO N. 23 Razón por que dejó la microempresa

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

De la muestra de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín, se establece que el 56% tuvo microempresas y dejó por las causas señaladas 87% le gustaría recibir capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas y un 13% no le gustaría recibir el mismo.

El Microempresario de hoy, es una persona dama o caballero que tiene muy altas ambiciones de superación personal y laboral, que tiene sueños por cumplir, que tiene una familia que sostener y desarrollar, y que por diversas causas acumuladas, ha emprendido una aventura de trabajo, que por lo general, no está bien orientada, ni

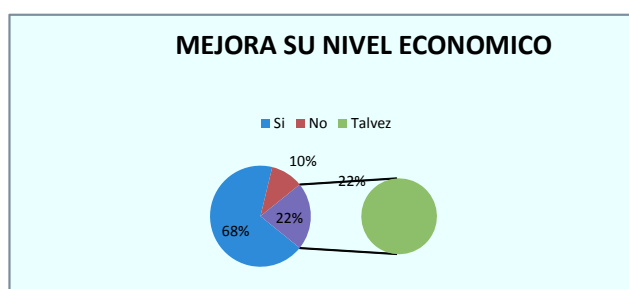
organizada, sino que va dando tumbos y tumbos hasta que por errores, aprende, a un costo muy alto de dinero, tiempo y esfuerzo.

#### PREGUNTA N.17

¿ CONSIDERA USTED, QUE SI ES DUEÑO DE UNA MICROEMPRESA MEJORARIA SU NIVEL ECONOMICO Y EL DE SU FAMILIA?

CÓDIGO	ALTERNATIVAS	NÚMERO	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE	FRECUENCIA ACUMULADA
1	Si	189	0,68	67,99	0,68
2	No	29	0,10	10,43	0,10
3	Talvez	60	0,22	21,58	0,22
<b>Total</b>		278	1,00	100,00	1,00

#### MEJORA EL NIVEL ECONOMICO



#### GRÁFICO N.24 Mejora el nivel económico

Fuente: Encuesta habitantes Parroquia Antonio José Holguín

Elaborado por: Autor

#### Interpretación y Análisis

De toda la población encuestada el 68% considera que si tienen microempresas mejoraría su nivel económico el 10% no y el 22 tal vez en conclusión, la muestra de la población ve una esperanza en la formación de microempresas para el crecimiento económico y su familia.

De la indagación de los resultados derivados se establece que la mayor parte de la población de la Parroquia le gustaría recibir una capacitación, sobre emprendimiento.

CONSOLIDADO RESPUESTAS DE LOS BARRIOS

N.	PREGUNTA	RESPUESTA			TOTAL
		Poco	Bastante	Nada	
1.	¿Conoce usted sobre emprendimineto?	165	68	45	278
		Poco	Bastante	Nada	
2.	¿Se concidera usted una persona emprendedora?	125	93	60	278
		Poco	Bastante	Nada	
3.	¿Es usted una persona triunfadora?	150	100	28	278
		Poco	Bastante	Nada	
4.	¿Suenan con logro de días mejores para usted y su familia?	150	100	28	278
		Poco	Bastante	Nada	
5.	¿Conoce usted sobre autoestima?	132	97	49	278
		Poco	Bastante	Nada	
6.	¿Ha escuchado hablar de la microempresa?	121	119	38	278
		Poco	Bastante	Nada	
7.	¿Usted ha recibido capacitacion como emprendedor para la creacion de microempresas?	111	69	98	278
		Poco	Bastante	Nada	
8.	¿Está motivado para la creación de una microempresa ?	144	83	51	278
		SI	NO		
9.	¿Le gustaría recibir capacitacion sobre emprendimiento para la creacion de microempresas?	243	35		278
		Alegre	Deprimido	Triste	
10.	¿Frente algún problema o inconveniente cómo reacciona?	14	35	37	86
		Enojado	Tranquilo	Ansioso	
		30	48	80	158
		Estresado			
34			34		
11.	¿Cuál es su autoestima diaria?	Bajo	Alto	Desconoce	278
		78	87	113	
12.	¿A qué actividad se dedica usualmente?	Publico	Privado	Cuenta Propia	278
		35	57	186	
		Agricultura	Ganaderia	Artesanal	214
		98	106	10	
13.	¿Si trabaja por cuenta propia, tiene una microempresa?	SI	NO		186
		10	176		
14.	¿En caso de trabajar por cuenta propia trabaja con?	Amigos	Familiares	Vecinos	186
		34	113	25	
		Otros			
14					
15.	¿Cuántas personas sean familiares, amigos u otros trabajan con usted?	1 A 5	5 A 10	MAS DE 10	186
		169	15	2	
16.	¿Si usted tuvo alguna vez o emprendió una microempresa y actualmente ya no posee porque razón abandonó esta actividad?	Falta de emprend	Poca Capacitacion	Mucha Competencia	110
		30	70	5	
		Otros			
		5			
		Si	No	Talvez	
17.	¿Considera usted, que si es dueño de una microempresa mejoraría su nivel económico y de su familia?	189	29	60	278

**TABLA N. 5 Consolidado respuestas de los barrios**

**Elaborado por:** Autor

Fuente: Población económicamente activa Parroquia Antonio José Holguín

#### 4.4. Verificación de la hipótesis

Una vez establecido el problema e identificado las variables que componen la hipótesis planteada, materia de la presente investigación, se procederá a verificarla con la uso de una herramienta estadística para examinar la hipótesis.

La hipótesis a verificarse es la siguiente: “*las Acciones para el Emprendimiento de los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresas*”

Las variables que intervienen en la hipótesis son: “***Variable Independiente: emprendimiento. Variable Dependiente: Microempresas***”.

#### Método estadístico

Para comprobar la hipótesis se utilizará el método estadístico de distribución Chi – Cuadrado.

##### 1. Planteamiento de la hipótesis

El modelo metódico aplicado en el planteamiento de la hipótesis para que sea aprobado por el método estadístico, se establece de la siguiente manera:

$H_0$  = Hipótesis nula.- Afirmación o enunciado tentativo que se realiza acerca del valor de un parámetro poblacional. Por lo general es una afirmación de que el parámetro de la población tiene un valor específico.

$H_1$  = Hipótesis alternativa o de investigación. Afirmación o enunciado que se aceptará si los datos muestrales proporcionan amplia evidencia de que la hipótesis nula es falsa, y se la designa por  $H_1$ .

Para el presente estudio:

$H_0$  = las Acciones para el Emprendimiento de los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresas NO incide en la creación de microempresas.

$H_1$  = las Acciones para el Emprendimiento de los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresa, **SI** incide en la creación de microempresas.

## **2. Determinación del Nivel de Significación o de Riesgo**

El valor del riesgo que se corre por rechazar algo que es verdadero en este trabajo de investigación es del 5%.

#### 4.4.1. CÁLCULO DEL CHI<sup>2</sup>

#### DISTRIBUCIÓN CHI-CUADRADO

#### GRADOS DE LIBERTAD

v	0,005	0,01	0,025	0,05	0,95	0,975	0,99	0,995
1	0,00003935	0,000157	0,000982	0,00393	3,841	5,024	6,635	7,879
2	0,010	0,020	0,051	0,103	5,991	7,378	9,210	10,597
3	0,072	0,115	0,216	0,352	7,815	9,348	11,345	12,838
4	0,207	0,297	0,484	0,711	9,488	11,143	13,277	14,860
5	0,412	0,554	0,831	1,145	11,070	12,832	15,086	16,750
6	0,676	0,872	1,237	1,635	12,592	14,449	16,812	18,548
7	0,989	1,239	1,690	2,167	14,067	16,013	18,475	20,278
8	1,344	1,647	2,180	2,733	15,507	17,535	20,090	21,955
9	1,735	2,088	2,700	3,325	16,919	19,023	21,666	23,589
10	2,156	2,558	3,247	3,940	18,307	20,483	23,209	25,188
11	2,603	3,053	3,816	4,575	19,675	21,920	24,725	26,757
12	3,074	3,571	4,404	5,226	21,026	23,337	26,217	28,300
13	3,565	4,107	5,009	5,892	22,362	24,736	27,688	29,819
14	4,075	4,660	5,629	6,571	23,685	26,119	29,141	31,319
15	4,601	5,229	6,262	7,261	24,996	27,488	30,578	32,801
16	5,142	5,812	6,908	7,962	26,296	28,845	32,000	34,267
17	5,697	6,408	7,564	8,672	27,587	30,191	33,409	35,718
18	6,265	7,015	8,231	9,390	28,869	31,526	34,805	37,156
19	6,844	7,633	8,907	10,117	30,144	32,852	36,191	38,582
20	7,434	8,260	9,591	10,851	31,410	34,170	37,566	39,997
21	8,034	8,897	10,283	11,591	32,671	35,479	38,932	41,401
22	8,643	9,542	10,982	12,338	33,924	36,781	40,289	42,796
23	9,260	10,196	11,689	13,091	35,172	38,076	41,638	44,181
24	9,886	10,856	12,401	13,848	36,415	39,364	42,980	45,558
25	10,520	11,524	13,120	14,611	37,652	40,646	44,314	46,928
26	11,160	12,198	13,844	15,379	38,885	41,923	45,642	48,290
27	11,808	12,878	14,573	16,151	40,113	43,195	46,963	49,645
28	12,461	13,565	15,308	16,928	41,337	44,461	48,278	50,994
29	13,121	14,256	16,047	17,708	42,557	45,722	49,588	52,335
30	13,787	14,953	16,791	18,493	43,773	46,979	50,892	53,672

TABLA N. 6 Grados de Libertad  
Distribución del CHI- cuadrado  
Elaborado por: Autora

CUADRO DE PREGUNTAS				
ASPECTOS	POCO	BASTANTE	NADA	TOTAL
CONOCIMIENTO SOBRE EMPRENDIMIENTO	165	68	45	<b>278</b>
PERSONA EMPRENDEDORA	125	93	60	<b>278</b>
CONOCIMIENTO SOBRE MICROEMPRESA	121	119	38	<b>278</b>
CAPACITADO SOBRE EMPRENDIMIENTO	111	69	98	<b>278</b>
MOTIVADO PARA LA CREACION DE MICROEMPR	144	83	51	<b>278</b>
<b>TOTAL</b>	<b>666</b>	<b>432</b>	<b>292</b>	<b>1390</b>

TABLA N. 7 Cuadro de preguntas

Cuadro de preguntas

Elaborado por: Autor

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

### CALCULO DEL CHI CUADRADO

OBSERVADOS (O)	ESPERADOS (E)	(O-E)	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
165	133,20	31,80	1011,24	7,59
125	133,20	-8,20	67,24	0,50
121	133,20	-12,20	148,84	1,12
111	133,20	-22,20	492,84	3,70
144	133,20	10,80	116,64	0,88
68	86,40	-18,40	338,56	3,92
93	86,40	6,60	43,56	0,50
119	86,40	32,60	1062,76	12,30
69	86,40	-17,40	302,76	3,50
83	86,40	-3,40	11,56	0,13
45	58,40	-13,40	179,56	3,07
60	58,40	1,60	2,56	0,04
38	58,40	-20,40	416,16	7,13
98	58,40	39,60	1568,16	26,85
51	58,40	-7,40	54,76	0,94
<b>CHI CUADRADO CALCULADO</b>				<b>72,19</b>

TABLA N. 8 Calculo del Chi cuadrado

Calculo del CHI- cuadrado

Elaborado por: Autora

$H_0$  (Hipótesis nula) = las Acciones para el Emprendimiento de los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresas NO incide en la creación de microempresas.

$H_1$  (hipótesis alternativa o de investigación): las Acciones para el Emprendimiento de los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresa, SI incide en la creación de microempresas.

$$gl=(c-1)(f-1) = (3-1)(5-1) = 8$$

$$\text{CHI CUADRADO TABULAR} = 2,733$$

$$72,19 > 2,733 \quad \text{SE RECHAZA LA HIPÓTESIS NULA}$$

Se rechaza la hipótesis nula por lo tanto: las Acciones para el Emprendimiento de los habitantes de la parroquia Antonio José Holguín y su relación en la creación de microempresa, incide en la creación de microempresas.



## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

Una vez que se ha procesado toda la información alcanzada a través de la encuesta que se realizó a la población económicamente activa de la Parroquia José Holguín se obtuvo las siguientes conclusiones:

1. Ausencia de una capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas ocasiona deficiente conocimiento de los pobladores en este tema.
2. Por falta de microempresas en la población existe un gran movimiento migratorio interregional, en busca de mejores oportunidades de vida para su familia.
3. La población requiere de una capacitación permanente sobre emprendimiento
4. En el área de microempresas, los habitantes en un alto porcentaje tienen poco o bajo conocimiento.

5. Por la inexactitud de capacitación sobre emprendimiento, los habitantes que tenían microempresas abandonaron estos proyectos.
6. Por el desconocimiento de emprendimiento en los pobladores de la Parroquia Antonio José Holguín pierden oportunidades económicas.
7. El emprendimiento en la actualidad es un tema nuevo para esta población, el mismo que no ha sido tomado en cuenta en las propuestas de desarrollo local.

## **5.2. Recomendaciones**

Luego del análisis y determinación de los problemas existentes en la parroquia se puede sugerir varias acciones para fomentar un emprendimiento en la creación de microempresas entre ellas podemos indicar algunas como:

1. Proponer un plan de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.
2. Determinar el posicionamiento parroquial a través de la creación de microempresas y el mejoramiento de la situación económica de sus pobladores.
3. Formular un plan de capacitación trimestral para los habitantes de la parroquia.
4. Recabar información sobre microcréditos para la creación de microempresas a intereses razonables.
5. Formular un banco de proyectos sobre la creación de microempresas que priorice las actividades a las que se dedican como, agricultura y ganadería para consolidar esfuerzos en beneficio del desarrollo local.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1. Datos Informativos**

##### **Título**

“DISEÑO DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS PARA LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN”

##### **6.1.1. Ubicación**

**Norte:** Provincia de Pichincha.

**Sur:** Tungurahua y Bolívar.

**Este:** Napo

**Oeste:** Pichincha y los Ríos.

**Población:** 349.540 habitantes. 120.000 habitantes urbanos y 219.0540 habitantes rurales.

**Superficie:** Cuenta con una superficie de 6.071 kilómetros cuadrados, divididos en 7 cantones:

1. Saquisilí
2. Pujilí
3. Latacunga

4. Corazón (Pangua)
5. La Mana
6. Sigchos
7. Salcedo

## **SALCEDO**

San Miguel de Salcedo fue fundada el 30 de septiembre de 1573. Su cantonización data de 1919. Este cantón lleva el nombre del sacerdote Agustino Manuel Salcedo, célebre orador sagrado. Salcedo está dedicado a la actividad agropecuaria y comercial.

El Cantón Salcedo cuenta con una parroquia urbana La Matriz y cinco parroquias rurales, estas son:

1. Antonio José Holguín
2. Cusubamba
3. Mulalillo
4. Mulliquindil Santa Ana
5. Panzaleo.

## **ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN.**

**Ubicación:** La parroquia Antonio José Holguín, se encuentra ubicada al sur oeste de la cabecera Cantonal, a 70 grados 31 de altitud occidental y a 2628 metros de altura, tiene un clima templado que favorece el cultivo de cereales, vegetales, frutas y especialmente pastos, que permiten la crianza del ganado vacuno productor de leche y animales domésticos. A una distancia aproximada de 8 km de San Miguel de Salcedo.

**Límites:** Siendo la parroquia una disgregación de la antigua Panzaleo, su demarcación se efectuó en los años de 1944, con los siguientes límites:

**Norte:** Desde la Panamericana antigua cerca de los guarangos hasta el cruce de la línea férrea, siguiendo al Norte por la prolongación de la quebrada seca, continuando con el denominado Camino del Cura, hasta empatar con el Camino Real.

**Sur:** El Camino de la lindera que divide con la provincia del Tungurahua que va de Oeste a Este hasta conectarse con la panamericana.

**Este:** La panamericana desde la lindera hasta el cruce de los guarangos.

**Oeste:** El denominado camino Real o del Inca que cruzaba todo el antiguo Tahuantinsuyo.

**Población:** Según el sistema integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SISE) y en base al censo de población y vivienda existen 2.553 habitantes. Datos tomados del **INEC Idioma:** 100% Castellano.

**Religión:** La religión que predomina es la católica, aproximadamente en un 98%, y el resto lo conforman los Evangélicos, Testigos de Jehová y otros.

**Clima:** El 90% del territorio se encuentra ubicado en un valle y 10% pequeñas alturas alrededores del Este y el Norte, el clima es templado con un promedio de temperatura de 12 a 18 grados centígrados, siendo un clima sano, benéfico y acogedor.

**División Política:** Políticamente la Parroquia tiene nueve Barrios:

- Santa Lucia ( Centro)
- Guantojalo
- Lampatalivi
- La Libertad
- La Unión
- Chazualo # 1 (Pucarumi)
- Chazualo # 2( Reyna del Cisne)
- La Primavera
- Barrio Nuevo (Lampata)

**PARROQUIA ANTONIO JOSA OLGUÍN**



## 6.1.2. ANÁLISIS FODA EN LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN



## 6.1.3. MATRIZ FODA

Esta matriz nos permite generar una serie de estrategias alternativas, para posteriormente ser sometidas a una evaluación y aplicación. Es un ejercicio que se

recomienda lleven a cabo todas las organizaciones ya que nos ayuda a saber en qué estado se encuentra y que factores externos la afectan; permite resolver dos preguntas: ¿Qué tenemos? ¿En dónde estamos?

El análisis FODA es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora continua.

En el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, Análisis FODA, se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo, que inciden sobre su quehacer interno, ya que potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la Misión. La previsión de esas oportunidades y amenazas posibilita la construcción de escenarios anticipados que permitan reorientar el rumbo de una organización. Las fortalezas y debilidades corresponden al ámbito interno de la organización y dentro del proceso de planeación estratégica, se debe realizar el análisis de cuáles son esas fortalezas con las que cuenta y cuales las debilidades que obstaculizan o impiden el cumplimiento de sus objetivos organizacionales.

Uno no puede simplemente tomar una apreciación subjetiva respecto a los factores de Análisis FODA. Se debe determinar la mejor relación entre varias fortalezas y oportunidades. Diferentes relaciones pueden tener diferente ponderación en términos de su potencial, por eso, se deben evaluar cuidadosamente cada una de las relaciones. Más aún, se sugiere que esta Matriz FODA es una manera relativamente simple de reconocer estrategias prometedoras que usan las fortalezas de la organización para aprovechar las oportunidades que ofrece el medio ambiente externo. El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analizan los factores positivos y los negativos.



En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables. Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas. Las Debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse. Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

**MATRIZ FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nexos vial con todas las ciudades principales del país por la Panamericana</li><li>▪ Talento Humano trabajador que dinamiza la economía local</li><li>▪ Centros educativos en la parroquia que contribuyen a la educación básica</li><li>▪ Medios de transporte parroquial facilita movilización de la población y productos.</li><li>▪ Un 25% de la población es intelectual</li><li>▪ Terrenos fértiles y productivos</li><li>▪ Solidaridad para efectuar las mingas</li><li>▪ Escuela de Capacitación para Conductores profesionales</li><li>▪ Moradores asociados en la juntas de riego y agua potable y alcantarillado.</li><li>▪ Mujeres asociadas en banquitos populares.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Falta de Coordinación, liderazgo y en las autoridades y los pobladores de la parroquia.</li><li>▪ Desintegración entre los pobladores</li><li>▪ Regadío con aguas servidas</li><li>▪ Existe un gran movimiento migratorio interregional e internacional, fenómeno que se refleja en la población de los dos géneros.</li><li>▪ Deterioro de tecnificación en el sector agrícola para mejorar la producción y productividad</li><li>▪ Deterioro de organización en la comercialización de productos locales</li><li>▪ Falta maestros en las escuelas que no garantizan una educación de calidad</li><li>▪ Falta alumbrado público en vías principales</li><li>▪ Baja capacidad de inversión de las familias para mejorar la producción agropecuaria y artesanal</li></ul>

**TABLA N. 9 Matriz FODA**

Elaborado por: Autor

**MATRIZ FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)**

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Creciente interés de los Municipios en la elaboración y gestión de sus planes estratégicos.</li><li>▪ Profesionales con oportunidades laborales fuera de la parroquia y Provincia que puedan apoyar en el desarrollo local y capacitación a la población requerida.</li><li>▪ Instituciones públicas pueden implementar becas para estudiantes.</li><li>▪ Apertura de las autoridades del cantón y la parroquia para apoyar el plan de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.</li><li>▪ Existen instituciones de cooperación como la prefectura de la Provincia de Cotopaxi que apoya en el desarrollo de la parroquia.</li><li>▪ Créditos en las instituciones públicas como Banco: Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento.</li><li>▪ Programas nacionales de la lucha contra la pobreza.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Altos índices de desempleo y subempleo que registra el país, hace que se incremente el movimiento migratorio.</li><li>▪ Delincuencia amenaza la seguridad ciudadana.</li><li>▪ Las pugnas y falta de un autentico liderazgo en organizaciones nacionales influye en el fraccionamiento de las estructuras organizativas populares.</li><li>▪ Fenómenos naturales como el Volcán Cotopaxi por el proceso eruptivo.</li><li>▪ Influencia negativa de políticos que no cumplen con las ofertas planteadas en campañas políticas.</li><li>▪ La reducida asignación del presupuesto al área social limita especialmente en capacitación el financiamiento de los planes y proyectos de desarrollo parroquial.</li></ul>

**TABLA N. 10 Matriz FODA**

**Elaborado por: Autor**

<b>ESTRATEGIAS FO ( ++)</b>	<b>ESTRATEGIAS DO (-+)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y presentar un esquema de necesidades de todos los barrios de la parroquia para gestionar recursos para efectuar las obras.</li> <li>• Incorporar indicadores de gestión en la planificación de la Junta Parroquial.</li> <li>• Crear veedurías ciudadanas conformados por representantes de todos los barrios, para que evalúen la gestión de los servicios prestados por las autoridades como: Junta Parroquial, Tenencia Política, Junta de Agua Potable y Alcantarillado, Registro Civil, Centro de Salud, Ilustre Municipio del Cantón Salcedo.</li> <li>• Implementar un sistema de capacitación en microempresas para los habitantes de la Parroquia.</li> <li>• Capacitación sobre oportunidades de educación para la población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retroalimentar la aplicación de las leyes y las funciones de los servicios públicos que brindan servicios a los moradores de esta parroquia.</li> <li>▪ Desarrollar programas permanentes de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.</li> <li>▪ Evaluar la gestión de las autoridades tanto parroquiales como cantonales.</li> </ul>
<b>ESTRATEGIAS FA (+-)</b>	<b>ESTRATEGIAS DA (- -)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar alternativas de créditos para los pobladores de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Difundir las obras ejecutadas, buscando medios</li> </ul>

<p>parroquia que se encuentren motivados para la creación de microempresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar mecanismos innovadores para obtener ingresos por autogestión.</li> <li>• Identificar a los líderes parroquiales ya sea en los Centros Educativos, clubes deportivos, barrios.</li> <li>• Impartir capacitaciones sobre desastres naturales.</li> <li>• Reuniones con organismos gubernamentales y no gubernamentales para presentar proyectos sociales.</li> </ul>	<p>económicos sin afectar al presupuesto de la Junta Parroquial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar la investigación para la ejecución de obras como una línea base.</li> <li>• Corregir oportunamente las deficiencias de gestión identificando los focos de corrupción en los servicios públicos</li> </ul>
---	---

**TABLA N. 11 FODA**

Elaborado por: Autor

## **6.2. Antecedentes de la propuesta**

El acelerado cambio social, la restricción económica mundial, los desastres naturales, ha conllevado a efectuar revoluciones adversas en la economía mundial, incrementando el sub empleo, el desempleo, la delincuencia organizada una crisis económica a nivel general, donde la población por necesidad u oportunidad se han convertido en emprendedores creando microempresas y empresas apareciendo la generación de autoempleo y empleo, se ha venido considerando que el emprendimiento es fundamental en la creación de empleo y en la mejora de competitividad y el crecimiento económico.

Los países desarrollados toman como estrategia para combatir con la recesión económica a través del emprendimiento de los habitantes con la creación de micro empresas, medianas empresas y empresas donde valoran a los emigrantes para la creación de estas .Los principales resultados de la investigación señalan que en Bolivia el 29,80% de la población adulta se dedica a actividades de emprendimiento inicial, es decir nacientes y nuevas empresas con menos de 3,5 años de existencia, Le siguen Perú con el 25,6%, Colombia 24,50% y Angola 22,7%. En el otro extremo los países que muestran menor actividad emprendedora inicial son: Bélgica 2,9%, Rusia 3,5% y Alemania 3,8%, sus efectos no son insignificantes ayudan a la economía a ser más eficiente.

En 43 países durante el 2008, los resultados evidencian una relación entre el nivel de desarrollo económico de un país y sus tipos de actividad emprendedora. Los países de menores ingresos tienen una mayor cantidad de su población involucrada en actividades emprendedoras y que a medida aumenta el nivel de desarrollo nacional la actividad emprendedora por necesidad disminuye.

El emprendimiento en la creación de empresas y microempresas en nuestro país se incrementa como una forma de supervivencia para la población desempleada y sub empleada, un alto porcentaje de ellas han llegado a un fracaso total, los emprendedores

tiene que efectuar créditos a empresas financieras y chulqueros donde se constituye en una dificultad para la cancelación de los préstamos por los altos costos de interés hasta el 12% mensuales, (donde los chulqueros), y la misma recesión económica que nos encontramos en la actualidad en el país y el mundo.

Antonio José Holguín, una parroquia rural que pertenece al cantón Salcedo, de la provincia de Cotopaxi, con una población de 2.553 habitantes, se dedican a la crianza de ganado vacuno siendo pequeños productores de leche, crianza de animales menores, cultivos de maíz, etc. Los habitantes tienen un emprendimiento temporal por necesidad en la creación de microempresas: como plantación de uvas, tomates, crianza de cuyes, elaboración de productos lácteos, artesanos, quienes han invertido todos sus recursos, efectuando créditos bancarios a chulqueros y sus decisiones se han visto afectadas para llegar a cumplir sus objetivos.

### **6.3. Justificación**

El crecimiento de la población económicamente activa de la parroquia Antonio José Holguín, ha incrementado el desempleo y el peligro de sus habitantes tengan que trasladarse en busca de mejores alternativas económicas a ciudades grandes del país y a otros países desintegrando sus hogares, abandonando a sus hijos en edad de crecimiento, con un peligro eminente de una mala educación, drogas, prostitución entre otros problemas sociales.

Por estos razones, es fundamental la creación de un plan de capacitación en emprendimiento en la creación de microempresas permanentemente para la población económicamente activa de los habitantes de esta parroquia, planificado por sus nueve barrios. Donde sus habitantes se encuentren motivados y conozcan los procedimientos básicos y fundamentales para crear microempresas, donde pueden efectuar sus créditos.

Después de crear sus microempresas no abandonen las mismas por falta de emprendimiento.

## **6.4. Objetivos**

### **6.4.1. Objetivo General**

- Elaborar un plan de capacitación utilizando estrategias de comunicación, para incrementar el emprendimiento en la creación de microempresas.

### **6.4.2. Objetivos Específicos**

- Desarrollar la cultura emprendedora y empresarial en cada uno de los participantes a través de la interiorización y vivencia del programa emprendedor.
- Desarrollar un auto diagnóstico de las actitudes emprendedoras en cada uno de los participantes.
- Aplicar los conceptos básicos que definen la innovación y creatividad y liderazgo.
- Aplicar técnicas para identificar ideas creativas y aprovechar oportunidades de negocio.
- Formar microempresarios y emprendedores capaces administrar eficientemente sus microempresas, identificando oportunidades de negocios e impulsando estrategias creativas e innovadoras
- Conocer y describir la estructura básica de un plan de negocios.

## **6.5. Análisis de factibilidad**

La aplicación de la propuesta establecida es factible porque se cuenta con el apoyo y colaboración de los actores sociales, autoridades del Cantón Salcedo y la Parroquia y



especialmente de los habitantes de la parroquia de Antonio José Holguín, mismos que creen un proceso de capacitación en emprendimiento en la creación de microempresas, mejorará la forma de vida de la población investigada.

La factibilidad de la propuesta está determinada por:

- Conocer la situación y la evolución estimada del sector.
- Idea innovadora
- Voluntad para llevar a la practica
- Análisis del entorno y el sector
- Análisis de las propias capacidades
- Elaboración de plan consistente y realista
- Aplicación diligente y eficiente del plan
- Adaptación a los cambios futuros del mercado
- Determinar acciones probables de la competencia.
- Definir clientes a los que acceder y porque vías.
- Detectar competencias internas existentes que deben desarrollarse.
- Delimitar decisiones acciones a tomar por la microempresa en cada escenario.

## **6.6. Fundamentación**

En una sociedad democrática y pluralista como la nuestra en la mayor parte del mundo, asistimos a una de las muchas modas que aparecen y posteriormente nos encontramos con una crisis de valores morales y/ o éticos, o bien a un relativismo moral extremista.

El hombre a través de su vida va realizando actos la repetición de los actos generan actos y hábitos y determinan además las actitudes, el hombre de este mundo va haciéndose a sí mismo. El carácter como personalidad es obra del hombre, es su tarea moral, es como resulta su carácter moral para toda la vida.

La ética o valores consisten en normas de conducta para las personas y la sociedad. Esas normas tienen su origen en muchas fuentes, entre otras, la religión, las tradiciones culturales y la reflexión. Por ello, es fundamental que los emprendedores en la creación de microempresas tengan: valores, actitudes, actos y hábitos en la creación de microempresas. Las éticas o valores consisten en normas de conducta para las personas y la sociedad. Esas normas tienen su origen en muchas fuentes; entre otras, la religión, las tradiciones culturales y la reflexión, lo que explica en parte la complejidad de cada punto de vista de los valores.

## 6.7. Metodología Modelo operativo

FASES	METAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO	RESPONSABLES	EVALUACIÓN
Incentivar a la población económicamente activa sobre la importancia de ser emprendedor en la creación de Microempresas.	Lograr que el 80% de la población económicamente activa se interese en asistir a los planes de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas	Reuniones con los clientes del sistema de agua potable y alcantarillado de la Parroquia Antonio José Holguín, donde se promocionara el plan de capacitación sobre emprendimiento en la creación de microempresas.	Facilitador Hojas de papel bond Humanos, Infocus, Materiales, Ordenador, Retoproyector Vehículo	Del 10 de enero al 30 de abril de 2010.	Autoridades y Delegados e investigador.	Entrevista a los dirigentes de los módulos de regantes.

Organización de seminarios talleres.	Alcanzar que se cumplan el 98% de los talleres.	Coordinar con la Junta Parroquial y el Ilustre Municipio del Cantón Salcedo, la ejecución de los talleres, socializar y comprometerla participación en todas las actividades	Humano Delegados del Municipio y Junta Parroquial. Investigador.	Del 05 al 10 de enero de 2.010. Del 05 al 10 de febrero de 2010. Del 05 al 20 de marzo de 2010. Del 10 al 15 de abril de 2010.	Autoridades y o Delegados e investigador.	Cronograma de actividades.
Capacitación a la PEA.	Capacitar el 100% PEA sobre emprendimiento en la creación de microempresas	Realizar talleres de emprendimiento.	Humano Investigador	Del 08 de mayo de 2010.	Autoridades y o Delegados e investigador	Cronograma de actividades.

**TABLA N. 12 Metodología Modelo Operativo**

Elaborado por: Ritha Marcela Naranjo J.

### **6.7.1. Plan de Capacitación**

El presente plan de capacitación se aplicará en los nueve Barrios de la Parroquia Antonio José Holguín del Cantón Salcedo Provincia de Cotopaxi.

### **6.7.2. Objetivos.**

#### **6.7.2.1. Objetivo General**

Impartir conocimientos necesarios como ser emprendedores en la creación de microempresas e impulsar el desarrollo económico, social y cultural de la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín.

#### **6.7.2.2. Objetivos específicos**

- Motivar y alentar a la población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín para que procuren la creación de microempresas.
- Difundir los requerimientos indispensables para la creación de microempresas
- Socializar los requisitos que requieren las instituciones financieras públicas para facilitar créditos.

#### **6.7.2.3. Política**

En el plan operativo se asigna al menos cuatro meses para la capacitación de los nueve barrios, distribuidos en cincuenta y cinco horas por barrio, requerimos ocho días, por barrio, con un excedente de nueve horas por los atrasos que pueden tener sus asistentes.

#### **6.7.2.4. Estrategia**

- La Junta Parroquial, en coordinación con el Municipio del Cantón Salcedo realizará un análisis de todas las personas que se inscriban para el curso y seleccionará a sus asistentes.
- El Programa de Formación de microempresarios para la generación de su emprendimiento basa su metodología en la integración de modelos activo participativos que facilitan la enseñanza emprendedora.

La metodología propicia la construcción de conocimiento de los participantes a partir de sus propias experiencias, buscando el desarrollo de aprendizajes significativos y el cambio de actitud que permita fomentar el espíritu emprendedor y convertirse en un real multiplicador de estos procesos de enseñanza- aprendizaje, logrando una síntesis entre teoría y práctica.

Entre las principales herramientas a utilizar durante el Programa se encuentran:

- Talleres vivenciales y grupales,
  - Juegos de roles
  - Técnicas creativas
  - Simulaciones organizacionales
  - Ciclo Vivencial.
- Realización de talleres de trabajo interactivo entre los participantes el conferencista y población.

- Planificar diferentes unidades de trabajo para un mejor entendimiento
- Coordinar actividades pedagógicas en las diferentes áreas de trabajo mediante técnicas de aprendizaje activo con participación de los participantes quien construirá su propio conocimiento.
- Trabajar con metodologías prácticas y sencilla
- formas organizativas
- Talleres Participativos
- Conferencias magistrales
- Simulaciones
- Juegos de Roles

### RESUMEN DE CONTENIDOS

UNIDAD	CONTENIDO	HORAS	%
1	Que debe y no hacer un emprendedor.	15	27.77
2	Procesos para la formación de una microempresa	15	27.27
3	Modelo para la elaboración de un proyecto empresarial.	15	27.27
4	Criterios para la presentación de una propuesta de proyecto	5	9.10
5	Créditos en entidades públicas	5	9.10
<b>TOTAL</b>		<b>55.00</b>	<b>100.00</b>

**TABLA N. 13** Resumen de contenidos

Elaborado por: Autor

**6.7.3. Diagnóstico: lo que debe y no hacer un emprendedor.**

<b>PROPÓSITO DE UN PLAN DE NEGOCIOS</b>	<b>EMPRENDER UN NEGOCIO</b>	<b>LO QUE SE DEBE HACER</b>	<b>LO QUE NO SE DEBE HACER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la viabilidad y establecer la dirección de un Negocio antes de comenzar.</li> <li>• Examinar el desempeño de un negocio en marcha</li> <li>• Valorar una microempresa</li> <li>• Buscar financiamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud</li> <li>• Hay muchos obstáculos para crear una empresa</li> <li>• Por ello aumenta la informalidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar el entorno ... El FODA</li> <li>• Cuál es el mercado, los clientes, los competidores</li> <li>• Tener un plan financiero</li> <li>• Ser carpintero y gerente</li> <li>• El equipo</li> <li>• Formalizarse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El olfato es bueno pero es peligroso</li> <li>• Pensar que el entorno no es influyente</li> <li>• Los socios. Cuidado</li> <li>• Buscar la opinión de un tercero.</li> </ul>

**TABLA N. 14 Diagnóstico**

Elaborado Por: Autor



#### **6.7.4. Procesos para la formación de una microempresa**

##### **6.7.4.1. El emprendedor en la microempresa**

**El Emprendedor.-** debe materializar que satisfaga las necesidades y deseos de los clientes, a través de una actividad económica que llamamos empresa el emprendedor añade el “valor” a productos o trabajos para determinados clientes, a través de la empresa. Esta podría ser la función básica de la empresa. El emprendedor puede requerir capital para materializar su idea. Puede aportar sus propios recursos económicos, solicitar un crédito al banco, o buscar socios que aporten, en todo o en parte, los recursos necesarios. Estos socios capitalistas, accionistas o participantes, corren el riesgo empresarial con el emprendedor y la recuperación de su inversión dependerá de los resultados de la actividad.

El emprendedor puede aportar su trabajo personal, pero puede necesitar la colaboración de otras personas, trabajadores y colaboradores, a tiempo completo o a tiempo parcial. Estos empleados esperan recibir una compensación por su aportación, esperan retribución o salario a cambio de su trabajo.

También la sociedad, el estado, la comunidad local están interesadas en el buen funcionamiento de la economía en general y en cada empresa en particular. Las decisiones de estas entidades afectan a la empresa, como la legislación aplicable a cada sector.

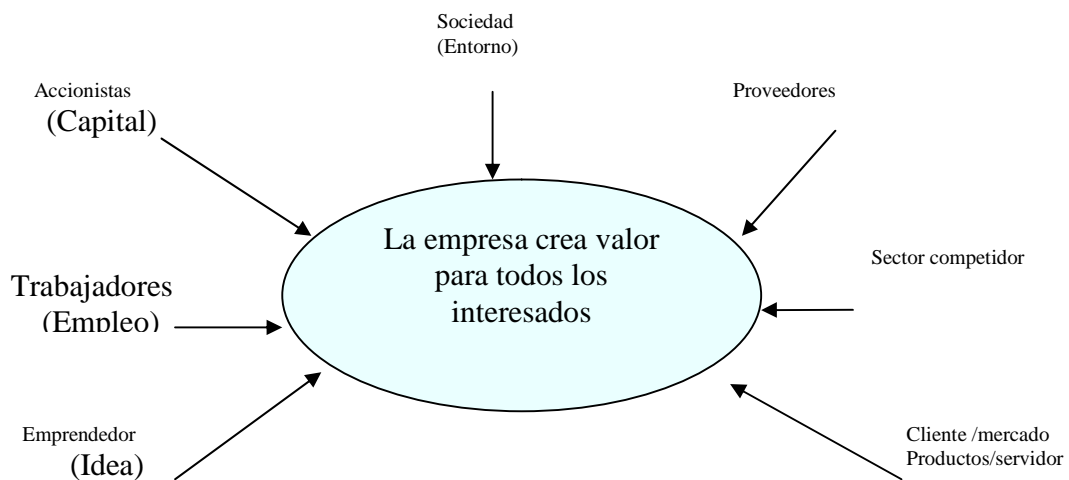
La empresa será, así, un sistema que influye en todo su entorno y que a la vez, está influido por todos los elementos del entorno: es un sistema abierto, que interactúa, que intercambia con el entorno.

En definitiva, la empresa crea valor para todos los interesados en ella. Recibe la gestión del emprendedor, el dinero de los socios capitalistas, el trabajo.

La empresa devuelve su propia existencia a su impulsor, (el emprendedor ahora empresario), mediante la redistribución al capital, la remuneración al trabajo, el desarrollo

de la sociedad, los pagos de los proveedores, las relaciones con el sector y satisfacción a los clientes.

### La empresa y los elementos influyentes.



### GRÁFICO N.25 LA EMPRESA Y LOS ELEMENTOS

Elaborado por: Autor

Fuente: Guía para la creación de empresas

El emprendedor materializa una idea que, con el concurso de trabajo y capital, produce bienes y servicios que responden a la demanda y expectativas de unos determinados clientes, generando empleo, beneficios, intercambios y satisfacción de deseos y necesidades

La empresa devuelve su propia existencia a su impulsor, el emprendedor ahora empresario, mediante la retribución al capital, la remuneración al trabajo, el desarrollo a la sociedad, los pagos de los proveedores, las relaciones con el sector y la satisfacción a los clientes.

El emprendedor es la persona que realiza la gestión directiva de los diferentes recursos que se ponen en juego para crear la empresa, es el protagonista en el proceso de la creación de empresas. Su iniciativa, su eficacia y su esfuerzo hacen posible la empresa que ofrecen productos y servicios, trabajo, retribución de capital. Crea valor para todos los interesados en ellos.

Podríamos concretar la gestión del emprendedor en cuatro grandes actividades:

- Análisis
- Planificación
- Realización
- Control

El análisis incluye el estudio de la situación presente, tanto fuera de la empresa, como dentro de ella, capacidad del o los emprendedores. Interesa no solo conocer los hechos, sino también los cambios previstos.

El plan, basado en el análisis anterior, supone la toma de decisiones, tanto al nivel global de la empresa, como a nivel táctico u operativo es decir planes de actuación. El plan desemboca en la realización, en la puesta en práctica, para alcanzar los objetivos propuestos, con los costes y en el tiempo óptimo, es decir, con eficacia y eficiencia.

El control o seguimiento de la actividad cierra el ciclo de gestión, viendo las desviaciones entre el plan y la realidad, estudiando las causas y poniendo en marcha, si es posible acciones correctoras para poner en línea plan y realidad.

El estudio de las desviaciones debe hacerse de forma periódica y en algunos casos especiales. Esta investigación nos llevara a la necesidad de un nuevo análisis y planificación, con lo que se efectuó el ciclo de gestión.

El proyecto de creación de empresas comprende las funciones de análisis y planificación, y serán la base de la realización y del control. Dentro del ciclo de gestión el plan se basa en las necesidades y deseos de los potenciales clientes y de las posibilidades del emprendedor.

El plan supone una toma de decisiones

Globales para la empresa y para las áreas funcionales el plan implica acción entre alternativas estratégicas, determinación de objetivos, establecimiento de políticas, integración de personas, coordinación entre actividades.

El emprendedor es el punto de partida básico con la nueva empresa y. Es condición necesaria de la empresa, aunque pueda o no ser suficiente si no se posee los conocimientos, la voluntad de los recursos necesarios.

El emprendedor tiene que equilibrar un sistema complejo donde confluyen diferentes intereses, a veces contrapuestos. Como gestor debe captar los recursos necesarios, en productos y servicios que ofrecer a los clientes dando respuesta a sus expectativas y demandas, generar satisfacción en los empleados, conseguir una contrapartida económica que consiga cubrir todos los costes directos y los gastos generales de la empresa, para así obtener un margen de beneficios suficientes y poder reinvertir y desarrollar el negocio.

#### **6.7.5. El modelo de las ocho etapas para la elaboración de un proyecto empresarial.**

En la primera etapa, definimos la microempresa que nos gustaría tener y el “para que” de la misma. La definición del proyecto incluye los productos y servicios que pueden ofrecerse, el ámbito de mercado y las singularidades de la empresa, la pregunta clave sería ¿qué queremos hacer?, que dicho de otra manera, sería la definición de la misión microempresa, o la descripción de la actividad.

Con esta base, podemos entrar en el análisis de la situación, en el conocimiento de los hechos y de la evolución previsible. Dentro del análisis, empezamos por tratar de conocer el

entorno, el escenario en el que el emprendedor va actuar, el mercado y la competencia. Se trata de averiguar las posibilidades reales, en un entorno dinámico, en cambio, competitivo.

El paralelo al estudio del mercado, se realiza el análisis interno, donde analizamos las capacidades del emprendedor, o del equipo emprendedor, para cubrir el hueco del mercado detectado.

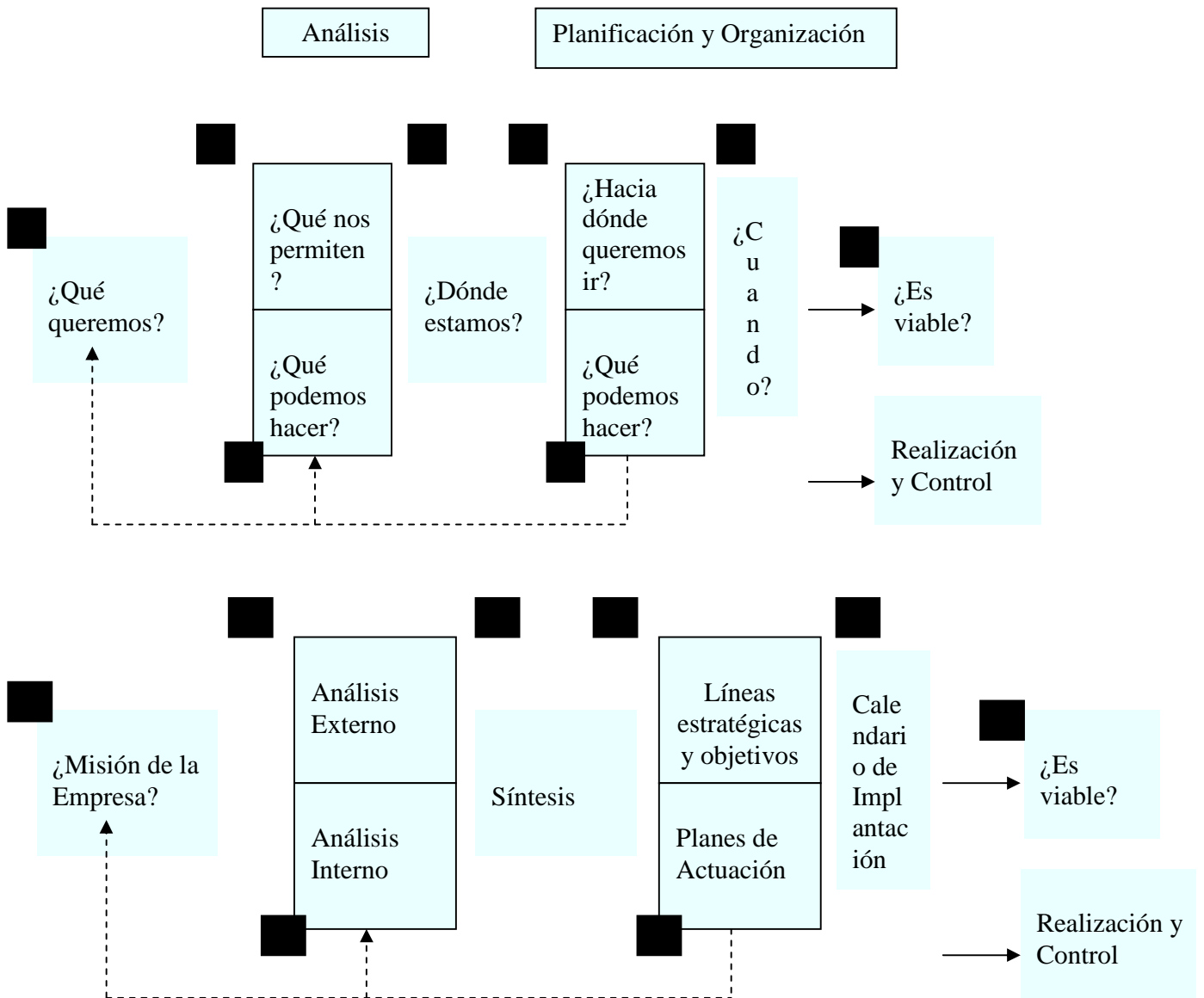
Como consecuencia del análisis externo e interno, puede hacerse un balance de situación conjunto, la respuesta al ¿donde estamos?. Esta etapa es un resumen, donde definimos los factores importantes, positivos y negativos tanto internos como externos, relacionados entre sí. Se determina en el siguiente gráfico.

**GRÁFICO N.26 GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO EMPRESARIAL**

Elaborado por: Autor

Guía para la elaboración de un proyecto empresarial

Fuente: Guía para la creación de empresas



Con esta base, podemos establecer alternativas de acciones de corto alcance y estrategias, más amplias globales para toda empresa, para valorarlas y tomar decisiones.

La primera etapa de la pija los objetivos, hacia donde queremos ir y las líneas básicas, estratégicas, y objetivos, siempre deberán estar de acuerdo con el cómo llegar con los planes de las áreas funcionales. Si no hay camino a los objetivos no existen los mismos, estos se convierten en deseos voluntaristas, imposibles de alcanzar, es fundamental detallar las acciones en relación con los clientes o plan de marketing, los aprovisionamientos y la producción, o plan de operaciones, el plan de organización de la empresa y de sus talento humano, implementando el plan económico frecuentemente conocido como el presupuesto.

Planes de actuación. Este conjunto de acciones debe ser muy coherente entre si lo que se cobra con lo que se vende, con las líneas estratégicas, con las posibilidades del mercado y con las capacidades de los emprendedores.

#### **6.7.6. Administración financiera y contable para una microempresa**

Es importante que un emprendedor se familiarice con algunos conceptos de administración y contabilidad si, finalmente esta tarea se debe asignar a u especialista en el área y de hecho, es lo más recomendable.

Esta área es la más fundamental dentro de una empresa, como propietario requiere conocer las cifras básicas e indicadores administrativos, para tomar decisiones importantes como surtido de mercancía, el precio de los productos , o la solicitud de un crédito, son datos que se puede obtener a partir de la administración contable de su negocio.

Si bien sus mayores esfuerzos y energía deben concentrarse en desarrollar la idea de negocio que llevo a emprender, también es cierto que, periódicamente, resulta adecuado que se detenga a observar la marcha de su microempresa bajo la óptica: en términos

cuantitativos o monetarios, así en lo que se refiere a sus características cualitativas. El análisis cuantitativo se encuentra en la administración financiera que estamos tratando y el análisis cualitativo se encuentra dentro de la mercadotecnia.

Para que pueda reconocer el desarrollo de su negocio, debe saber cómo interpretar los documentos que mejor formaran los indicadores que requieren para evaluarlo es: El Balance y el Estado de Resultados.

La emisión de estos reportes proviene de la contabilidad que es el registro de todas y cada una de las transacciones que se generan en un negocio: la compra de productos o de los materiales para producirlo, los gastos para vender o para fabricarlos, el uso de la maquinaria y los sueldos de personal, el desgaste del vehículo para entregar los productos, alquiler de vehículos en caso de no poseer vehículos, los pagos de servicios básicos, la renta de los locales, terrenos, entre otros.

El Balance representa una fotografía instantánea del negocio, es decir, presenta su situación a la fecha; dirá cuánto tiene, cuánto debe y cuánto ha invertido en la microempresa. Para poder tener una perspectiva de cómo se llegó al balance, tiene que observar el Estado de Resultados, ya que en él podrá saber cuánto ha vendido en el periodo compatible con el Balance, así como todos los costos y gastos efectuados hasta llegar a la utilidad, o eventualmente la pérdida, en su actividad, durante el periodo analizado.



**Ejemplo de un esquema de balance.**

CUANTO TIENE ES DECIR SUS ACTIVOS		CUÁNTO DEBE PASIVOS O DEUDAS	
✓	En Bancos, e inversiones en valores diversos.	A los proveedores tanto de materiales como de servicios prestados.	❖
✓	En cuentas por cobrar al clientes u otros deudores.	Al Banco por financiamiento o instrumento de pago.	❖
✓	En inventarios	A otros tipos créditos. En este y en el anterior punto debe considerarse el monto del préstamo, así como el tiempo para pagarlo.	❖
✓	En bienes adquiridos para desarrollar sus actividades menos en desgaste por el uso de bienes		

***La diferencia del Activo menos el Pasivo representa el Capital Invertido***

**TABLA N. 15 Esquema de balance**

**Elaborado: Autor**

Se suma por las utilidades que ha obtenido su negocio, o bien, se resta las pérdidas del mismo. Este se trata de un Balance de Cifras, este principio se aplica en los registros de cada operación en sus negocios: si por ejemplo, compra productos a crédito, tendrá su valor en inventarios en la columna izquierda de los activos y también se registrará en la columna derecha de los pasivos, ya que deberá pagar sus proveedores.

**Esta transacción tendría un efecto así:**

Un aumento en el activo de inventarios (por los productos adquiridos).

Un aumento del pasivo en cuentas por pagar (por la deuda).

Al vender los productos que pago a crédito, cubrirá su deuda con el proveedor. De esta forma, ya no les tendrá en la columna de activos ni en la de pasivos. La ganancia queda registrada en la columna de activos, en el apartado de cuentas bancarias. De esta forma aumentara su capital.

**Segunda transacción seria como sigue:**

- Aumento en el Activo en Bancos, derivado del producto de la venta
- Disminución en el Activo de Bancos, por el pago al proveedor

### Ejemplo de un presupuesto genérico

Para el mes de.....Año.....

<b>PREGUNTAS A PLANTEAR</b>	<b>RESPUESTAS</b>
Cuál será la unidad de medida en el producto	Piezas, kilos, servicios ejemplo piezas
Cuántos días tomara su cultivo, fabricación o venta.	Días, ejemplo 25 días cada mes
Cantidad de unidades estimadas de venta o de producción por día.	Piezas, días, ejemplo 122 unidades diarias.
Precio de venta unitario por producto	\$.ejemplo 236
Margen estimado por producto	%, ejemplo 33% por unidad.
Porcentaje estimado por gastos indirectos	% sobre ventas, ejemplo 10% sobre ventas.
Plazo de crédito a clientes	Días, promedio, ejemplo 20 días promedio.
Plazo de compra con proveedores	30 días promedio

**TABLA: N.16 Presupuesto Genérico**

Elaborado por: Autor

## **Parte Legal para la creación de una microempresa**

Crear una nueva empresa requiere una tramitología, esta es fundamental realizar bien desde el inicio para evitar tener complicaciones en el proceso.

Es sorprendente observar que numerosos emprendedores dan poca importancia a realizar, de forma cuidadosa, los trámites legales de apertura de su empresa o microempresa, ya que se imaginan que se trata de algo secundario, al cabo de un tiempo, cuando las operaciones de la empresa se crecen, descubren su desagradable realidad, legalizara tiene un costo mucho mayor que en el que se habría incurrido al hacer lo correcto desde el comienzo. A grado extremo que situaciones de este grado pueden poner en riesgo la viabilidad misma de la empresa.

Las preguntas más frecuentes del emprendedor que esta por abrir una microempresa son

- como iniciar operaciones?
- a quien puedo acudir?
- es muy caro construir una empresa?
- como se realiza las operaciones de la empresa?
- una vez que ha sido establecida?

## **Negocio en el marco social**

### **Su nombre o razón social de la microempresa**

La empresa, sin importar el tamaño que sea o giro al que pertenezca, se relacionará y repercutirá en diversas esferas del entorno, tendrá alcances insospechados, aunque

aspiramos a que sean benéficos para todas las partes sean involucradas, directa o indirectamente. Usted ya tiene definido su plan para la formación de una microempresa.

Una primera opción es comenzar una sola persona, si su empresa estará formada solo por usted, bastara a la actividad a la que se aplique sea lícita y registrar se en el Sistema de Rentas Internas sacando el RUC. Registro Único de Contribuyentes, en la actualidad los microempresarios pueden sacar el RISE para lo cual se requiere seguir el siguiente procedimiento.

## **EL RISE      RÉGIMEN IMPOSITIVO SIMPLIFICADO**

Es un nuevo régimen de incorporación voluntaria, reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a La Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Las cuotas RISE empiezan a ser pagadas desde el mes siguiente al de la inscripción. Cuáles son las condiciones y requisitos que debe cumplir una persona que quiera acogerse al RISE?

Condiciones:

- Ser persona natural
  
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia que no supere por este concepto los USD. 7850 al año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
  
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Requisitos:

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de Arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

Qué beneficios ofrece el RISE?

- a) No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos
- b) Se evita que le hagan retenciones de impuestos
- c) Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta.
- d) No tendrá obligación de llevar contabilidad
- e) Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Ud. se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento

Existe algún tipo de actividad restringida para inscribirse en el RISE?

Existen ciertas actividades económicas que NO pueden incorporarse al Régimen Simplificado, en el documento adjunto puede encontrar el detalle. Si me inscribo en el RISE que tipo de comprobante de venta debo entregar?

Un contribuyente RISE entregará comprobantes de venta simplificados, es decir notas de venta o ticket de máquina registradora autorizada por el SRI, para los requisitos de llenado solo deberá registrarse la fecha de la transacción y el monto total de la venta (no se desglosará el 12% del IVA).

Los documentos emitidos sustentarán costos y gastos siempre que identifiquen al consumidor y se detalle el bien y/o servicio transferido. Un contribuyente inscrito en el RISE tiene la obligación de emitir y entregar comprobantes de venta por transacciones superiores a US\$ 4,00, sin embargo a petición del comprador, estará en la obligación de entregar el comprobante por cualquier valor. Al final de las operaciones de cada día, se deberá emitir una nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 4,00 por lo que no se emitió un comprobante.

### **Formato o modelo de Nota de Venta**

Las notas de venta no tienen un formato establecido, este depende de las necesidades del contribuyente, sin embargo estos documentos deberán contener como mínimo los requisitos de impresión y de llenado que se detallan a continuación.

Cuándo y dónde se puede incorporar al RISE?

Se pueden incorporar al Régimen Simplificado a partir del 1 de agosto de 2008. Para inscribirse pueden hacerlo en cualquier oficina del SRI a nivel nacional o a través de brigadas móviles, adicionalmente se dispone del servicio de preinscripción vía Internet, luego deberá acercarse a una ventanilla exclusiva para culminar el proceso de inscripción al RISE, de esta manera disminuirá el tiempo de espera.

Recuerde: las cuotas RISE empiezan a ser pagadas desde el mes siguiente al de la inscripción.

**RISE** de acogerse aquellos microempresarios, transportistas, artesanos con VENTAS MENORES A US \$60 MIL AL AÑO Y QUE TENGAN A SU DISPOSICIÓN MENOS DE 10 TRABAJADORES.

Es decir, un profesional con negocio propio que no tenga mas de US \$60.000 en ingresos brutos ni 10 empleados, puede acogerse al RISE, o por el otro lado, si trabaja en Relación de Dependencia y no supera la fracción básica del Impuesto a la Renta (US \$ 7.850) y además en su Actividad Económica independiente no supera los US\$60.000 de ingresos brutos y no tiene los 10 empleados, puede acogerse al RISE.

El porcentaje de informalidad en el Ecuador llega al 60%. Según la encuesta de Condiciones de Vida del Servicio de Rentas Internas (SRI), cerca de 1,8 millones de negocios familiares no están inscritos en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), con lo que se agrava la evasión tributaria.

Para solucionar este problema y facilitar la tributación, el organismo ha creado el Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE), dirigido a los pequeños y medianos negocios, regentados por personas naturales. Este nuevo régimen tributario sustituye al sistema actual de pago de impuestos y reemplaza el pago de los Impuestos al Valor Agregado (IVA) y a la Renta (IR), a través de cancelaciones mensuales. Por lo tanto, los contribuyentes ya no necesitan llenar un formulario de declaración, solamente deben acercarse a los puntos de pago autorizados y pagar la cuota, de acuerdo a los promedios de tributación de estos sectores.



La inscripción al RISE es voluntaria y pueden acceder a él las personas naturales que desarrollen actividades comerciales, de servicios, agrícolas, transporte, manufactura, construcción y restaurantes, cuyos ingresos brutos no superen los \$60 mil en un año, y que no posean más de 10 trabajadores a su cargo.

En el caso de los contribuyentes en relación de dependencia, también pueden formar parte si sus ganancias no superan los \$7 850 anuales.

En las próximas semanas, el SRI iniciará el proceso de inscripciones al RISE. Se implementarán ventanillas especiales y se organizarán brigadas de inscripción en todas las provincias. Para ingresar a este sistema, el contribuyente debe tener su cédula, papeleta de votación y una factura de pago de cualquiera de los servicios básicos. Quienes se inscriban en el RISE no están obligados a llevar contabilidad, quedan exentos de pagar retenciones y pueden emitir facturas simplificadas.

#### **6.7.7. Marketing de microempresas**

En esta área no se trata solo de anunciarse, de hecho, la publicidad solo es uno de los componentes de la mercadotecnia. A través de esta herramienta, usted verificara todos los procesos que llevaran su producto o servicio al consumidor. Los aspectos comprendidos van desde la recaudación de datos acerca del mercado que entenderá, hasta ver los precios y promociones.

Para que su empresa sea un negocio rentable, debe olvidad la idea de vender uno a uno sus productos. Si no quiere efectuar este esfuerzo de “puerta a puerta”, no existe otra posibilidad.

Conocer a los clientes que permite generar hipótesis y supuestos, así como preguntas de negocios que nos acercan a conocer el comportamiento del consumidor. Por ello genera el

mayor número de hipótesis y preguntas de negocios permitirá tener un objetivo de la investigación claro que le ahorrará mucho tiempo en la recaudación de datos.

**EJEMPLOS DE PREGUNTAS CLAVE DE NEGOCIOS A SER RESUELTAS CON INVESTIGACIÓN :**

- ¿Cuáles son los hábitos de mis futuros clientes?
- ¿Cuáles son sus creencias y percepciones?
- ¿Cuántos clientes potenciales tendré en mi negocio?
- ¿Hasta dónde llega el área de influencia de mi negocio (que zonas atiende)?
  
- ¿Cuál es mi competencia real, es decir, microempresas similares que atienden la misma necesidad que el mía?
  
- ¿Qué tan diferente es mi producto o servicio de los ofrecidos por la competencia?
- ¿La gente de la zona realmente necesita lo que ofrezco?
- ¿La gente de la zona puede pagar mi producto o servicio?
- ¿Las respuestas a estas preguntas pueden cambiar con el tiempo?
- ¿Qué factores influirán en las respuestas a estas preguntas, al cabo de un tiempo?

Una vez que haya recopilado toda información es necesario que organice y analice. Lo único que necesita es un computador personal y en caso de no disponer un cuaderno con lapicero, lápiz y borrador, para capturar los datos analizados, no se desvíe de su objetivo inicial.

“La segmentación permitirá determinar variables como edad, sexo, nivel socioeconómico, estado civil, cultura, religión, personalidad, y zona donde habitan, entre otros elementos. Adicionalmente, puede realizar una investigación de mercados para conocer cuál es la actitud de los consumidores hacia el producto”.

En general cuando se busca información secundaria; resulta especialmente importante garantizar que la fuente informativa se desarrolle con metodologías sólidas, a fin de garantizar la veracidad de la información, en virtud que solo eso le permitirá tomar buenas decisiones. Todo punto clave implicará acciones a futuro, así que es fundamental que usted seleccione bien los puntos.

En general existen cuatro clases de aspectos claves:

- Oportunidades
- Amenazas
- Fuerzas
- Debilidades.

Las primeras son externas al negocio, las fuerzas y debilidades son inherentes al mismo, aunque difíciles de cambiar. No es trascendental que clasifique correctamente cada punto clave, sino que los detecte y defina las acciones que emprenderá a partir de ellos.

Es importante planear una serie de actividades que permitan

- Explotar las oportunidades
- Evadir y actuar las amenazas
- Aprovechar y destacar las fuerzas
- Disminuir las debilidades

“Además de conocer su negocio es importante que usted sepa cuál es el comportamiento del mercado, del sector y del ambiente político, social y económico predominante, todo esto para determinar las condiciones de la competencia y la actividad comercial para su

producto o servicio”. Hemos analizado la fase de integración del entorno. Ahora llegamos a la parte que necesitamos actuar para hacer de nuestra microempresa un éxito.

El primer paso para construir la estrategia de su microempresa es definir una serie de objetivos derivados de la situación de mercado. Un objetivo es un estilo donde queremos estar y debe ser específico, medible, realizable y con una fecha asociada ejemplo vender 50 cajas de tomate semanal, después de la inversión en el cultivo.

Con las metas determinadas será necesario delinear varias estrategias que respondan a la situación del mercado, la misma que es el rumbo de acción para cumplir un objetivo. Con el fin de optimar la organización y las estrategias, es fundamental agruparlas con base en la mezcla de mercadotecnia. Esta es una división que hace el mercadologo de un producto o servicio en cuatro subunidades manejables, con el fin de tomar decisiones y acciones en cada una, para así cumplir con sus objetivos de mercadotecnia las mismas que se detallan a continuación:

- Precio
- Producto
- Plaza
- Promoción

Este concepto llamado las cuatro P de la mercadotecnia, resulta muy útil para el diseño de las estrategias de mercado, a continuación se detalla sobre el resumen de las estrategias que puede trabajar cada P, misma que genera más oportunidades de éxito pro para su producto o servicio.

### 6.7.8. Cuadro resumen cuatro p

PRECIO	PRODUCTO	PLAZA	PROMOCIÓN
Precio de listas. Descuentos Formas y opciones de pago.	Variedad de productos ofrecidos Calidad Diseño Opciones ofrecidas al cliente. Marca Empaque Tamaño Servicios aledaños. Garantías Políticas de devoluciones.	Canales de distribución Cobertura de distribución Ubicaciones Inventarios Método de transportación.	Promotores Publicidad Fuerza de ventas Relaciones publicas Marketing directo.

**TABLA N. 17 Resumen cuatro p**

Cuadro resumen cuatro P

Elaborado: Autor

“El precio del producto debe ser similar al de la competencia. Es un error lanzar al mercado un producto con precios por debajo de la competencia sobre todo si se trata de un producto de prestigio, ya que existe el riesgo de que se vuelvan populares y no se logre el posicionamiento buscado”.

Los clientes satisfechos son la primera y valiosa fuente de recomendación, si esta por lanzar su producto promuévalo entre líderes de opinión de la comunidad a la cual le interesa llegar, la primera herramienta publicitaria es la llamada de boca a oreja. Arme degustaciones u obsequie periodos de prueba entre quienes toman las dediciones de prueba entre quienes toman las decisiones de compra en su segmento de mercado. Si ellos quedan satisfechos con sus artículos con sus artículos, comenzara la favorable cadena de

sugerencias. Fomente esta actividad. Recompense a sus clientes por las recomendaciones que hagan de su producto a servicio. Otra forma de fomentar la publicidad de boca en boca es premiando la lealtad de sus clientes. Identifique a los mas frecuentes, procure llamarlos por su nombre, ofrézcalos descuentos o promociones cuando vayan acompañado de nuevos clientes.

Uno de los conceptos básicos en mercadotecnia es el posicionamiento, el cual se inicia cuando el consumidor establece en su mente una clara diferencia del producto o servicio con el resto, nunca olvide de ofrecer a su cliente elementos de valor que la competencia no les dé. La promoción con su mercado debe incluir todo: desde un logotipo para su negocio hasta promociones en el área de publicidad y relaciones públicas.

Entre los emprendedores existe ideas preconcebidas sobre la poca utilidad de la mercadotecnia para los nuevos negocios, especialmente para quienes comienzan a pequeña escala.

Hay que hacer mercadotecnia, pero bien dirigida, imprimir volantes y distribuir en un semáforo equivale tirar a la basura. La publicidad debe estar en medios adecuados debido a que esas son las fuentes a la que acude su mercado, si sus clientes suelen escuchar una radio ahí debe registrar su publicidad. Estas actividades son tan importantes, que debe estar presupuestada como una proyección en su plan de la microempresa.

Más que gasto, es una inversión. Y, además, la competencia se ha intensificado tantos en diversos medios de comunicación. La mercadotecnia más cara es la que no se hace. Existen dos grupos de ganchos o motivadores para el consumidor, incentivos promocionales. Estos forman parte de una promoción especial que dará un tiempo definido, para un producto definido, y en condiciones definidas. Estos generalmente buscan una respuesta en ventas inmediata y en corto plazo.

Incentivos permanentes. Programas establecidos para motivar los procesos de compra y retener clientela. Buscan una lealtad más consolidada entre el mercado para ganarle a la competencia. Los valores agregados pueden ir desde una camiseta hasta complejos programas que complementan el estilo de vida, los portales de internet por ejemplo. Además se debe emplear un programa de lealtad, los mismos que se trata de una serie de beneficios adicionales, que sus clientes recibirán por utilizar sus productos o servicios.

Cuando su trabajo fructifique en ventas y posicionamiento, es conveniente seguir apoyando con promociones y publicidad, pero con un enfoque menos informativo. El precio se mantiene, los mismos que los puntos de venta. Enfóquese en la publicidad para la recordación de su marca.

“Deberá establecer estrategias que contemplen acciones en todos los ámbitos de la mercadotecnia, incluidos precios, productos, distribución y promoción recuerde que la estrategia tiene la finalidad de cumplir con el objetivo y que ésta debe ser acorde con un presupuesto que le permita obtener un beneficio económico”. “la microempresas fijan metas de mercadotecnia para alcanzar una participación determinada de la marca y desarrollan sus estrategias para cumplir esas metas”.

#### **6.7.9. Talento humano en las microempresas**

En una empresa debemos tomar en cuenta que usted es el capitán y su empresa es el barco. Crear una microempresa no sólo genera su propia fuente de ingresos, también se convierte en un empleador, manejar su microempresa requiere algo más de la forma de concretar su idea, esta requiere que usted trabaje los siete días de la semana, más de ocho horas diarias. También es fundamental que al principio usted se encargue de todo: tendrá funciones de chofer, mensajero, asistente, vendedor, trato con proveedores y, por supuesto de director,

tener una empresa resulta gratificante en todos los sentidos, pero también implica una vasta carga de responsabilidades.

Pero el emprendedor no tiene que pasar todos los procesos de creación y sostenimiento de un negocio. En realidad, se trata de un trabajo en equipo, por eso es que resulta esencial un reclutamiento acertado sobre sus compañeros de aventura, sus colaboradores.

#### **6.7.10. Contratación personal en las microempresas**

Cuando el emprendedor se enfrenta a la tarea de seleccionar a su personal es común que sienta diversos temores, los más frecuentes son:

Piensa que podrían robarle la idea o el portafolio de clientes

Teme que imiten el negocio o realicen fraudes

Que hagan muy mal su trabajo

Que se desarrollen serios conflictos entre su plantilla de empleados,

Generen una mala imagen de la empresa por fallas en el servicio.

Por eso resulta a que los emprendedores frecuentemente la mayoría contraen a familiares en su fase de arranque, pues considera que, al conocerlos, pueden confiarles en ellos. Esto siempre es una buena solución en realidad lo que importa es atraer gente profesional y de confianza en su empresa, es decir que pueda hacer aportaciones en su trabajo y sentidos de ética. Esto puede lograrse al seguir una atinada fase de reclutamiento.



### **Selección de solicitantes.**

Una vez presentada y publicada la vacante, recibirá una determinada cantidad de solicitantes interesados en el puesto. Deberá realizar en el primer filtro a través de una revisión rápida del currículum y solicitudes recibidas. Si muchos solicitantes no cumplen con el perfil descártelos, para quienes pasaron este filtro se debe contactarlos y entrevistarlos, lo más importante es que dedique, íntegramente, un par de días para realizar todo el proceso de entrevistas, ya que de otra forma tendrá que dejar sus actividades importantes de la microempresa durante más tiempo, además perdería continuidad en el proceso.

La entrevista es una de las partes más importantes del proceso de contratación, en virtud que se dará cuenta de la personalidad y cualidades de los seleccionados. Recuerde que siempre existe la posibilidad de lo escrito en el currículum o solicitud resulte vago o inexacto. Corroborar esos datos y ampliarlos, en general es uno de los objetivos de este encuentro.

Al realizar la entrevista, ocupe el currículum o solicitud del candidato como guía de proceso, posiblemente sea la primera vez que entrevista a alguien y se encuentre un tanto nervioso, es importante genera un ambiente agradable, rompiendo el hielo quizá con un par de preguntas personales, sencillas y explicando un poco su empresa. Observe, durante la conversación, la forma en el que la entrevistada habla, gesticula, la manera en que va vestido. Todo esto le dirá mucho sobre la personalidad del entrevistado.

Escuche muy bien lo que dice y su estilo, en general, si el entrevistado habla mal de su antiguo puesto o de la relación con su jefe anterior, probablemente sea una señal de conflicto, ya sea que le cueste trabajo respetar a la autoridad o tenga problemas para relaciones con otras personas. Haga un ejercicio de cómo solucionaría un problema en su microempresa.

### **6.7.11. Trámites para la creación de las microempresas**

Los trámites se fundamentan en:

Escoger giro de la microempresa que se requiere instalar

Definir localización donde se quiere establecer

Obtener permisos de certificación para uso específico.

### **6.7.12. Ubicación de las microempresas**

En los negocios de venta al público la ubicación es esencial, al cliente deberá brindar fácil acceso, una clara visibilidad y sobre todo, estar al paso se la zona donde vive o transita constantemente. Aun cuando la fuerza de su microempresa radique en el servicio a domicilio este punto es importante, pues debe encontrarse en una zona donde pueda atender mayor número de clientes en el menor tiempo.

“Antes de rentar cerciórese que la persona que le va hacer el trato es la autorizada para realizar la transacción. También verifique que los pagos por servicios públicos estén al corriente y que el contrato de arrendamiento se encuentre bajo las leyes vigentes de la ciudad o entidad correspondiente”

### 6.7.13. Ubicación de las microempresas

<b>ELEMENTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
	<p>Flujo constante de automóviles y peatones, elemental para las ventas para su negocio.</p> <p>Facilidad de estacionamiento</p> <p>Espacio necesario para no afectar el flujo de transeúntes, en caso de no disponer de estacionamiento privado.</p> <p>Zona agradable a la vista, que no sea conflictiva, con buena reputación, existencia de jardines que hagan agradable, lugar, limpieza general el nivel socio económico que corresponda a su microempresa.</p> <p>Puede clasificar a la población en clase baja, media, o alta.</p> <p>El nivel de competencia alrededor del local no le afecta negativamente.</p> <p>Para evitar la excesiva oferta de un servicio obtener mayor número de clientes.</p>

### 6.7.14. Como conseguir capital para una microempresa

“El hombre que está preparado tiene la mitad de la batalla ganada” Miguel de Cervantes.

Debemos tomar en cuenta las empresas financiera pública y privadas que están dando financiamiento como ejemplo Banco de Fomento Corporación Financiera Nacional entre otros.

## **LOS PLANES DEBEN SER VIABLES**

Uno de los errores fundamentales es que suele incurrirse durante los procesos de establecimiento de objetivos consiste en comprometerse en actividades que resultan imposibles de integrar en la vida profesional y personal. El simple hecho de apuntar exclusivamente a la mejora de ese tipo de objetivos puede ir acompañado de un espectacular aumento de eficacia.

Los problemas de aprendizaje que se establecen pasos prácticos y concretos son los que parecen tener mejores resultados.

Realizar, al menos, dos presentaciones formales cada mes y recibir el feedback de un colega en quien confíen.

Practicar con un amigo antes de llevar a cabo la presentación

Grabar el video la presentación y solicitar posteriormente la crítica de su jefe.

Recurrir al uso de presentadores para mejorar la eficacia de las charlas.

Hablar con personas que estén acostumbradas a dar conferencias interesantes y averiguar el modo en que las preparan; más concretamente, el modo en que se superan el miedo y se relajan.

El tipo de objetivos más adecuados para cada persona depende de las realidades concretas de su vida cotidiana.

No podemos olvidar que para poder trabajar en consecución de un determinado objetivo, habrá que disponer de un tiempo extra en un horario ya de por sí, bastante apretado.

---

CRITERIOS PARA LA PRESENTACIÓN DE UNA PROPUESTA DE PROYECTO

---

### **6.7.15. FORMATOS Y CONTENIDOS**

En la actualidad, no existe un formato único para la presentación de un proyecto. Sin embargo, es importante averiguar si la institución a la que llevaremos nuestro plan tiene algún formato específico para ello. De ser así, lo recomendable es formular nuestra propuesta de acuerdo con los criterios establecidos.

Si ese no fuera el caso, le presentamos algunos criterios sugeridos para la estructuración y formulación de un perfil de proyecto. No pretendemos con esto dar una fórmula única que deba seguirse al pie de la letra; al contrario, intentamos esbozar una estructura básica que puede usarse de manera flexible y adaptarse al tipo de institución y a las particularidades de cada situación.

Para formular un proyecto, es necesario considerar el punto de vista de la entidad a la que se va a presentar la propuesta. Por lo general, este tipo de instituciones recibe innumerables expedientes para su evaluación, sobre todo luego de haber realizado una convocatoria. En tal sentido, es fundamental redactar la propuesta de la forma más concisa, coherente y clara posible, de modo que facilite el trabajo de la persona responsable de su evaluación. Existe la creencia equivocada de que una propuesta correctamente elaborada tiene que ser voluminosa, pero no es cierto. Generalmente, una propuesta debería oscilar (sin incluir anexos) entre las ocho y diez páginas si se trata de pequeños proyectos. En el caso uno más extenso, lo recomendable es que el documento abarque las treinta o cuarenta páginas. Al final, se puede anexar toda la información (estadística, gráfica, etcétera) que sustente el plan.

#### **1. Carátula y tabla de contenido**

La carátula del documento debe contener la información básica y relevante sobre el proyecto, a la par de lucir un aspecto sobrio y profesional. Esto no quiere decir que se

tenga que realizar un gasto excesivo en materiales o cubiertas especiales, pues podría ser visto por las entidades donantes como un uso poco austero de recursos. De igual modo, muchas de estas instituciones (sobre todo las medioambientales) privilegian el uso de materiales que no atenten contra la naturaleza.

Los principales aspectos que se deben incluir en la carátula son:

- Nombre y logo de nuestra organización
- Nombre del proyecto (debe permitir identificar la naturaleza del proyecto, a la vez que la solución del problema previamente identificado)
- Mes y año de elaboración de la propuesta
- Contacto en nuestra institución (nombre del funcionario, teléfono, fax, correo electrónico, dirección)

Además de enviar una copia física de la propuesta, es recomendable anexar al documento una copia en un medio magnético (disquete, CD u otro) y enviar una copia adicional por correo electrónico. Esto permitirá compartir con mayor facilidad el documento entre los funcionarios responsables de la evaluación de la propuesta en la entidad donante.

Si la extensión del documento es superior a cinco páginas, se deberá incluir una tabla de contenidos que permita una más fácil ubicación de sus secciones.

## **2. Resumen ejecutivo**

Por lo general, el resumen ejecutivo es una de las principales secciones de una propuesta de proyecto. Esta sección constituye el punto de partida que despierta el interés de la persona responsable de la evaluación. En tal sentido, es fundamental poner especial cuidado en su redacción y consistencia. Como su nombre lo dice, un resumen ejecutivo es una síntesis de la información más relevante del proyecto. Por lo general, se

recomienda que su extensión no exceda las dos páginas. El resumen ejecutivo debe incluir:

- Descripción breve sobre el problema identificado
- Explicación sobre la solución del problema motivo del proyecto, que incluya sus actividades, el número de beneficiarios, cómo y dónde operará, el tiempo requerido y el personal responsable de su ejecución
- Los fondos requeridos para la operación del proyecto y los planes que garanticen su sostenibilidad en el futuro.
- Una corta reseña (un párrafo) que incluya de manera breve la historia, actividades y capacidad de su institución para llevar a cabo el proyecto propuesto.
- El resumen ejecutivo debe ser redactado al final, una vez terminada la elaboración de la propuesta. Hay que tener en cuenta que, en muchos casos, esta es la única parte de la propuesta que leen los evaluadores para decidir si continúan revisándola o la dejan de lado. Por ello es importante poner especial cuidado en su redacción

## **Estructura del proyecto**

A continuación sugerimos una estructura con los principales componentes de una propuesta de proyecto. Como lo mencionamos anteriormente, no existe una estructura rígida para la presentación, esta debe adecuarse a las particularidades de cada situación.

### 1. Información general

- 1.1. ***Nombre del proyecto.*** Debe permitir identificar la naturaleza del proyecto y a la vez la solución del problema previamente identificado.



- 1.2. *Entidad responsable:* Indicar el nombre de las entidades responsables del proyecto, así también los datos del personal para establecer contacto.
- 1.3. *Período de duración:* Tiempo que tomará la ejecución del proyecto.
- 1.4. *Localización:* Señalar la ubicación geográfica que tendrá la sede del proyecto, así como el ámbito en el que se desarrollarán las actividades del mismo, indicando para cada caso la localidad, distrito, provincia, departamento.
- 1.5. *Monto total:* Indicar los recursos monetarios que demandará la ejecución del proyecto, expresado en la moneda del país de origen de la entidad a la que se solicita el financiamiento. Dicho monto se desagregará en: aporte de la cooperación técnica internacional, de la contrapartida nacional, de los beneficiarios y de otras fuentes, si las hubiera. Si se hiciera en una moneda local, indicar el tipo de cambio utilizado.

## **2. Introducción y diagnóstico**

Esta sección se orienta, básicamente, a describir el problema central y a demostrar la calidad y calificación de la organización que implementará el proyecto.

Como se ha mencionado, es preciso elaborar esta sección tratando de dar la mayor cantidad de elementos de juicio que apoyen nuestra propuesta. Se recomienda evitar ser declarativo al momento de definir el problema. No se debe describir el problema sobre la base de la experiencia personal o sobre creencias. Se debe procurar respaldar el contenido de la propuesta con argumentos sólidos, como estadísticas actualizadas, fotos o la opinión de expertos o instituciones acreditadas.

En la parte del diagnóstico se debe describir la situación actual identificando la problemática que se quiere solucionar, la misma que no se puede resolver con los recursos humanos y materiales existentes, por lo que surge la necesidad de recurrir al apoyo de la cooperación internacional. Asimismo, se debe captar la atención del donante sobre la urgencia del tema planteado.

Se debe procurar convencer al donante de cómo los objetivos y capacidades institucionales de nuestra organización calzan con el objetivo del proyecto, de tal manera que se asegure el éxito del mismo.

Es recomendable, asimismo, tomar en cuenta que muchos donantes tienen interés en proyectos presentados por consorcios de ONG o en algún tipo de alianza que asegure un mayor respaldo institucional a la intervención del proyecto.

### **3. Definición del problema y sus causas**

Se debe especificar de la manera más clara y precisa el problema central identificado, así como sus características cualitativas y cuantitativas.

Uno de los errores más comunes en la especificación del problema consiste en expresarlo como la negación o falta de algo. En vez de ello, el problema debe plantearse de tal forma que permita encontrar diferentes posibilidades de solución.

Luego de haber sido definido el problema central motivo del proyecto, se debe determinar tanto las causas que lo generan como los efectos negativos que este produce. Para ello, lo más recomendable es elaborar un árbol que interrelacione en forma directa e indirecta las causas con el problema central y con los efectos generados. A esta herramienta se la conoce como el árbol causa-efecto.

#### **4. Objetivo del proyecto**

Tanto el objetivo central como los objetivos específicos deben reflejar los cambios que se espera lograr con la intervención del proyecto. Se debe evitar el planteamiento de objetivos muy amplios, ambiciosos y confusos. Por el contrario, es preferible redactarlos de una manera clara cuya descripción no se extienda más de una página y de modo que reflejen lo realmente alcanzable de acuerdo con la magnitud de la inversión. Es recomendable numerar los objetivos específicos como: *Objetivo 1*, *Objetivo 2*, etcétera, de manera que ayude a su rápida identificación y referencia en el documento.

#### **5. Actividades y cronograma de ejecución**

Esta sección es importante porque en ella se explica lo que se va a hacer con el financiamiento solicitado. En tal sentido, es necesario que las actividades guarden consistencia con el presupuesto del proyecto, así también se debe evidenciar en forma clara cómo estas permitirán el logro de cada uno de los objetivos planteados. Es recomendable hacer un cronograma con las principales actividades consideradas durante la ejecución del proyecto y agruparlas de acuerdo con el objetivo específico al cual pertenecen.

#### **6. Personal**

Las entidades donantes tienen mucho interés en garantizar el éxito del proyecto para el cual proveen financiamiento. En tal sentido, una breve descripción sobre el nivel de calificación y la experiencia de los profesionales o personas que se harán cargo de la ejecución del proyecto ayudará a convencer al donante de que la ejecución del proyecto se realizará con los recursos humanos adecuados, de modo que se garantice el éxito de su implementación.

## **7. Sostenibilidad**

Dada las restricciones financieras de las entidades cooperantes, estas no desean comprometerse a financiar proyectos que generarán una necesidad de apoyo externo permanente ni apoyar proyectos que dejen de funcionar al cerrarse el financiamiento del proyecto. Por ello es importante mostrar en qué medida los actores locales podrán asumir el proyecto luego de que este concluya. En tal sentido, es importante mostrar en la propuesta una estrategia de sostenibilidad que permita asegurar la operación proyecto y que haga saber a la entidad donante que sus recursos no se perderán una vez finalizada la implementación del mismo. En este punto es necesario expresar en forma específica las actuales y futuras fuentes financieras que garanticen la viabilidad financiera del proyecto en el largo plazo.

## **8. El presupuesto**

Al igual que el resumen ejecutivo, el presupuesto es una de las secciones de mayor importancia para las entidades donantes. Luego de haber definido las necesidades y establecido el plan de trabajo y las metas, se puede proceder a elaborar un presupuesto inicial que indique con exactitud el flujo total de recursos necesarios para la implementación del proyecto. Si el presupuesto tiene un número excesivo de componentes, es preferible presentar una versión resumida del presupuesto agregado en principales categorías. Se recomienda que el cuadro con el presupuesto no exceda de una página para un fácil análisis y comparación de los componentes del mismo.

Por lo general, muchas instituciones donantes tienen interés en que el financiamiento de las propuestas sea compartido por otras instituciones, así como por la institución solicitante. En tal sentido, si este fuera el caso, incluya en el presupuesto el monto de financiamiento que corresponde a cada institución. Asegúrese de especificar la moneda

utilizada en el cuadro del presupuesto. Es preferible usar la moneda del país de origen de la institución donante. Si utiliza la moneda local, incluir el tipo de cambio utilizado.

## **9. Evaluación y monitoreo**

Muchas entidades cooperantes valoran que un proyecto incluya una sección de evaluación y seguimiento que describa cómo serán medidos los efectos de la intervención. En esta sección se puede incluir una descripción narrativa de quién asumirá la responsabilidad de la evaluación del proyecto, las metodologías de evaluación a utilizarse así como los indicadores. Esta sección deberá hacer referencia al marco lógico previamente desarrollado.

## **10. Anexos**

En esta sección se deberá incluir toda la información relevante (estadísticas, fotografías, cartas de autoridades, involucrados, etcétera). Asimismo, se puede incluir la matriz del marco lógico, así como desarrollar con mayor detalle el cronograma de trabajo, entre otros.

### **Créditos en entidades públicas**

En nuestro país la existen varias alternativas en las instituciones públicas que nos brindan créditos para los emprendedores, podemos citar entre los más importantes a la Corporación Financiera Nacional y al Banco Nacional de Fomento, me permito detallar los procesos que se deben seguir en estas instituciones para obtener un crédito los emprendedores.

#### **Corporación Financiera Nacional**

##### **Socio empresa - capital de riesgo directo**

Definición de Emprendedor: Estudiantes universitarios de último año de pregrado; estudiantes de postgrado; y personas que hayan egresado de una carrera universitaria durante los últimos cinco años. Los emprendedores deberán demostrar que no tiene al momento del crédito otro negocio en marcha.

La Corporación Financiera Nacional puede participar en empresas como accionista minoritario (hasta el 75% del Capital Social) en empresas del sector productivo de interés institucional, que se enmarca dentro de las políticas del Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Estratégico Institucional. Los beneficiarios pueden ser empresas o emprendedores que quieran iniciar una actividad productiva, incorporando tecnologías innovadoras, reconversión industrial o valor agregado.

Las inversiones de la CFN se realizarán en un plazo comprendido entre 5 y 20 años, y el potencial beneficiario estará dispuesto a suscribir un convenio de accionistas, en el que se detalle la fecha potencial de inicio de la desinversión, la incorporación de prácticas de Buen Gobierno Corporativo, adopción de prácticas amigables al medio ambiente, de acuerdo a la legislación ecuatoriana y aplicables de organismos multilaterales de crédito y estar dispuesta a inscribir su empresa en el Consejo Nacional de Valores y las Bolsas del país, para su desinversión.

Sectores beneficiarios de los recursos:

- Sector Productivo.
- Sector Industrial.

**Para aplicar se debe entregar:**

Una solicitud suscrita por el interesado conjuntamente con una universidad o agencia de desarrollo local, que abalice el proyecto.

El proyecto de factibilidad del emprendedor, avalado y patrocinado por la universidad o la agencia de desarrollo.

Si eres un emprendedor y quieres iniciar una empresa, que cuente con un factor diferenciador, la Corporación Financiera Nacional te ofrece dos opciones interesantes que te brindan la posibilidad de consolidar tu propio negocio: 1) Participación Accionaria: con la que aportamos capital en tu proyecto de empresa, ó, 2) Crédito: que puede ser realizado a través de las líneas de crédito de primero y segundo piso y microcrédito.

### **Opción participación accionaria - capital de riesgo.**

#### **Podemos invertir en proyectos de:**

1. Valor Agregado.
2. Reconversión Industrial.
3. Tecnologías Innovadoras de Producción.

#### **Para aplicar se debe entregar:**

1. Una solicitud de preanálisis para ser calificado como sujeto de inversión.
2. Una solicitud suscrita por el interesado conjuntamente con una universidad o agencia de desarrollo local, que abalice el proyecto.
3. El proyecto de factibilidad del emprendedor, avalado y patrocinado por la universidad o la agencia de desarrollo local.

#### **Condiciones de la inversión:**

1. Participación máxima de la CFN: 49% en el capital de la empresa.
2. Plazo de inversión entre 5 y 20 años, dependiendo de la capacidad de generación de flujos futuros de la empresa, sector y potencial de crecimiento.
3. El emprendedor debe estar dispuesto a conformar una empresa que adopte políticas de buen gobierno corporativo y políticas ambientales amigables.

4. Suscribir un acuerdo de uso de recursos.
5. Estar dispuesto a que la desinversión de las acciones de la CFN se realice a través de las Bolsas de Valores del país.

### **Opción crédito para emprendedores:**

El emprendedor tiene 3 alternativas de operar con crédito:

1. Crédito Directo De Microcrédito.
2. Crédito Directo De Primer Piso.
3. Crédito De Segundo Piso.

En todas las alternativas, el emprendedor debe entregar:

1. Una solicitud de preanálisis para ser calificado como sujeto de crédito.
2. Una solicitud suscrita por el interesado conjuntamente con una universidad o agencia de desarrollo local, que abalice el plan de negocios.
3. El plan de negocios del emprendedor, avalado y patrocinado por la universidad o la agencia de desarrollo local.

### **I) Microcrédito.**

Dentro de la facilidad de Crédito Asociativo, Línea Crecer, bajo condiciones especiales

1. Beneficiario Final.

Personas naturales o jurídicas con un perfil financiero adecuado. En el caso de personas jurídicas, éstas deberán ser creadas específicamente para el proyecto de emprendimiento, o presentar el proyecto a través de empresas existentes; pero inactivas.

### **2. Modalidad.**

Microcrédito individual hasta \$20.000 o asociativo directo con un grupo de hasta cinco emprendedores.



### 3. Monto máximo financiamiento.

Hasta \$20.000 por crédito individual.

Hasta \$100.000 por proyecto de emprendimiento para crédito asociativo.

### 4. Financiamiento CFN.

Hasta el 100% del plan de inversiones excluyendo gastos de capital de trabajo no operativo (administración y ventas).

### 5. Aplicación de período de gracia y casos especiales.

De acuerdo a las características del proyecto (demostrando la necesidad).

## **6. Garantías Especiales.**

Quirografarias más un garante solidario. En caso de que se financie activos fijos se podrá pedir prenda o hipoteca de éstos.

## **7. Instrucciones Especiales.**

Asistencia Técnica: Las entidades por la asistencia técnica brindada, recibirán una retribución que será cubierta por el cliente, que estará incluida en el crédito aprobado dentro del plan de negocios.

## **II) Crédito Primer Piso.**

Dentro de la facilidad de Crédito Directo para el Desarrollo, bajo condiciones especiales.

### **1. Beneficiario Final.**

Personas naturales o jurídicas con un perfil financiero adecuado o condicionado. En el caso de personas jurídicas, éstas deberán ser creadas específicamente para el proyecto de emprendimiento, o presentar el proyecto a través de empresas existentes; pero inactivas.

### 3. Monto mínimo y máximo financiamiento

<b>MÍNIMO</b>	<b>MÁXIMO</b>
\$ 20.000	100.000

### 3. Financiamiento CFN.

Hasta el 100% del plan de inversiones excluyendo gastos de capital de trabajo no operativo (administración y ventas).

#### 4. Garantías Especiales.

100% garantías adecuadas. En caso de que se financie activos fijos se podrá solicitar la prenda o hipoteca de éstos. Para la constitución de garantías reales, el costo del avalúo será asumido por la CFN, utilizando sus propios técnicos (previa calificación SBS).

### 4. Instrucciones Especiales.

Asistencia Técnica: Las entidades por la asistencia técnica brindada, recibirán una retribución que será cubierta por el cliente, que estará incluida en el crédito aprobado dentro del plan de negocios. La administración elaborará el cuadro de tarifas por concepto de asistencia técnica que brindarán las entidades a los emprendedores. Este rubro estará comprendido dentro del plan de inversión del proyecto a financiarse.

### III) Crédito Segundo Piso

<b>MONTO</b> \$	<b>CREDITICIO</b>	<b>TASA</b>	<b>PLAZO</b>	<b>GRACIA</b>	<b>GARANTÍA</b>
Hasta 20.000	Hasta \$100.000 Multisectorial	Redescuento -2%	Definido por IFI HASTA 10 años.	Definido por IFI, hasta un año credimicro, hasta tres años multisectorial.	60% de garantías otorgados por el FOGAMYPE

**TABLA N. 18 Crédito Segundo Piso**

Elaborado: Autor

Fuente: Corporación Financiera Nacional

## CRÉDITOS BANCO NACIONAL DE FOMENTO

### Crédito de desarrollo humano

- Sujetos de crédito, todas las personas naturales, que consten en la base de datos del Programa de Bono de Desarrollo Humano y cuenten con unidades de producción, comercio, servicios, en funcionamiento de por lo menos 6 meses.
- Financiamiento: Se financiará hasta el 100% de la inversión.
- Interés: La tasa de interés será del 5% anual.
- Monto: Hasta USD \$ 360
- Plazo : Hasta 1 año

#### Requisitos:

1. Copias a color de cédula de ciudadanía.

2. Copia de la papeleta de votación actualizada.
3. Copia del comprobante de pago de: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio.

### **Microcredito**

- Sujetos de crédito: Todas las personas naturales o jurídicas, que realicen actividades de producción, comercio, o servicios.
- Financiamiento: Se financiará hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse.
- Interés: La tasa de interés será del 11% anual para el sector de producción y del 15% anual para el sector de comercio y servicio.
- Monto: Hasta US \$ 7.000
- Plazo: Hasta 5 años
- Destino del crédito: Capital de trabajo y activos fijos
- Garantía: Quirografarias (personal).

### **Requisitos:**

1. Copia a color de la cédula de ciudadanía (solicitante, garante y cónyuges)
2. Copia de la papeleta de votación actualizada. (solicitante ,garante y cónyuges)
3. Copia del comprobante de pago de: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio. (solicitante y garante).
4. Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) o el Registro Único de Contribuyentes Simplificado (R.I.S.E.).
5. Declaración Impuesto a la Renta.

### **Crédito 555**

- Sujetos de crédito, Todas las personas naturales o jurídicas privadas legalmente constituidas, que se encuentren relacionadas con la producción, comercio o servicios.

FINANCIAMIENTO	MONTO	PLAZO	INTERÉS	DESTINO DEL CRÉDITO	GARANTÍA
Hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse.	Desde USD \$100 hasta USD \$ 5000	Hasta 5 años.	La tasa de interés será del 5% anual.	Capital de trabajo y activos fijos	Quirografarías (personal).

**TABLA N. 19 Crédito 555**

Elaborado: Autor

Fuente: Corporación Financiera Nacional

### **Requisitos:**

1. Copia a color de cédula de ciudadanía (solicitante ,garante y cónyuges)
2. Copia de las papeleta de votación actualizadas. (solicitante ,garante y cónyuges)
3. Copia del comprobante de pago de: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio. (solicitante y garante).
4. Registro Único de Contribuyente (RUC) o el Registro Único de Contribuyentes Simplificado (RISE).
5. Contrato de arrendamiento y/o título de propiedad del lugar de la inversión.
6. Factura o pro forma de los bienes a adquirirse.
7. Declaración Impuesto a la Renta.

### **6.8. Administración de la propuesta**

#### **Recursos humanos, materiales, económicos**

Para la ejecutar mi propuesta se requerirá el consecutivo talento humano:

- Capacitadores

- Secretaria de la Junta Parroquial
- Población económicamente activa de la Parroquia Antonio José Holguín

#### **6.8.1. Recursos materiales**

- Computadoras
- Proyectoras Digitales
- Retroproyectoras
- Pantallas
- Suministros de oficina.
- Bibliografía

#### **6.8.2. Recursos económicos**

Los Recursos económicos para el desarrollo de la presente propuesta serán tomados de los fondos de la Ilustre Municipio del Cantón Salcedo y la Junta Parroquial de Antonio José Holguín, que tiene para su autofinanciamiento y el presentar la siguiente propuesta aspiramos que las autoridades del Municipio y la junta se motiven y nos ayuden con una asignación de capacitación facilitando los quipos indispensables y apoyando con el pago a los profesionales que capacitaran en las diferentes temáticas.

### 6.8.3. Presupuesto para la Capacitación de Emprendimiento

PRESUPUESTO PARA LA CAPACITACIÓN DE EMPRENDIMIENTO  
DE MICROEMPRESAS EN LA PARROQUIA ANTONIA JOSÉ HOLGUÍN

<b>IDENTIFICACION DE INVERSIONES</b>			
<b>BIENES Y SERVICIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V.UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL \$</b>
COMPUTADORA	1,00	1200,00	1200,00
INFOCUS	1,00	1200,00	1200,00
DVD	1,00	120,00	120,00
ESTEREO	1,00	300,00	300,00
TELEVISOR	1,00	600,00	600,00
GRABADORA	1,00	200,00	200,00
IMPRESORAS	1,00	200,00	200,00
MOVILIZACION	36,00	5,00	180,00
ALIMENTOS Y BEBIDAS	4500,00	0,75	3375,00
CAPACITADORES	450,00	9,00	4050,00
IMPREVISTOS			1000,00
			<b>12425,00</b>

**TABLA N. 20** Identificación de inversiones

Presupuesto de la propuesta

Elaborado por: Autor

### 6.9. Previsión de la Evaluación

- La implementación del Perfil del negocio a crear, su mini plan técnico de negocios y presentación del mismo al final del evento.
- La evaluación técnica de seminario de formación de emprendedores en la creación de microempresa se lo realizará a través de una evaluación práctica a los participantes.

Talleres vivenciales a realizarse en el programa de capacitación.

Se realizan al menos 14 talleres vivenciales durante la semana de capacitación de acuerdo a las temáticas establecidas.

### **6.9.1. Evaluación inicial**

Consiste en analizar y establecer la viabilidad de los proyectos en los campos científico, técnico, administrativo y político. El criterio que permite este logro es buscar la convergencia y coherencia entre los enunciados de la misión y la visión con los objetivos, estrategias, políticas, metas y acciones que contempla el proyecto institucional y del área.

### **6.9.2. Evaluación de proceso**

Consiste en establecer herramientas de supervisión y monitoreo que permitan determinar en cualquier momento el nivel de pertinencia, eficiencia y eficacia de la implementación y desarrollo del proyecto.

### **6.9.3. Evaluación final**

Se establecerá la objetividad de los resultados alcanzados con la ejecución de la planificación y el presente proyecto a nivel de cumplimiento de objetivos. Se produce impacto positivo cuando la acción es pertinente al objetivo.

El criterio para medir eficiencia es estableciendo los costos de los recursos materiales, técnicos y humanos utilizados para el logro de los objetivos planificados. Otro criterio importante es observar la regularidad y prioridad con que se ejecutan las acciones



## **BIBLIOGRAFIA**

- ARELLANO, (1.994). Investigación y Marketing
- BARNER, T. (s/f). Como lograr un Liderazgo Exitoso
- ERIK ,M. (2.004) Mercadotecnia
- FERNÁNDEZ. (s.f). Maestrías para el Desarrollo de la UCB y líder del equipo de investigación del GEM-Bolivia
- 
- FREYRE, A.(s/f) Pasión por Emprender de la idea a la Cruda Realidad
- GOLEMAN, D. y otros (), El Lider Resonante Crea Mas.
- GOMEZ FERNANDEZ (2000) Contabilidad Básica
- GRAW HILL, (s/f). Liderazgo En Acción
- HAY, L. (1998). Gratitud
- HELLRIEGEL SLOCUM, Woodman, Comportamiento Organizacional, octava edición.
- Herrera, E y otros. (2.000). Tutoría de Investigación
- NARANJO, W. (2000). Revista por ti Santa Lucia
- RODRÍGUEZ, (2006). Administración 1
- SOLÍS WENDY ENTREPRENEUR Guía para Negocios
- AMABILE TERESA M. DRUKER PETER; W CHANKIM Creatividad e innovación.
- THIERRY C. y otros. (2.004). Guía para la creación de empresas
- BOBADILLA, PERCY. (1.998) Diseño y evaluación de proyectos de desarrollo Lima: PACT.
- INTERNACIONAL PLANNED PARENTHOOD FEDERATION. Guide for Designing Results Oriented Projects and Writing Successful Proposals. New York: IPPF/WHR.

- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS. (2.003). Dirección General de Programación Multianual del Sector Público. Guía general de identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública a nivel de perfil. Lima: MEF/DGPMSP.
- CALDAS, M. (1.995). Preparación y Evaluación de Proyectos
- NEGRÓN, F. y otros. (2.003). de gestión descentralizada de la cooperación internacional. Lima: Grupo Propuesta Ciudadana.
- THE FOUNDATION CENTER. (2004)Curso Breve para Escribir Propuestas. New York: The Foundation Center.

## **PÁGINAS DE INTERNET**

- <http://www.bancofomento.gov.ec>
- <http://www.corporacionfinancieranacional.gov.ec>
- <http://www.serviciosecuadorianodecapitacion.gov.ec>
- <http://www.ministeriodeinclusionessocialyeconomica.gov.ec>
- <http://www.gemconsortium.org>
- <http://www.apuntesgestion.com>
- <http://www.geocities.com>
- <http://www.luibar.geo/planificacion>
- <http://www.eswikipedia.org/wiki>
- <http://www.securitycomeradistributon.com>
- [http://www.Enviro Web eaplications web. Design](http://www.EnviroWeb.com)
- [http://www. Corporación financiera nacional.gov.ec](http://www.Corporaciónfinancieranacional.gov.ec)
- [http://www. banco nacional de fomento.gov.ec](http://www.banco nacional de fomento.gov.ec)
- [http://www. Servicioderentasinternas](http://www.Servicioderentasinternas)

# **ANEXOS**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADOS**

**PROYECTO DE TESIS DE GRADO**

**DATOS INFORMATIVOS**

FECHA: Junio de 2009

LUGAR: Parroquia Antonio José Holguín

INVESTIGADOR: Marcela Naranjo

ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI, ECUADOR.

**OBJETIVO**

La presente encuesta tiene el propósito de determinar las acciones del escaso emprendimiento, en la limitada creación de microempresas en los habitantes de la Parroquia Antonio José Holguín del Cantón salcedo, Provincia de Cotopaxi, Ecuador.

**INSTRUCCIONES**

- 1.- Solicito de la manera más comedida se llene la presente encuesta de manera sincera para obtener una información verídica.
- 2.- La encuesta es personal y anónima, por lo tanto no registre su nombre ni firma.
- 3.- En cada pregunta ponga una sola respuesta señale con una "X" en la casilla que usted considere adecuada.

## CUESTIONARIO

1.- ¿Conoce usted sobre emprendimiento?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

2.- ¿Se considera usted una persona emprendedora?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

3.- ¿Es usted una persona triunfadora?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

4.- ¿Sueña con el logro de días mejores para usted y su familia?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

5.- ¿Conoce usted sobre autoestima?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

6.- ¿Ha escuchado hablar de las microempresas?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

7.- ¿Usted ha recibido capacitación como emprendedor para la creación de Microempresas?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

8- ¿Está motivado para la creación de una microempresa?

- a) Poco ( )
- b) Bastante ( )
- c) Nada ( )

9.- ¿Le gustaría recibir capacitación sobre emprendimiento para la creación de Microempresas?

- Si ( )
- No ( )

10.- ¿Frente a algún problema o inconveniente cómo reacciona?

- a) Alegre ( )
- b) Deprimido ( )
- c) Triste ( )
- d) Enojado ( )
- e) Tranquilo ( )
- f) Ansioso ( )
- g) Estresado ( )

11.- ¿Cuál es su autoestima diaria?

- a) Baja ( )
- b) Alta ( )
- c) Desconoce ( )

12.- ¿A qué actividad se dedica usualmente?

- a) Empleado Público ( ) Privado ( )
- b) Por cuenta propia ( )
  - 1. Agricultura ( )
  - 2. Ganadería ( )
  - 3. Artesanal ( )

13.- ¿Si trabaja por cuenta propia, tiene una microempresa?

a) Si ( )

b) No ( )

14.- ¿En caso de trabajar por cuenta propia, trabaja con:...?

a) Amigos ( )

b) Familiares ( )

c) Vecinos ( )

d) Otros ( )

15.- ¿Cuántas personas sean familiares, amigos u otros trabajan con usted...?

a) de 1 a 5 personas ( )

b) 10 persona ( )

c) más de 10 personas ( )

16.- Si usted tuvo alguna vez o emprendió una microempresa y actualmente ya no posee por qué razón abandonó esta actividad?

a) Falta de emprendimiento ( )

b) Poca capacitación ( )

c) Mucha competencia ( )

d) Otros ( )

17.- Considera usted, que si es dueño de una microempresa mejoraría su nivel económico y de su familia?

a) Si ( )

b) No ( )

c) Tal vez ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## FOTOGRAFÍAS DE LA PARROQUIA ANTONIO JOSÉ HOLGUÍN







**SANTA LUCIA**



**LA UNIÓN**



**BARRIÓ LA LIBERTAD**



**BARRIO CHASUALO N.1**