



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

TEMA: “LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRENDEDORES
VINCULADOS A CORPOAMBATO EN LA PROVINCIA DE
TUNGURAHUA ENTRE LOS AÑOS 2010-2012”.

AUTOR: LIDA ALEXANDRA CHÁVEZ VALLE

TUTOR: Econ. PATRICIA LÓPEZ

AMBATO – ECUADOR

2014

CERTIFICACIÓN

Certifico que la presente tesis de grado realizada por la Señorita Lida Alexandra Chávez Valle, egresada de la carrera de Economía de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, es un trabajo personal e inédito que se desarrolló bajo mi tutoría; con el tema: **“LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRENDEDORES VINCULADOS A CORPOAMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ENTRE LOS AÑOS 2010-2012”**, acogiéndose a la modalidad de trabajo estructurado de manera independiente.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad.



Eco. Patricia López

TUTOR DE TESIS

AUTORÍA

La responsabilidad del contenido presentado en la tesis de grado: “LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRENDEDORES VINCULADOS A CORPOAMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ENTRE LOS AÑOS 2010-2012”, nos corresponde exclusivamente a mí: Chávez Valle Lida Alexandra autor del trabajo, y a la Econ. Patricia López, tutor de tesis.



Lida Alexandra Chávez Valle

AUTOR



Eco. Patricia López

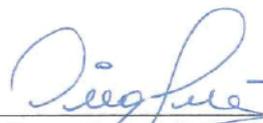
TUTOR DE TESIS

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Calificación de Grado, una vez revisado, aprueban el trabajo de investigación con el tema: **“LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRENDEDORES VINCULADOS A CORPOAMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ENTRE LOS AÑOS 2010-2012”**, elaborado por la Señorita Lida Alexandra Chávez Valle, de acuerdo al Art. 15 del Reglamento de Graduación de la Universidad Técnica de Ambato; por lo que remiten el presente trabajo para su uso y custodia en las dependencias de la Facultad y la Universidad.

Ambato, Mayo del 2014.

Para constancia firman:



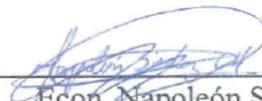
Econ. Diego Proaño.

Presidente del Tribunal Calificador



Econ. Washington Romero.

Docente Calificador



Econ. Napoleón Sánchez.

Docente Calificador

DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, quienes con su ejemplo de amor, perseverancia y sacrificio han sabido construir una familia unida y sólida. Sin su esfuerzo, ánimo y cariño no hubiese podido culminar esta etapa de mi vida.

Con cariño y admiración

Lidita

AGRADECIMIENTOS

A Dios por acompañarme en cada paso de mi camino, por ser un amigo silencioso pero muy justo y generoso.

Deseo agradecer de todo corazón a mi familia, junto a quienes he podido disfrutar los momentos más amenos de mi existencia. Gracias por nunca dejarme sola, por levantarme en mis caídas y compartir mis logros, hacia ustedes mi cariño más profundo y sincero. No deseo citar nombres..... para mí todos son muy importantes!.

Con infinito amor deseo expresar mi agradecimiento a mi compañero de vida, Christian. Gracias por ser una bendición en mis días, juntos lo podemos todo... esta es una pequeña muestra!

Finalmente mis más sinceros agradecimientos al Ing. Marcelo Mantilla, quien aportó con su conocimiento a la elaboración de este trabajo investigativo; al mismo tiempo a la Econ. Patricia López, tutora de mi tesis y a todos mis maestros quienes me formaron con sapiencia en esta bella carrera.

Lidita

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

A. PÁGINAS PRELIMINARES

Portada.	i
Certificación.	ii
Autoría.	iii
Aprobación del Tribunal de Grado.	iv
Dedicatoria.	v
Agradecimientos.	vi
Índice General de Contenidos	vii
Índice de Gráficos y Cuadros.	ix
Índice de Tablas.	xi
Resumen Ejecutivo.	xiv

Introducción.	1
---------------	---

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

1.1 Tema.	3
1.2 Planteamiento del Problema.	3
1.2.1 Contextualización.	3
1.2.1.1 Macrocontextualización.	3
1.2.1.2 Mesocontextualización.	8
1.2.1.3 Microcontextualización.	9
1.2.2 Análisis Crítico.	11
1.2.3 Prognosis.	13
1.2.4 Formulación del Problema.	14
1.2.5 Preguntas Directrices.	14
1.2.6 Delimitación del objeto de estudio.	14
1.2.6.1 Delimitación de contenido.	14
1.2.6.2 Delimitación espacial.	14
1.2.6.3 Delimitación temporal.	15
1.3 Justificación.	15
1.4 Objetivos.	16
1.4.1 Objetivo General.	16
1.4.2 Objetivos específicos.	16

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos.	17
2.2 Fundamentación Filosófica.	23
2.3 Fundamentación Legal.	25
2.4 Categorías Fundamentales.	26
2.4.1 Superordinación.	26

2.4.2 Constelación de ideas.	27
2.4.3 Descripción Conceptual de la Variable Independiente.	28
2.4.4 Descripción Conceptual de la Variable Dependiente.	45
2.5 Hipótesis.	56
2.6 Señalamiento de Variables.	56
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	57
3.1 Enfoque de la Investigación.	57
3.2 Modalidad de la Investigación.	57
3.3 Nivel de la Investigación.	58
3.4 Población y Muestra.	59
3.4.1 Población.	59
3.4.2 Muestra.	60
3.5 Operacionalización de las Variables.	61
3.6 Plan de Recolección de Información.	62
3.7 Plan de Procesamiento de la Información.	64
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTREPRETACIÓN DE RESULTADOS.	65
4.1 Análisis de datos.	65
4.1.1 Análisis de encuestas a los emprendedores.	66
4.2 Interpretación de Datos.	99
4.3 Verificación de la hipótesis.	101
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones.	104
5.2 Recomendaciones.	105
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	107
6.1 Datos Informativos.	107
6.2 Antecedentes.	107
6.3 Justificación.	108
6.4 Objetivos.	109
6.4.1 General.	109
6.4.2 Específicos.	109
6.5 Análisis de factibilidad.	110
6.6 Teoría Científica.	113
6.7 Modelo Operativo.	116
6.8 Plan de Acción.	117
6.9 Administración de la Propuesta.	220
6.10 Evaluación de la Propuesta.	220
7. BIBLIOGRAFÍA	222

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1: Actores involucrados en las políticas de desarrollo emprendedor.	4
Gráfico 1.2: Árbol de Problemas.	11
Gráfico 2.1: Categorías Fundamentales Superordinación.	26
Gráfico 2.2: Constelación de Ideas.	27
Gráfico 2.3: Etapas y Factores del Desarrollo Socioeconómico.	52
Gráfico 4.1: Edad.	66
Gráfico 4.2: Frecuencia de Género.	67
Gráfico 4.3: Instrucción.	68
Gráfico 4.4: Sector de Emprendimiento.	69
Gráfico 4.5: Motivación de Emprendimiento.	70
Gráfico 4.6: Motivación Vinculación a CorpoAmbato.	71
Gráfico 4.7: Frecuencia CorpoAmbato es una incubadora de empresas.	72
Gráfico 4.8: Calificación Servicios de CorpoAmbato.	73
Gráfico 4.9: Servicio de Capacitación por parte de CorpoAmbato.	74
Gráfico 4.10: Asistencia legal, administrativa y financiera por parte de CorpoAmbato.	75
Gráfico 4.11: Redes de Contacto por parte de CorpoAmbato.	76
Gráfico 4.12: Edad del Emprendimiento.	77
Gráfico 4.13: Facilitación de Equipos de Cómputo.	78
Gráfico 4.14: Facilitación de Maquinarias.	79
Gráfico 4.15: Facilitación Espacio Físico.	80
Gráfico 4.16: Facilitación herramientas de trabajo.	81
Gráfico 4.17: Inicio de la Producción.	82
Gráfico 4.18: Establecimiento adecuado de metodologías, procesos y funciones.	83
Gráfico 4.19: Incremento de la Producción.	84
Gráfico 4.20: Acceso a Segmentos de Mercado.	85
Gráfico 4.21: Acceso al financiamiento de Instituciones Privadas.	86
Gráfico 4.22: Acceso al financiamiento de Instituciones Públicas.	87
Gráfico 4.23: Acceso al financiamiento de ONGS (Fondos no reembolsables).	88
Gráfico 4.24: Mejoramiento de la calidad de Vida Emprendedores.	89
Gráfico 4.25: Nivel de Producción en los dos últimos años.	90
Gráfico 4.26: Variación en Ingresos Económicos.	91
Gráfico 4.27: Acceso a servicios óptimos de salud.	92
Gráfico 4.28: Acceso a servicios de Educación.	93
Gráfico 4.29: Acceso a Alimentación Balanceada y Nutritiva.	94
Gráfico 4.30: Acceso a actividades de Ocio y Recreación.	95
Gráfico 4.31: Nivel de Calidad de Vida.	96

Gráfico 4.32: Ocupaciones actuales de los emprendedores.	97
Gráfico 4.33: Aplicación Plan Normativo en CorpoAmbato.	98
Gráfico 6.1: Modelo de Incubación de Empresas.	115
Gráfico 6.2: Flujograma de Actividades del Plan de Incubación de emprendimientos.	125
Gráfico 6.3: Test del Perfil Emprendedor.	130
Gráfico 6.4: Check List. Selección de Emprendimientos.	132
Gráfico 6.5: Características de la Misión empresarial.	136
Gráfico 6.6: Características de la Visión empresarial.	136
Gráfico 6.7: Valores empresariales.	137
Gráfico 6.8: Fuentes Secundarias.	142
Gráfico 6.9: Clasificación de los Bienes.	142
Gráfico 6.10: Definición de Mercado.	143
Gráfico 6.11: Mercado Potencial y Mercado Objetivo.	144
Gráfico 6.12: La Marca.	153
Gráfico 6.13: Tips para la creación de una marca.	153
Gráfico 6.14: Tips para la creación de una etiqueta.	154
Gráfico 6.15: Tips para la creación de un envase.	155
Gráfico 6.16: Tips para la creación de una etiqueta.	156
Gráfico 6.17: Formas de distribución de los productos	158
Gráfico 6.18: Estrategias de Promoción.	159
Gráfico 6.19: La Promoción de acuerdo a la Plaza.	159
Gráfico 6.20: Descripción Proceso de Producción.	162
Gráfico 6.21: Principales elementos del Flujograma.	163
Gráfico 6.22: Organigrama Estructural.	165
Gráfico 6.23: Organigrama Funcional.	166
Gráfico 6.24: Descripción y especificación de puestos.	167
Gráfico 6.25: Tips para la elaborar la descripción de un puesto de trabajo.	168
Gráfico 6.26: Tips para la recolección de información dentro de la especificación de puestos.	168
Gráfico 6.27: Estudio Legal.	170
Gráfico 6.28: Proceso Estudio Económico Financiero.	177
Gráfico 6.29: Clasificación Indicadores Financieros.	208
Gráfico 6.30: Procedimiento para la constitución de una compañía.	215
Gráfico 6.31: Procedimiento para la constitución de una organización EPS.	216

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1: Niveles de Complejidad de los Canales de Transferencia de Información.	34
Cuadro 2.2: Estructura legal de las incubadoras de Empresas.	39
Cuadro 2.3: Servicios que brindan las Incubadoras de Empresas.	40
Cuadro 3.1: Emprendedores vinculados a CorpoAmbato.2010-2012.	60

Cuadro 3.2: Hoja de Ruta de Recolección de la Información.	63
Cuadro 6.1: Modelo Operativo General.	116
Cuadro 6.2: Cronograma del Plan de Incubación de Emprendimientos para CorpoAmbato.	121
Cuadro 6.3: Modelo Operativo Fase I: “Impulso al Emprendimiento”.	127
Cuadro 6.4: Modelo Operativo Fase II. Selección de Ideas de Emprendimiento.	128
Cuadro 6.5: Modelo Operativo Fase III. “Elaboración de Planes de Negocio”.	133
Cuadro 6.6: Análisis Matriz FODA.	138
Cuadro 6.7: Matriz FODA combinado.	139
Cuadro 6.8: Análisis de la competencia.	146
Cuadro 6. 9: Ejemplo de Tabla para procesamiento de información.	148
Cuadro 6.10: Tipos de Gráficos Estadísticos.	149
Cuadro 6.11: Métodos de Proyección de la Demanda.	150
Cuadro 6.12: Estrategias de Precio.	157
Cuadro 6.13: Localización del emprendimiento. Método Cualitativo.	161
Cuadro 6.14: Viabilidad Legal.	171
Cuadro 6.15: Tipos de compañías en el Ecuador.	173
Cuadro 6.16: Tipos de Organizaciones EPS en el Ecuador.	174
Cuadro 6.17. Demanda Proyectada (Unidades).	178
Cuadro 6.18: Capital de Trabajo.	180
Cuadro 6.19: Plan de Inversiones.	182
Cuadro 6.20: Gastos Preoperativos.	183
Cuadro 6.21: Activos Diferidos.	184
Cuadro 6.22: Condiciones de los Activos Fijos.	184
Cuadro 6.23: Porcentajes de Depreciación de Activos Fijos.	185
Cuadro 6.24: Cálculo depreciaciones, mantenimiento y seguros AF.	185
Cuadro 6.25: Cálculo Materias Primas.	186
Cuadro 6.26: Cálculo de Materiales Indirectos.	187
Cuadro 6.27: Suministros.	187
Cuadro 6.28: Cálculo Mano de obra directa.	188
Cuadro 6.29: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Ventas)	189
Cuadro 6.30: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Administrativo-Nivel Asistencial).	190
Cuadro 6.31: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Administrativo-Nivel Gerencial).	191
Cuadro 6. 32: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Administrativo-Contratos de Servicios Profesionales.).	192
Cuadro 6.33: Cálculo de Gastos.	193
Cuadro 6.34. Tabla de Pagos Cuota Decreciente.	195
Cuadro 6.35: Tabla de Pagos Cuota Fija.	196
Cuadro 6.36: Resumen de Costos y Gastos.	196
Cuadro 6.37: Tablas auxiliares a los Estados Financieros.	198

Cuadro 6.38: Estado de Pérdidas y Ganancias.	200
Cuadro 6.39: Cálculos Auxiliares para el Flujo de Caja.	202
Cuadro 6.40: Flujo de Caja.	203
Cuadro 6.41: Balance General o Estado de Situación proyectado.	206
Cuadro 6.42: Indicadores Financieros.	209
Cuadro 6.43: Clasificación de Costos y Gastos.	211
Cuadro 6.44: Cálculo Tasa de Descuento.	212
Cuadro 6.45: Cálculo del TIR.	213
Cuadro 6.46: Modelo Operativo Fase IV. Incubación de emprendimientos.	214
Cuadro 6.47: Matriz de posibles Fuentes de Financiamiento.	217
Cuadro 6.48: Matriz de Evaluación a Emprendimientos Incubados.	220

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1: Origen social de los emprendedores dinámicos por país o región.	7
Tabla 4.1: Frecuencia de edad.	66
Tabla 4.2: Género.	67
Tabla 4.3: Referencias.	68
Tabla 4.4: Frecuencia de Sector de Emprendimiento.	69
Tabla 4.5: Frecuencia de motivación de Emprendimiento.	70
Tabla 4.6: Frecuencia de motivación vinculación CorpoAmbato.	71
Tabla 4.7: Frecuencia de incubadora de empresas.	72
Tabla 4.8: Frecuencia de calificación al Servicio de CorpoAmbato.	73
Tabla 4.9: Servicios de CorpoAmbato (Capacitaciones).	74
Tabla 4.10: Servicios de CorpoAmbato (Asesoría legal, administrativa y financiera).	75
Tabla 4.11: Servicios de CorpoAmbato (Redes de Contacto).	76
Tabla 4.12: Frecuencia de la edad del emprendimiento.	77
Tabla 4.13: Frecuencia de facilitación de equipos de cómputo por parte de CorpoAmbato.	78
Tabla 4.14: Frecuencia de facilitación de máquinas por parte de CorpoAmbato.	79
Tabla 4.15: Frecuencia Facilitación de espacio físico por parte de CorpoAmbato.	80
Tabla 4.16: Frecuencia de facilitación de herramientas de trabajo por parte de CorpoAmbato.	81
Tabla 4.17: Frecuencia de inicio de la producción.	82
Tabla 4.18: Frecuencia de establecimiento adecuado de metodologías, procesos y funciones.	83
Tabla 4.19: Frecuencia de incremento de la producción.	84
Tabla 4.20: Acceso a segmentos de mercado.	85
Tabla 4.21: Frecuencia de Acceso al financiamiento total o parcial de Instituciones Privadas.	86
Tabla 4.22: Frecuencia de Acceso al financiamiento total o parcial de Instituciones Públicas.	87

Tabla 4.23: Frecuencia de Acceso al financiamiento total o parcial de ONGS (no reembolsables).	88
Tabla 4.24: Frecuencia de Mejoramiento de Calidad de Vida de Emprendedores.	89
Tabla 4.25: Frecuencia de producción en los últimos dos años.	90
Tabla 4.26: Frecuencia de Ingresos Económicos.	91
Tabla 4.27: Frecuencia. ¿Sus ingresos mensuales le permiten a usted y a su familia acceder a servicios óptimos de salud?	92
Tabla 4.28: Frecuencia. ¿Sus ingresos mensuales le permiten acceder a Educación para usted y/o su núcleo familiar?	93
Tabla 4.29: Frecuencia. ¿Considera usted que sus ingresos mensuales le permiten acceder a usted y a su familia a una Alimentación Balanceada y Nutritiva?	94
Tabla 4.30: Frecuencia. ¿Sus ingresos mensuales le permiten acceder a usted y a su familia a actividades de Ocio y Recreación?	95
Tabla 4.31: Frecuencia de Nivel de Calidad de Vida.	96
Tabla 4.32: Frecuencia de Ocupaciones actuales de los emprendedores.	97
Tabla 4.33: Frecuencia de Aplicación de Plan de Incubación de Nuevos Emprendimientos en CorpoAmbato.	98
Tabla 4.34: Presentación de los datos.	102
Tabla 4.35: Frecuencias Esperadas.	103
Tabla 4.36: Cálculo de Chi-Cuadrado.	103

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 2.1: Distribución de Incubadoras en el Mundo.	42
Imagen 6.1: Carátula Plan de Incubación de Emprendimientos en CorpoAmbato.	117

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: “LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRENDEDORES VINCULADOS A CORPOAMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ENTRE LOS AÑOS 2010-2012”.

La presente investigación se realizó con miras a mejorar el nivel de éxito de nuevos emprendimientos en el cantón Ambato y la provincia de Tungurahua.

Mediante un estudio a fondo de los fines, objetivos, y funciones de las incubadoras de empresas, se pudo determinar que se constituyen por su naturaleza, en entidades encargadas de estimular el desarrollo económico integral de emprendedores.

Mediante el análisis de la situación de emprendedores vinculados a la incubadora de empresas de CorpoAmbato durante los años 2010-2012, desarrollado con la aplicación de encuestas, se pudo determinar que este organismo ha contribuido de manera mínima al sector, puesto que no se ha llegado a socializar de manera profunda los servicios brindados por esta institución. Por otro lado, los emprendimientos que han sido atendidos no han cumplido con una metodología previamente establecida que maximice su probabilidad de éxito.

Bajo estos criterios y antecedentes, se propone el siguiente Plan de Incubación de Emprendimientos en CorpoAmbato, instrumento que beneficiará a potenciales nuevos empresarios del cantón y provincia, además contribuirá de manera positiva al alcance de objetivos y metas organizacionales de la incubadora de empresas.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se desarrolla en la provincia de Tungurahua, en donde se determinó que el servicio de la incubadora de empresas de CorpoAmbato, cumple un papel mínimo en el desarrollo socioeconómico de emprendedores de la provincia.

Este trabajo se divide en seis capítulos, cada uno engloba la siguiente información:

En el Capítulo I, El Problema, se enuncian y analizan los problemas que se presentan en la provincia de Tungurahua en cuanto a las incubadoras de empresas, para ello se desarrolló los conceptos en el contexto macro, meso y micro.

Se determina el problema a ser investigado con la debida delimitación y justificación, enunciando autores que respalden el tema establecido y se plantean los objetivos pretendidos con el proceso investigativo.

De manera seguida, en el Capítulo II, Marco Teórico, se establecen conceptos específicos acerca de la fundamentación filosófica con que cuenta el proceso de investigación, se contemplan los aspectos legales en los que se basa la realización del trabajo. Posteriormente, se desarrolla el Marco Conceptual tanto de la Variable Independiente - Incubadoras de empresas- y la Dependiente -Desarrollo socioeconómico de los emprendedores. En base al tema de investigación se plantea la hipótesis, la cual expresa que: “Las incubadoras de empresas inciden en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores de la provincia de Tungurahua vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012”.

A continuación, en el Capítulo III, Metodología de la Investigación, se expone la modalidad y tipo de estudio que se utiliza para obtener información primaria que valide la investigación, definiendo la población y muestra con las que se trabajará en el proceso de levantamiento de datos, que a su vez se detalla en la operacionalización de variables en donde se definen las preguntas y el instrumento adecuado para obtener la información requerida.

En cuanto al Capítulo IV se ejecutó una encuesta a 41 emprendedores de la provincia vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012, posteriormente se muestra la tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

En el Capítulo V, se enlistan las conclusiones y recomendaciones en función del estudio realizado y en torno a los objetivos planteados.

En el Capítulo VI, La Propuesta, se desarrolla el Plan de incubación de emprendimientos en CorpoAmbato, detallando datos informativos de la entidad ejecutora, así como los antecedentes, justificación, objetivos que se busca alcanzar, la factibilidad de su realización. De la misma manera se fundamenta con conceptos teóricos, y se ejecuta el modelo operativo en donde se plantean procesos y fases para su adecuada realización.

Finalmente se menciona la bibliografía y se adjuntan los anexos que fueron utilizados como base en la consecución del trabajo

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

“LAS INCUBADORAS DE EMPRESAS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRENDEDORES VINCULADOS A CORPOAMBATO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA ENTRE LOS AÑOS 2010-2012”.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 *Contextualización*

1.2.1.1 Macrocontextualización

El desarrollo socioeconómico de las naciones se encuentra determinado por los rendimientos obtenidos de la ejecución exitosa de proyectos de emprendedores. Para que una idea innovadora se cristalice en un proyecto rentable y sostenible en el tiempo, es necesario que cumpla un proceso metodológico, técnico, administrativo y de financiamiento, el cual permita medir su viabilidad financiera y de mercado.

Dicho procedimiento suele ser difícil de concretar si no se cuenta con los conocimientos y experiencia necesarios en cada ámbito, es por esta razón que miles de ideas nuevas de emprendedores de todo el mundo no han logrado convertirse en realidad, mientras que las que han podido constituirse como pequeñas y medianas empresas no han sido capaces de mantenerse en el mercado por mucho tiempo.

Como alternativas de solución y teniendo presente lo expuesto por Van Praag citado por Úrsula Harman: “*Los economistas han demostrado y reconocido que el*

desempeño de los individuos depende de los servicios públicos o la acción de otras personas, es decir, que la interacción social desempeña un papel determinante para la formación de emprendedores exitosos” (2012); Se han creado organizaciones especializadas en el impulso de nuevos emprendimientos, denominadas incubadoras de empresas.

El siguiente gráfico reafirma que para que el emprendedor pueda tener un nivel aceptable de éxito es fundamental que exista una sinergia entre los diferentes actores sociales, es decir entre el sector público con instituciones como las universidades, gobiernos autónomos descentralizados e incubadoras; el sector privado representado en inversionistas, cámaras empresariales, entre otros. Y un tercer sector referido a cooperaciones y organizaciones no gubernamentales.

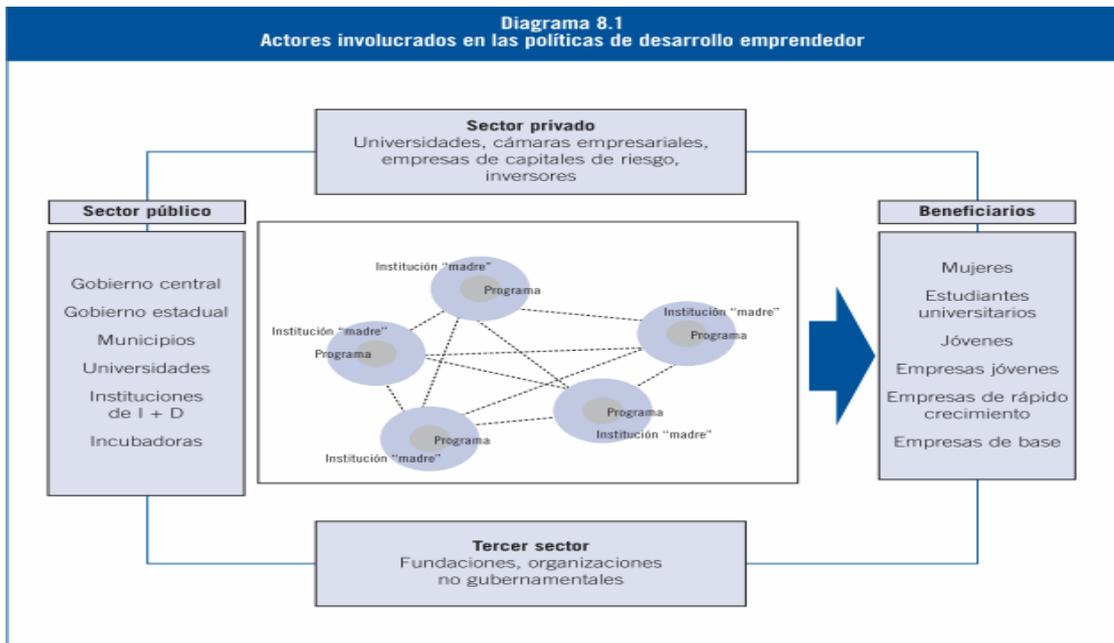


Gráfico 1.1: Actores involucrados en las políticas de desarrollo emprendedor.

Fuente: “Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional”

Elaborado por: Banco Interamericano de Desarrollo Fundes Internacional.

De acuerdo a lo explicado por Pineda, Márquez, Urrego y otros, el origen de las incubadoras de empresas, se encuentra ligado a la terminación de actividades de una industria manufacturera en los Estados Unidos, cuyo cierre dejó en el desempleo a miles de personas e incentivó a: *“la creación de una incubadora en 1959 y posteriormente surgieron las incubadoras como iniciativas universitarias en 1964, cuando 28 universidades aplicaron conjuntamente recursos*

institucionales y apoyo a través de la investigación y el desarrollo para la solución de problemas de la comunidad, mediante la gestión de recursos financieros, contactos comerciales y asesoría integral en el plan de negocios” (2011). Lo que significa que estas organizaciones son relativamente nuevas en el mercado, con alrededor de cincuenta años de existencia.

A comienzos de la época de los 80s, en Europa occidental, las administraciones locales, la academia y las organizaciones financieras impulsaron la transferencia de ciencia y tecnología, y fundaron las primeras incubadoras de este sector encaminadas sobre todo hacia lugares subdesarrollados. Para los años 90s se incluyeron servicios de virtualización y se especializaron en motivar la instauración de nuevos *clústers* de conocimiento, con el fin primordial de influir de manera profunda en la formación de emprendedores y en la búsqueda de financiamiento con la creación de fondos determinados. Mientras que, para la primera década del Siglo XXI, el proceso de incubación se relacionó estrechamente con universidades públicas y privadas, y grandes empresas. *“En la actualidad se estima que en Europa hay más de 1.800 programas de incubación de empresas”* (Fernández Fernández & Blanco Jiménez, 2011).

“China, India, Brasil, Sudáfrica, Israel, Suecia y Finlandia son países con planes plurianuales de desarrollo científico y tecnológico donde el establecimiento de incubadoras está apoyado por una infraestructura de parques tecnológicos ligados a centros de investigación y desarrollo, y a universidades” (2011). Es decir que los países mencionados han podido consolidar su proceso de incubación empresarial, por medio de las instituciones e insumos fundamentales para el impulso de la innovación y la creatividad en los emprendedores.

Se puede concluir que las incubadoras de empresas se encuentran presentes en varios países alrededor del mundo, en algunas naciones su representación es más significativa, tal es el caso de Renio Unido en Europa y Brasil en Sud América. Respecto a este país sudamericano su realidad emprendedora es estimulada principalmente por el Banco Interamericano de Desarrollo, el mismo que de manera periódica ejecuta proyectos vinculados al fomento y desarrollo empresarial; y la existencia de una firme relación entre incubadoras y academia.

Las incubadoras poseen por objetivo primordial promover y facilitar la generación de nuevos emprendimientos, para esto, suministran servicios de asesoría técnica y administrativa, buscan y ofrecen alternativas de financiamiento, otorgan una extensa red de contactos y en ocasiones conceden espacios físicos para que las empresas puedan desarrollar sus actividades iniciales a costos inferiores de los de mercado, apoyándolas de esta manera a superar su etapa de surgimiento, considerada la más vulnerable de su ciclo. Tal como lo explica Lyons y Lichteinsten al afirmar que la misión de una incubadora de empresas es: “*ayudar a los empresarios en la formación y el desarrollo de una nueva empresa para que esta pueda sobrevivir y ser exitosa*” (2003).

Acorde a lo manifestado por Úsurla Harman: “*Otro aspecto fundamental de las incubadoras de empresas es que éstas fortalecen el potencial de los emprendedores, quienes con su creatividad e innovación crean valor y generan resultados productivos en la empresa*” (2012). Lo que confirma que en la actualidad el más valioso elemento de una organización y por ende la mayor fuente de riqueza, no es la infraestructura física, ni la fuerza neta de trabajo. Por el contrario, el componente vital de toda empresa se encuentra en el potenciar los talentos, destrezas y capacidades de sus creadores y demás integrantes, de manera que estos sean capaces de formular soluciones innovadoras a problemas a corto y largo plazo. Y es a esta meta a la que se inclinan principalmente las entidades de incubación empresarial.

Si las incubadoras de empresas cumplen con el fin de cristalizar una idea innovadora en un proyecto productivo anclado exitosamente en el mercado, contribuyen profundamente al desarrollo socioeconómico de los autores de dicha idea, quienes generalmente proceden de sectores con ingresos medios.

Tabla 1.1: Origen social de los emprendedores dinámicos por país o región.

Cuadro 3.1 Origen social de los emprendedores dinámicos por país o región				
Origen social	América Latina	Italia	España	Este de Asia
Clase alta	3,0	1,0	0,9	1,4
Clase media alta	17,5	11,0	13,9	15,8
Clase media	50,9	73,0	56,5	35,4
Clase media baja	19,7	11,0	21,3	30,9
Clase baja	8,8	4,0	7,4	16,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: “Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional”

Elaborado por: Banco Interamericano de Desarrollo Fundes Internacional.

Tal como se puede observar en el gráfico, en América Latina, Italia, España y el este de Asia la mayor parte de emprendedores provienen de la clase social media, es decir que sus ingresos son suficientes para cubrir sus necesidades básicas y adquirir de manera esporádica bienes suntuarios, mas no para emprender por su cuenta una empresa, es por esta razón que necesitan de una institución que les permita obtener los recursos intelectuales y monetarios necesarios. Asimismo, al proceder de un nivel social intermedio, los emprendedores buscan mejorar su estilo de vida con los réditos de sus negocios.

Según un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo Fundes Internacional: *“Los emprendedores, al desarrollar nuevos negocios para satisfacer las necesidades de la población, facilitan incrementos de productividad y generan la mayor parte de los empleos en las economías del siglo XXI”* (2004). Concluyéndose que el progreso económico de los emprendedores no es sólo de beneficio particular, contribuye también al incremento de fuentes de empleo y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de miles de personas alrededor del mundo, he ahí la importancia de estudiar a fondo el verdadero aporte de las incubadoras de empresas dentro de este proceso.

1.2.1.2 Mesocontextualización

En Ecuador, el emprendimiento posee una participación activa en la economía; las ideas innovadoras han permitido desarrollar el comercio, expandir el mercado laboral, y mejorar la calidad de vida de las personas que han logrado consolidarse en el mercado con empresas nuevas; y de los empleados que se han visto involucrados en las mismas.

De acuerdo a lo manifestado por Landsdal Abad y David Vera en un estudio del Centro de Emprendimientos de la Universidad San Francisco de Quito; *“El emprendimiento se ha incorporado a la cultura ecuatoriana como concepto transformador de la economía al ser un real dinamizador por sus efectos a corto, mediano y largo plazo sobre la riqueza de sus habitantes”* (2012).

Estadísticas del (Global Entrepreneurship Monitor , 2010), afirman que en el país: *“en el 2010 se obtuvo un Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 21,30% notándose un incremento con respecto a la TEA 2009 que fue 15,8%; es decir que aproximadamente 1 de cada 5 adultos estaba planeando un nuevo negocio, o poseía actualmente uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses”*.

Por otro lado, esta misma organización expone que el estudio realizado arrojó que *“la mayor parte de los emprendedores tenía educación secundaria, solamente un 11% poseía título universitario o de postgrado. El 27% había recibido algún entrenamiento en cómo iniciar un negocio.”* (2010). Evidenciándose de esta manera la inexistencia de conocimientos técnicos relacionados al mundo empresarial en los posibles emprendedores.

En base a lo expuesto y debido a la vital importancia tanto económica como social del emprendimiento y la innovación, al igual que en el resto del mundo, en el país se han creado incubadoras de empresas, las mismas que son las encargadas de capacitar y asesorar técnicamente a los emprendedores, otorgarles en ocasiones espacios físicos, y obtener fuentes de financiamiento de acuerdo a la magnitud y fines de los proyectos de emprendimiento.

La primera incubadora de empresas en Ecuador, surgió en el año 2002, en Quito, provincia de Pichincha, con el nombre “CONQUITO”. Esta organización fue instaurada con el propósito de facilitar la creación de nuevas pequeñas empresas en el sector. Actualmente, a lo largo del país existen varias instituciones que apoyan a la incubación de empresas. Algunas de ellas son: Acudir e INNPULSAR en la provincia del Azuay, ADPM en Manabí, ADE en Loja, CORPOAMBATO en Tungurahua, CRECER y RIOINNOVA en Chimborazo, INCOVAL en Guayas, entre otras.

Para desarrollar su ardua labor, la vinculación y apoyo de los centros de educación superior y los Gobiernos Central y Autónomos ha sido fundamental. Es así, que las agencias tienen como socios y aliados a instituciones como: Municipios, Cámaras empresariales, Ongs, Fundaciones, Asociaciones, Secretarías, Grupos de interés social, empresas privadas; etc.

Por otro lado, es importante mencionar a las organizaciones tanto públicas como privadas que brindan apoyo a los emprendedores, a más de las incubadoras de empresas. Dentro de estas es posible citar: Ministerios, secretarías y demás entidades estatales afines al ámbito productivo (MIPRO, MCPEC, MIES, SENPLADES, SEPS, IEPS, MSP, BNF, CFN, PROECUADOR, etc); corporaciones de promoción de exportaciones e inversiones del Ecuador CORPEI, entre otras.

1.2.1.3 Microcontextualización:

En 1999 se crea en Tungurahua la Corporación Civil para el Desarrollo Económico de Ambato y Tungurahua, conocida por sus siglas como CorpoAmbato. Teniendo como objetivos principales: la generación de empleo a través del impulso a la creación de pequeñas y medianas empresas, el fortalecimiento de negocios en determinados sectores de la economía y el desarrollo tecnológico de los mismos.

Los miembros de esta organización son: el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua, el GAD. Municipalidad de Ambato, la Cámara de Industrias de

Tungurahua, la Cámara de Comercio de Ambato, la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato, y la Universidad Técnica de Ambato.

En sus inicios CorpoAmbato funcionó únicamente como una Agencia de Desarrollo Económico Territorial permitiendo la articulación de actores públicos, privados y sin fines de lucro. Para el año 2006, durante la administración del Ing. Mauricio Molina se ve la necesidad imperante de crear una Incubadora de Empresas dentro de la organización cuyas funciones fundamentales sean las de fomento de nuevos emprendimientos y acompañamiento de organizaciones nacientes durante su ciclo más débil.

Es así que el 2 de Febrero del año en mención, *“CorpoAmbato firma un convenio con la RED DE INCUBADORAS DE EMPRESAS DEL ECUADOR, con el objetivo de fortalecer la competitividad empresarial con una visión diferente”* (Diario La Hora, 2006).

“En esta alianza participan Pichincha, Guayas, Loja, Cuenca y Ambato para mejorar los convenios con organizaciones estatales como extranjeras, al igual que fomentar las semillas de nuevas empresas” (Diario La Hora, 2006).

La promoción y difusión de la incubadora de empresas de la provincia fue escasa durante su primer año de funcionamiento. Para el año 2007, diario El Hoy publicó *“Acudir en Cuenca, CorpoAmbato, en Ambato; Comité Promotor, en Guayaquil; Agencia de Desarrollo empresarial, en Loja; Emprender y la Corporación de Promoción Económica CONquito, en la capital; son algunas de las incubadoras que empollan las nuevas iniciativas de emprendedores* (Diario El Hoy, 2008).

Han sido varios los proyectos emprendedores apoyados por CorpoAmbato durante los últimos siete años. Siendo esta institución la única que otorga y brinda servicios de incubación en la ciudad y provincia, realizando los funcionarios y las entidades que la conforman grandes esfuerzos para cumplir con las demandas y expectativas que día tras día solicitan los emprendedores de la zona.

1.2.2 Análisis Crítico

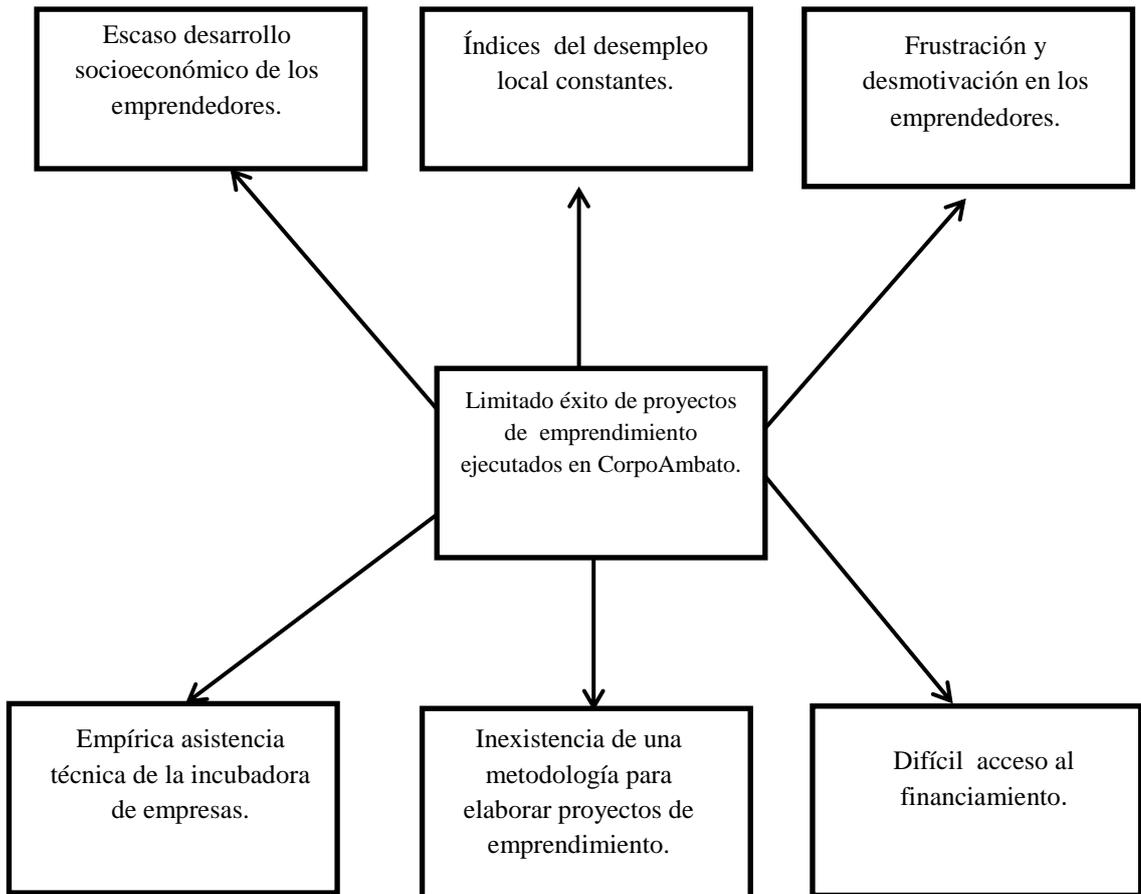


Gráfico 1.2: Árbol de Problemas.
Elaborado por: Lida Chávez.

En el cantón Ambato y la provincia de Tungurahua existe un número elevado de emprendedores, quienes desean crear pequeñas y medianas empresas que puedan desenvolverse en el mercado local y regional ampliamente competitivo.

Sin embargo, un porcentaje significativo no logra concretar de manera exitosa sus proyectos innovadores, teniendo como causa la asistencia técnica empírica de la única incubadora de empresas del sector, institución que no cubre las necesidades metodológicas y de asesoría de todos quienes desean forjar un nuevo negocio. El no poder crear una propia fuente de ingresos repercute de manera negativa en la economía de los interesados, generándoles escaso desarrollo socioeconómico.

Debido a la asistencia técnica empírica de la incubadora de empresas de la provincia, los planes de emprendimiento no llegan a obtener los resultados esperados, y por ende no se crean fuentes de trabajo para los pobladores de la zona, contribuyendo a que se mantenga el índice de desempleo en el sector.

De la misma manera, al no existir asistencia técnica acorde al mundo de la incubación por parte de la entidad de fomento y protección a nuevas actividades productivas y comerciales, que ayude a que intenciones de producción se concreten, sus idealizadores sienten frustración y desmotivación para con su labor, reduciéndose de esta manera el número de personas que deseen emprender.

El limitado éxito de los proyectos de emprendimiento que se ejecutan en el cantón Ambato y la provincia de Tungurahua, es causado también por la inexistencia de una metodología para elaborar procesos de este tipo. Para la instauración exitosa de un negocio, es necesario la planeación y ejecución de un plan técnico que involucre aspectos de tipo administrativo, económico, contable, entre otros. Este procedimiento permite establecer si el proyecto será viable, tendrá aceptación en el mercado y generará ganancias. Los emprendedores que se dejan llevar únicamente por la intuición, generalmente fracasan luego de haber empleado cuantiosas cantidades de dinero, empobreciéndose, contrariamente a su propósito inicial.

Un último aspecto que influye de manera significativa en la agudización de esta problemática, es el difícil acceso al financiamiento. En Ambato y Tungurahua existen un elevado número de instituciones financieras, las mismas que proveen créditos para la producción, sin embargo para poder acceder a un préstamo por más simple que sea su tramitología, se requiere de un sustento mueble o inmueble, que sirva como garantía del pago total de la deuda. Es así, que personas que no posean bienes, pero sí ideas brillantes de producción se ven impedidos de financiarlas, desembocando en que no se optimice su realidad socioeconómica, no se puedan generar fuentes de empleo que contribuyan con la mejora de calidad de vida de emprendedores, familiares y otros ciudadanos, y además se infunda en estos actores sentimientos de fracaso y decepción difíciles de contrarrestar.

En resumen el hecho de que en la provincia una alta cifra de ideas innovadoras no se vuelvan prácticas y generen resultados alentadores, se debe a la inexistencia de una metodología técnica en el organismo de incubación empresarial, lo cual junto con el limitado nivel de conocimientos específicos de los emprendedores y el dificultoso acceso a financiamiento, contribuyen a que el horizonte económico de quienes desean iniciar con un negocio propio sea penoso y esto vaya acompañado de desmotivación y desilusión hacia la actividad innovadora.

1.2.3 Prognosis

Al no mejorarse el escenario de los emprendedores y la expectativa de vida de las nuevas empresas tungurahuales en el mercado, la situación socioeconómica de quienes las inician o desean formarlas permanecería siendo humilde, es decir no podrían obtener una calidad de vida mejor, con mayores oportunidades de acceso a educación, salud, vivienda, entre otros.

De la misma manera, mucha gente con criterio emprendedor se frustraría al no poder ver materializadas sus ideas y sueños, lo que inevitablemente conllevaría a que cada vez sea menor el número de personas que deseen empezar un negocio propio, debido a que los sentimientos de desmotivación y fracaso volvería sus mentes conformistas e indirectamente les induciría a ser simples empleados, contribuyendo de manera amplia al estancamiento económico y social de la ciudad, la provincia y por ende del país.

De igual forma, al no llegar a transformarse proyectos emprendedores en nuevas empresas productivas, no se podrían crear fuentes de trabajo lo que repercutiría en que los niveles de desempleo existentes en el cantón y la provincia se mantengan, generando como hasta la actualidad, índices significativos de pobreza y migración de trabajadores a otras ciudades del país, e incluso a otras naciones. De forma inevitable se continuaría perdiendo valioso capital humano.

Con la inexistencia de emprendedores en el sector, la economía de toda la sociedad se vería afectada, tal como lo explican los principios económicos, donde

se recalca que el desarrollo de los pueblos viene de las manos de quienes diseñan y producen bienes y servicios innovadores.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cuál es la incidencia de la Incubadora de Empresas en el Desarrollo Socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato en la provincia de Tungurahua durante los años 2010-2012?

1.2.5 Preguntas Directrices

¿Cuál es la situación actual de la Incubadora de Empresas en la provincia de Tungurahua?

¿Cuál es el nivel de Desarrollo Socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012?

¿Qué alternativa de solución es la más idónea para mejorar el Desarrollo Socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato mediante la incubadora de empresas en la provincia de Tungurahua?

1.2.6 Delimitación del objeto de estudio

1.2.6.1 Delimitación de contenido

Campo: Económico.

Área: Desarrollo Socioeconómico.

Aspecto: Incubadoras de Empresas y Desarrollo Socioeconómico.

1.2.6.2 Delimitación espacial

Espacial: El presente trabajo investigativo se desenvolverá en la provincia de Tungurahua en los domicilios y/o sedes de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato.

Poblacional: En esta investigación las fuentes primarias de investigación lo conforman los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

1.2.6.3 Delimitación temporal

Temporal: La presente investigación estudiará el periodo económico comprendido entre el año 2010-2012.

El trabajo investigativo de campo se lo realizará en el cuarto trimestre del 2013.

1.3 Justificación

El presente proyecto de investigación tiene la finalidad de mostrar la verdadera incidencia de la incubadora de empresas de la provincia en el desarrollo socioeconómico de quienes han deseado desarrollar proyectos de emprendimiento e instaurar una nueva empresa en Tungurahua.

La temática planteada en la presente investigación es de interés para estudiantes, investigadores y emprendedores que deseen conocer a fondo el real aporte de la incubadora de empresas de la provincia, y de esta manera puedan iniciar estudios y proyectos con mayor facilidad y conocimientos. Por otro lado en la ciudad y provincia, no se han presentado investigaciones similares en el tema, lo que le otorga al estudio un carácter novedoso y original.

De la misma forma, la investigación tiene un impacto social y económico elevado, debido a que con la determinación de la influencia de la organización de incubación empresarial en la economía de los emprendedores, se podrá proponer soluciones que contribuyan de manera positiva a erradicar las falencias de esta institución, para que pueda tener un mejor desempeño y logre de manera adecuada sus objetivos para con los involucrados directa e indirectamente.

Dentro de los beneficiarios directos de la investigación se encuentran los emprendedores de la provincia, que poseen ideas de proyectos innovadores y tienen el deseo ferviente de instaurar una organización comercial para lograr su realización personal y económica. Los beneficiarios indirectos son personas del

sector en edad y capacidad de brindar sus conocimientos y fuerza de trabajo pero que se encuentran actualmente desempleados, y necesitan fuentes de ingresos para mantener a sus familias.

El trabajo investigativo se considera factible puesto que se cuenta con los recursos económicos, tecnológicos, materiales y de tiempo necesarios para finalizarlo con éxito. La información se obtendrá de fuentes primarias por medio de encuestas dirigidas a emprendedores vinculados a CorpoAmbato. Mientras que, las fuentes de información secundaria lo constituirán: libros, revistas, periódicos, estudios similares, entre otros; que serán adquiridos de la web, recalándose que la mayor parte se los podrá encontrar en la biblioteca virtual de la Universidad Técnica de Ambato.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Determinar la incidencia de la Incubadora de Empresas en el Desarrollo Socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.

1.4.2 Objetivos específicos

Diagnosticar la situación de la Incubadora de Empresas de la provincia de Tungurahua entre los años 2010-2012 para una correcta gestión de los proyectos de emprendimiento presentados.

Evaluar el nivel de Desarrollo Socioeconómico de los emprendedores de la provincia de Tungurahua vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012 para la determinación del impacto de la misma en los proyectos de emprendimiento.

Elaborar un Plan de Incubación de Emprendimientos para aumentar la probabilidad de éxito de los mismos y mejorar el desarrollo socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato mediante la incubadora de empresas.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes Investigativos

Después de una profunda revisión bibliográfica en la biblioteca de la Universidad Técnica de Ambato, y bibliotecas virtuales de institutos superiores del país y el mundo, además de la ayuda de exploración electrónica y documental, las fuentes que sustentan la presente investigación son las que se detallan a continuación:

En la tesis de Economía de Martínez (2010, pág. 6) denominada: *“La creación de una incubadora de empresas en la ciudad de Puyo y su incidencia en el desarrollo empresarial”*, se establece como objetivo general: *“Crear una incubadoras de empresas en la ciudad de Puyo, para impulsar el desarrollo empresarial”*, y como objetivos específicos: a) *“Realizar el estudio de mercado que permita conocer la realidad que permita cubrir la demanda insatisfecha”*, b) *“Definir las estrategias de mercado las cuales se utilizarán para fomentar el crecimiento del sector productivo en la ciudad de Puyo”*, c) *“Establecer la organización de la Incubadora de empresas como base filosófica de innovación”*, d) *“Acelerar el proceso del sector productivo caracterizados en la innovación tecnológica de los productos y servicios a ofertar”* (2010).

Este trabajo investigativo explica que utilizó como metodología una combinación de cuatro tipos de investigación, siendo estos:

Investigación explorativa, debido a que en Ecuador las incubadoras de empresas son muy poco conocidas, la descriptiva, puesto que se analizan las ventajas y desventajas del sector productivo y comercial en la provincia de Pastaza, la básica porque servirá de base a futuras investigaciones, y finalmente la aplicada debido a que pretende brindar soluciones a la sociedad (2010, pág. 26).

En esta investigación se concluye que:

a) Mediante el recurso de la encuesta Se conoció la demanda de las Personas Naturales y personas Jurídicas que tienen en mente la creación o ampliación de una empresa en la provincia de Pastaza, la cual permitirá satisfacer las necesidades de asesoría técnica y gerencial y b) La empresa incubadora aplicando estrategias de mercado como la publicidad mediante la difusión en radios locales, participación en eventos empresariales, convenios con empresas pública y privadas, las cuales permitirán captar ideas innovadoras para desarrollar nuevas empresas o la ampliación de las ya existentes (Martinez M. , 2010).

De la misma manera, de acuerdo a la tesis de Administración de empresas de Xavier Sandoval sobre *“Estrategias para forjar Emprendedores en impulsar la creación de una Incubadora de Empresas para la Fundación Cuesta Holguín de la ciudad de Ambato, en el segundo semestre del 2010”* (2010). Plantea como objetivo general *“Crear una entidad formadora de emprendedores, que fomente el desarrollo de ideas y oportunidades de negocio, que al cabo de un proceso llegarán a constituirse en organizaciones empresariales que evolucionen permanentemente”*. Mientras, que como objetivos específicos: a) *“Fomentar la Cultura Emprendedora que mediante el impulso, apoyo y acompañamiento empresarial alcance el desarrollo territorial económico de la Región”*, b) *“Promover el desarrollo de los emprendimientos al iniciarse, mediante asesoramiento técnico y gerencial para el mantenimiento de proyectos auto sostenibles”*, c) *“Buscar apoyo para el acceso preferente a planes de financiamiento, mediante la investigación de redes de información, con el fin del establecimiento de sistemas de capacitación e infraestructura física”* (2010, pág. 20).

La tesis anteriormente expuesta expresa que recurrió a una metodología que utilizó los siguientes tipos de investigación:

La investigación de campo mediante el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen los acontecimientos; investigación bibliográfica con el propósito de conocer, comparar,

ampliar, profundizar y deducir diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos: la investigación experimental con el fin de obtener y visualizar la relación existente entre las variables del problema su interacción (2010, pág. 60).

En este trabajo se concluye que:

a) En la Fundación Cuesta Holguín no se han establecido estrategias orientadas a forjar nuevos emprendedores para promover el mejoramiento en el volumen de ventas, por tanto las microempresas no se encuentra adecuadamente posicionadas, lo que afecta a la inversión y a su rentabilidad, b) Al no existir en las microempresas una estructura organizacional formal y adecuada la falta de capacitación y un manejo administrativo semi-informal que fomente un direccionamiento comercial integral presentan un nivel de ventas son limitadas, c) La comercialización de los servicios en el mercado de las microempresas no fomenta actualmente una relación con los clientes en torno a la fidelización generando poca participación en el entorno, d) No se utilizan adecuadamente las herramientas del marketing, lo que implica que la decisión de acceso a la Fundación Cuesta Holguín no sea favorable a la marca (2010, pág. 87).

Mientras que en la tesis de Díaz de Salazar sobre *“Diseño de una incubadora de empresas de base tecnológica, basado en la metodología de los sistemas suaves”*, se establece como objetivo general: *“Desarrollar para un Institución de Educación Superior un nuevo modelo de incubación de empresas que permita, por un lado, atender a los diferentes tipos de emprendedores que solicitan de sus servicios, y por el otro, opere con el índice de productividad acordado con la Secretaria de Economía”*, y como objetivos específicos: a) *“Realizar el diagnóstico de la situación problemática que se ha generado por la implementación de un modelo de incubación”*, b) *“Diseñar un nuevo modelo de incubación que atienda a la problemática expresada en el diagnóstico”*, c) *“Implantar el modelo de incubación diseñado y hacer una evaluación de los resultados”* (2006, pág. 9).

Dicha investigación manifiesta que utilizó como metodología a:

La Metodología de Sistemas Suaves (MSS) desarrollada por Peter Checkland. Esta metodología se interesa en situaciones problemáticas en los cuales se advierte que hay problemas no estructurados que están

manifiestos en un sentimiento de inquietud que no se pueden formular explícitamente y en los cuales la designación de objetivos es en sí problemática. En este tipo de problemas, la elección del “sistema” es en sí parte del problema: la definición del problema depende de la visión particular adoptada (2006, págs. 25-29).

En esta tesis de investigación se concluye lo que se detalla a continuación:

a) El decidir aplicar la MSS en este trabajo permitió obtener un modelo de incubación, que ofrece la versatilidad requerida para atender a la diversidad de clientes o emprendedores que buscan de sus servicios, b) Se logró la definición de los factores críticos de éxito que toda empresa en incubación debe atender y que deberá de reflejar en su plan de negocios y, de esta forma, poder acceder al capital semilla que requiera para su implementación, c) Finalmente, éste diseño permitió que la incubadora, cumpliera con la meta comprometida ante la Secretaría de Economía (20 proyectos asesorados) (2006, pág. 56).

De acuerdo a Ramos (2010, pág. 1) en su investigación: *“Las Incubadoras de Empresas, impulsoras del desarrollo emprendedor y económico de las MIPYMES en el Estado de Tamaulipas”*, resume su trabajo investigativo en:

El presente trabajo intenta analizar de manera específica la implementación y el funcionamiento de las incubadoras de negocios en una región determinada, que busca como meta el desarrollo de empleos, puntualizando en la gestión de micro, pequeñas y medianas empresas, además no solo busca fomentar este tipo de empresas si no garantizar su estancia dentro de los sectores productivos a los que pertenezca ya que esto da como resultado un desarrollo sustentable en la región donde estén establecidos (Ramos, 2010).

En el presente trabajo concluye de la siguiente manera:

a) Se demuestra cómo se funda una incubadora de negocios, como esta funciona en la acción, como ésta capacita a emprendedores y ayuda en la elaboración de planes de negocios, b) De igual modo se ha probado que la movilización de los recursos materiales y humanos de la Universidad Autónoma de Tamaulipas específicamente la Facultad de Comercio y Administración de Tampico junto con el concurso de actores institucionales y financieros, permiten la fundación de la INEST y su funcionamiento eficaz, c) Sin embargo, hay que resaltar que el éxito de la INEST solo se puede llevar a cabo, si los tres principales protagonistas (universidad, gobierno y emprendedor) se comprometen de manera uniforme (2010, pág. 2).

En términos de Bustamante (2004, pág. 3) en su estudio denominado “*Crecimiento económico, nuevos negocios y actividad emprendedora*”, la investigación se sintetiza en:

Responder a diversas interrogantes sobre emprendedores, para lo cual se realiza una revisión teórica del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en el estudio de la actividad emprendedora, desde el punto de vista de la teoría económica, así como su impacto en el desarrollo económico de la sociedad; consideraciones que permiten establecer las condiciones para que un país tenga mayor probabilidad a desarrollar emprendimientos exitosos, Se trata de descubrir de que están hechos los emprendedores y se plantean algunas conclusiones y reflexiones finales como marco en materia de políticas públicas que promuevan el tan renombrado espíritu emprendedor (2004, pág. 3).

En el trabajo de investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones:

a) Existen dos fuerzas contrapuestas. Por un lado la vocación emprendedora y la idea de ser independiente se está expandiendo en la sociedad y está evolucionando para convertirse en un valor social, b) Esto puede ser consecuencia de una combinación de factores: alto desempleo y subempleo que existe en el país, la necesidad de los jóvenes de tener otra alternativa de carrera que la de ser empleados, y la acción de personas maduras que como consecuencia de la situación laboral están pensando en comenzar o financiar nuevos proyectos, c) el entorno social, económico y político, las condiciones del contexto nacional y las condiciones de la actividad emprendedora, analizadas según el modelo GEM, como determinantes de la existencia de la actividad emprendedora, no facilitan en el caso Venezolano, y en muchos aspectos impide el desarrollo de esa acción emprendedora, como escaso capital para financiar nuevas empresas, costo laboral alto, poca percepción de oportunidades de negocio y ciertas normas sociales y culturales que frenan la actividad emprendedora (2004, pág. 15).

El estudio de investigación y asesoramiento de Emprender ejecutado en favor de la Corporación para el Desarrollo Económico de Ambato y Tungurahua-CorpoAmbato, para la instauración de la incubadora de empresas de Ambato en el 2007; y cuyos resultados descansan en las oficinas de esta institución con el tema: “La corporación de una incubadora de empresas de Tungurahua como centro de información pymes” (2007).

Posee como objetivos:

a) “Brindar información sobre aspectos estratégicos para la gestión de las micro, medianas y pequeñas empresas de la región”, b) “Disminuir las asimetrías informativas que existen en cuanto a la disponibilidad interpretación de los datos para la toma de decisiones”, c) “Relevar, sistematizar y difundir en el Sistema de Información aquella información que resulte de particular interés de los empresarios” (2007, pág. 6).

En este trabajo se concluye que:

a) Es necesario sistematizar la información y ponerla a disposición de los empresarios de la región, de modo que se pueda identificar las tendencias y pronósticos del futuro, b) Contribuir a mejorar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas Mipymes de Tungurahua, a través de la implementación de un Centro Tecnológico Regional de Información de Apoyo para pequeñas y medianas empresas Pymes (2007, pág. 22).

Para autores como Peña-Vinces, Bravo, Álvarez, y Duvan (2012), en su trabajo “Análisis de las características de las incubadoras de empresas en Colombia: un estudio de casos”, resume:

El artículo analiza las principales características que condicionan la supervivencia empresarial de cuatro incubadoras de empresas en Colombia (Bucaramanga, Créame, ParqueSoft y Gestando). Para ello se utiliza como instrumento la guía de buenas prácticas de las incubadoras de empresas de “Nodriza” en el análisis exploratorio. Los resultados revelan que las empresas cumplen en un 70% con la guía de Nodriza, lo que les permite seguir sobreviviendo en el mercado nacional e internacional (2012, pág. 14).

La presente investigación finaliza con lo siguiente:

Como conclusión general se puede afirmar que, de las cuatro incubadoras aquí analizadas, en tres de ellas se observa un desempeño promedio por encima del 75%. La cuarta incubadora (Gestando) se encuentra por debajo del 50% de cumplimiento de la guía de las buenas prácticas de Nodriza. Ello significa que la supervivencia empresarial de esta última estaría en peligro en el largo plazo. De lo anterior puede afirmarse que, en términos generales, el desempeño empresarial o la supervivencia de las incubadoras de Colombia es notable (2012, págs. 27-28).

Otros autores, como Stam, Kashifa, Hessels y Stel (2006) en su investigación: *“Los emprendedores con potencial de crecimiento y el desarrollo económico. Políticas públicas de apoyo a los emprendedores”*, resumen su trabajo investigativo en:

Este artículo indaga si la actividad de los llamados empresarios ambiciosos es más determinante para el crecimiento económico de los países que la actividad emprendedora en general. Utilizamos datos del Global Entrepreneurship Monitor de una muestra de 36 países para comprobar hasta qué punto las ambiciones de alto crecimiento de los emprendedores afectan al crecimiento de PIB. Los resultados sugieren que un espíritu emprendedor ambicioso contribuye con más fuerza al crecimiento económico que la actividad emprendedora en general. Encontramos un efecto particularmente importante del espíritu emprendedor de alta expectativa en los países en transición. Estos resultados son pertinentes a la luz del debate en curso sobre la idoneidad de las políticas públicas orientadas a promover las empresas de rápido crecimiento (2006, págs. 124-125).

El artículo mencionado concluye que:

“a) Los resultados sugieren que el espíritu emprendedor ambicioso contribuye con más fuerza al crecimiento económico que la actividad emprendedora en general, b) En los países en transición existe alta influencia de emprendedores con altas expectativas” (2006, pág. 145).

2.2 Fundamentación Filosófica

La presente investigación se identifica con el enfoque Crítico Propositivo debido a que se utilizan herramientas cualitativas y cuantitativas para poder medir la información recogida mediante un profundo estudio de los fenómenos. Además, el objetivo primordial de la misma, es cambiar de manera positiva la realidad de los emprendedores del cantón Ambato y la provincia de Tungurahua a través de la incubadora de empresas del sector, proponiéndose una alternativa de solución para los problemas que los nuevos empresarios atraviesan al intentar iniciar un negocio, gracias a que el paradigma en el que se basa permite llevar la teoría a la práctica en beneficio de la sociedad.

Desde el punto de vista de la Epistemología, y en base a lo expuesto por Gabriel Lozano, quien afirma que: *“El conocimiento es la sumatoria de las representaciones abstractas que se poseen sobre un aspecto de la realidad”* (2007); el trabajo de investigación pretende generar conocimiento acerca de las incubadoras de empresas y su relación con el desarrollo socioeconómico de los emprendedores. Esto se logrará por medio del análisis de datos y la comprobación de la hipótesis planteada, a través de la formulación de conclusiones, con las cuales se podrá establecer nuevas afirmaciones tanto técnicas como prácticas en relación al fenómeno estudiado.

En lo correspondiente a la Ontología, y tomando como referencia lo expresado por Matías Pucheta, quien declara en su investigación que esta ciencia *“estudia el ser en general, es decir el fundamento de todo lo que es, es la búsqueda de la unidad primera, origen de la pluralidad de seres existentes”* (2003). El presente estudio busca solucionar la problemática existente en la relación entre las incubadoras de empresas y el desarrollo socioeconómico de los emprendedores de la ciudad de Ambato y la provincia de Tungurahua, mediante una indagación profunda de conceptos, definiciones, categorías, entre otros, para entender los términos a fondo y poder explicar de manera acertada su comportamiento y razón de ser.

Cabe recalcar que la investigación se desarrollará apegada a los valores y principios éticos propios del Método Científico y de la Metodología de la Investigación Científica, entre ellos se puede citar: la honestidad, veracidad, exactitud numérica, transparencia, precisión y honradez académica en cuanto a uso de información y citas, mismos que permitirán una clara y verdadera exposición de la información obtenida, además de la generación de alternativas de solución con posibilidades reales de ser desarrolladas y cumplidas.

En cuanto al enfoque Económico, la investigación se ve sustentada en la escuela conocida como “Economía del Bienestar”, en base a lo citado por Aguirre, Encalada y otros, quienes afirman que: *“se refiere a la economía como el estudio de las condiciones bajo las cuales se puede maximizar el bienestar de una*

comunidad, y la elección de las acciones necesarias para llevarlo a cabo” (Los Factores Económicos y su incidencia en el Desarrollo Empresarial, 2012). Es decir que el trabajo de estudio pretende determinar la relación existente entre las incubadoras de empresas y el desarrollo socioeconómico de los emprendedores, para de esta manera poder definir las condiciones necesarias para que los nuevos emprendedores puedan progresar y esto genere bienestar para sí y para la sociedad en donde operan.

2.3 Fundamentación Legal

Desde el punto de vista legal, la investigación se sustenta en la actual Constitución del Ecuador, expuesta en el Registro Oficial número 449, publicado el 20 de Octubre del 2008. Concretamente en el título “*Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria*”, Sección segunda: Jóvenes, artículo 39, el cual expresa lo siguiente:

El Estado reconocerá a las jóvenes y los jóvenes como actores estratégicos del desarrollo del país, y les garantizará la educación, salud, vivienda, recreación, deporte, tiempo libre, libertad de expresión y asociación. El Estado fomentará su incorporación al trabajo en condiciones justas y dignas, con énfasis en la capacitación, la garantía de acceso al primer empleo y la promoción de sus habilidades de emprendimiento (Asamblea Constituyente, 2008).

Además, el presente trabajo investigativo se cimienta en la sección primera denominada “*Sistema económico y política económica*”. Artículo 283, el cual señala que:

El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir (Asamblea Constituyente, 2008).

Por último, el presente estudio se fundamenta legalmente en el Art. 284 de la misma publicación, el cual expone que:

La política económica tendrá los siguientes objetivos:

1. Asegurar una adecuada distribución del ingreso y de la riqueza nacional.
2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividades sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
3. Asegurar la soberanía alimentaria y energética.
4. Promocionar la incorporación del valor agregado con máxima eficiencia, dentro de los límites biofísicos de la naturaleza y el respeto a la vida y a las culturas.
5. Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones, en el campo, entre el campo y la ciudad, en lo económico, social y cultural (Asamblea Constituyente, 2008).

2.4 Categorías Fundamentales

2.4.1 Superordinación

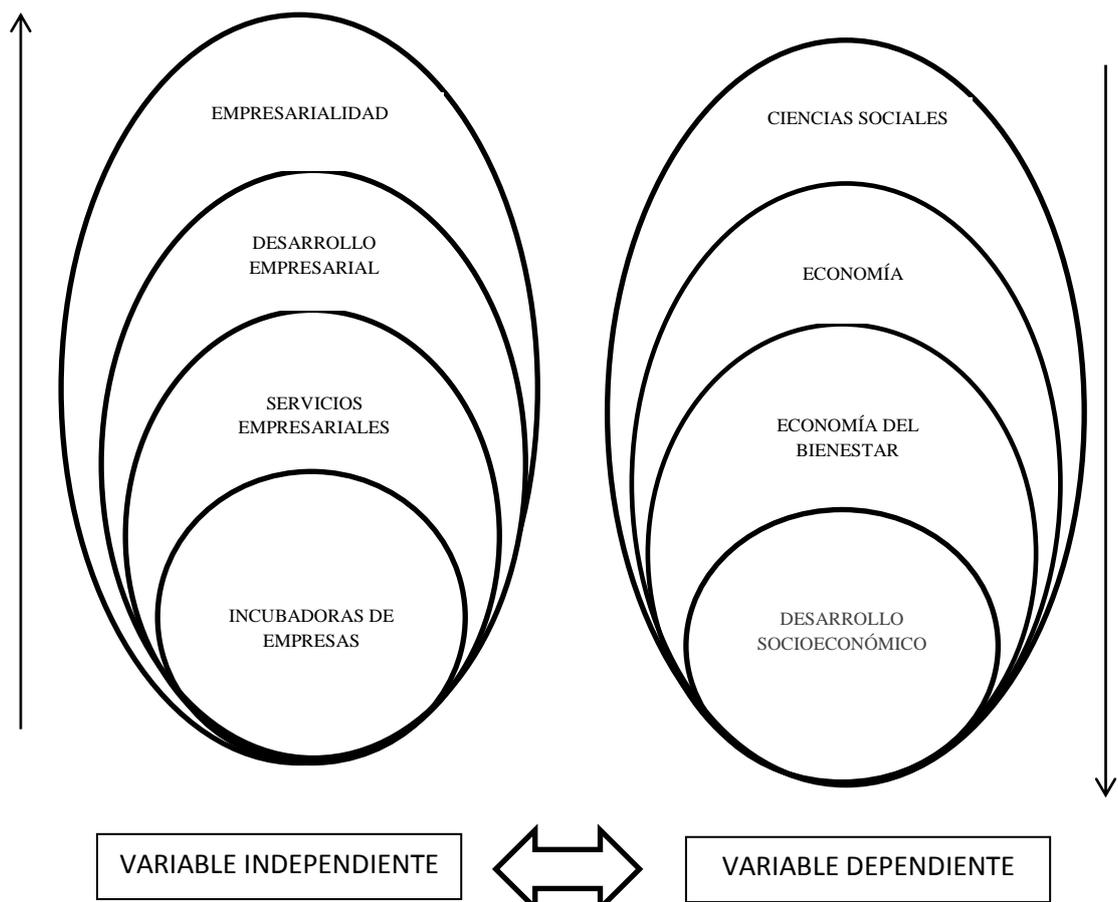


Gráfico 2.1: Categorías Fundamentales Superordinación.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

2.4.2 Constelación de ideas

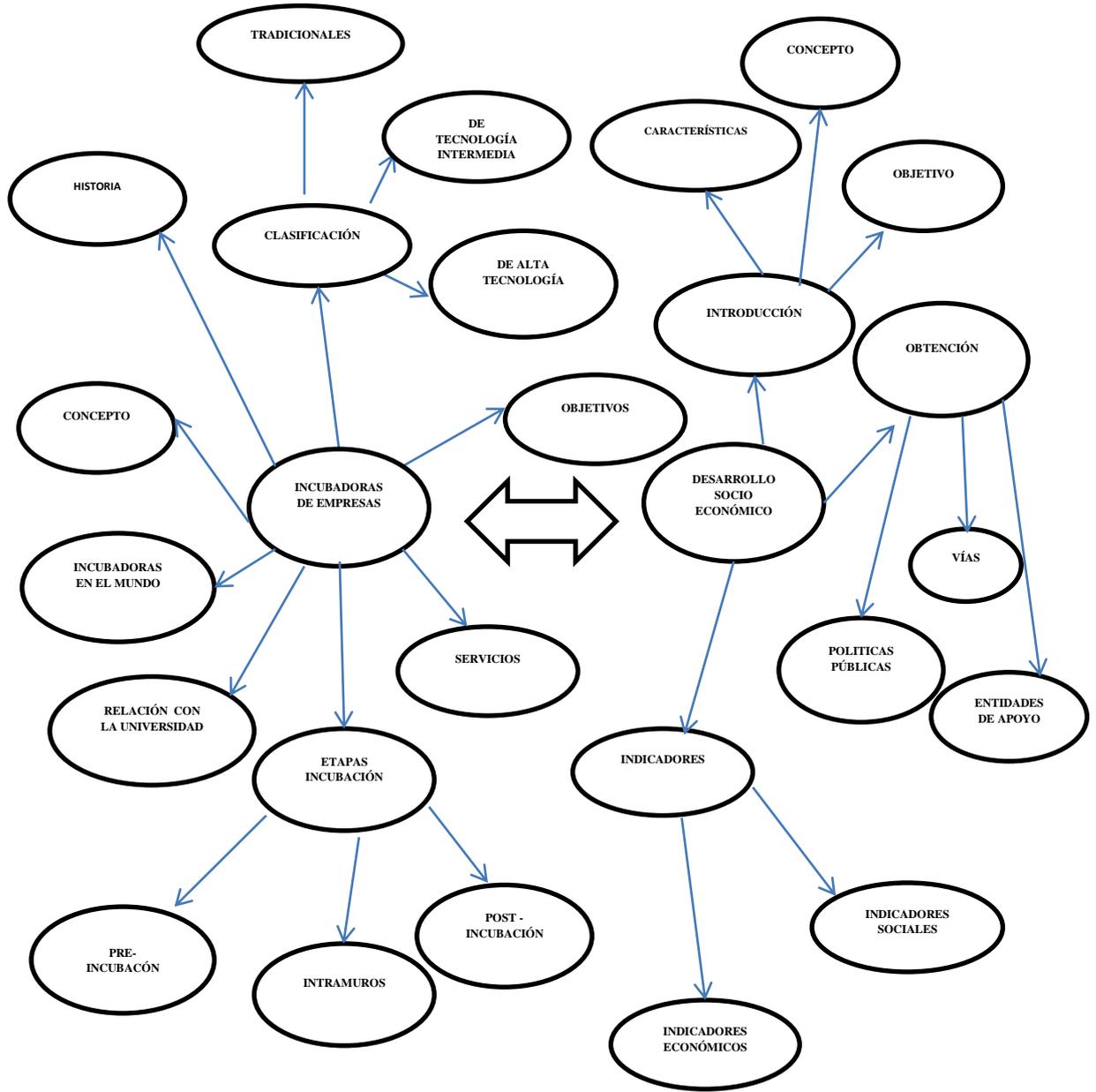


Gráfico 2.2: Constelación de Ideas.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

2.4.3 Descripción Conceptual de la Variable Independiente

Empresarialidad.

Desde hace varias décadas se ha reconocido la contribución importante que las pequeñas y medianas empresas tienen en la economía de las naciones, tal como lo afirma el Comité de Donantes para el desarrollo de la Pequeña Empresa al manifestar que: *“Las PyME ofrecen un vehículo para adquirir y aplicar habilidades para aumentar la productividad y el crecimiento del sector privado, proporcionando mejores oportunidades de ganar un salario a los pobres mientras que se aumenta el ingreso nacional”* (2001).

Para lograr estimular la creación, permanencia y desarrollo de pequeñas y medianas empresas alrededor del mundo, en los últimos treinta años las investigaciones en este campo han evolucionado significativamente, refugiadas principalmente en los resultados positivos que han arrojado los nuevos emprendimientos, tal como lo expresa Reynolds citado por Nora Berretta en su estudio, quien afirma que: *“El proceso de creación de nuevos emprendimientos se corresponde con la aparición de abundantes evidencias internacionales acerca de su contribución al crecimiento económico, la generación de puestos de trabajo e innovaciones”* (2008).

En ese sentido, y en concordancia a lo expresado por Santos Cumplido (2004), *“Por empresarialidad se puede entender el conjunto de cualidades dinámicas de empresas y empresarios, que influyen en la configuración de un determinado tipo de estructura productiva y empresarial y, por tanto, en el crecimiento y el desarrollo económicos de cualquier territorio”*, lo que permite concluir que la empresarialidad incluye una serie de factores, elementos y características que deben ser cumplidas por empresarios y organizaciones para lograr formar una unidad de producción que pueda tener éxito y de esta manera consiga contribuir al progreso y bienestar de sus fundadores y de la sociedad en donde se la despliegue

Asimismo, la empresariedad permite que exista desarrollo empresarial y por ende un mejoramiento significativo de la situación económica de las poblaciones, tal como lo afirma la CEPAL, al mencionar que: *“el creciente interés, académico y técnico-político, en la problemática de la empresariedad se basa en una serie de argumentos y evidencias que plantean la relación positiva entre el desarrollo empresarial y el crecimiento económico”* (Desarrollo empresarial y encadenamientos productivos, 2004).

Desarrollo Empresarial

El Desarrollo empresarial, es un proceso que pretende fomentar el espíritu emprendedor en las sociedades, mediante el impulso a la creación y establecimiento de nuevas empresas. Además, se constituye como un conglomerado de pasos que pretenden infundir en los miembros de organizaciones empresariales existentes: el ánimo suficiente para conseguir los objetivos corporativos; una manera acertada para enfrentar los cambios y mantenerse vigentes en el mercado.

Para lograr que exista optimización en nuevas y antiguas empresas en América Latina y el Caribe, la Comisión Económica para esta zona (CEPAL), a partir de la década de 1990 ha venido realizando proyectos que apoyan la formación de empresarios, *“se asiste en la región a un sinnúmero de iniciativas, de empresas individuales, asociaciones empresariales, universidades, proyectos de cooperación internacional y consultores privados, con el objeto de estimular la visión estratégica de conjunto y hacer posible la obtención de aumentos colectivos de eficiencia y productividad”* (2004).

De acuerdo a esta institución, el Desarrollo Empresarial engloba el siguiente proceso:

a) Políticas de creación de empresas y fortalecimiento empresarial

Las normas, políticas y estrategias para la instauración, desarrollo y fortalecimiento de empresas deben encontrarse orientadas hacia cuatro importantes aspectos: las grandes empresas, las pequeñas, los sectores informales y proyectos de emprendimiento.

Para la creación de empresas, *“se distinguen tres fases principales: a) la gestación del proyecto, b) la puesta en marcha de la actividad y c) el desarrollo inicial de la firma”* (CEPAL, 2004).

b) Articulación empresarial

Numerosos estudios demuestran que la agrupación de empresas formando una sinergia, permite de manera importante generar resultados positivos en factores como competitividad y rentabilidad. Es así que se indica que: *“En las concentraciones geográficas de empresas especializadas la dinámica de interacción explica el aumento de la productividad y la eficiencia, la reducción de costos de transacción, la aceleración del aprendizaje y la difusión del conocimiento”* (2004). En concordancia con lo mencionado, en la actualidad existen diversos tipos de agrupaciones empresariales, siendo los más comunes: las cadenas de valor o productivas, los clúster, sistemas productivos locales, sistemas locales de innovación, las redes, entre otros.

Las organizaciones de empresas pueden ser de los siguientes tipos:

- **Agrupaciones heterogéneas:** Las organizaciones que las integran son de características y tipos diversos. Es decir, las conforman de micro a grandes empresas; de recursos privados, públicos, y/ o mixtas; de origen nacional y/ o extranjero, etc.

- **Líneas de producción a fines:** Las empresas que se agrupan poseen una ventaja natural. Pudiéndose citar: recursos naturales, productos de consumo masivo, procesos de ensamble dependientes de cadenas globales de producción, entre otros.

c) **La visión de conjunto**

Para alcanzar un desarrollo empresarial exitoso, a más de establecerse una normativa que favorezca este proceso y de impulsar la agrupación y sinergia de organizaciones afines; es fundamental que exista coyuntura entre todos los elementos que conforman una sociedad. *“Es necesaria la articulación entre los niveles: local, intermedio (es decir, de estados en los países federales o provincias, regiones y departamentos en países unitarios) y nacional, así como entre dependencias de los gobiernos (economía, ciencia y tecnología, educación, trabajo, etc.)”* (CEPAL, 2004).

Instituciones que incentivan al desarrollo empresarial

En base a lo manifestado por la CEPAL, se puede nombrar a una serie de instituciones que apoyan al proceso de desarrollo empresarial en América Latina y el Caribe, siendo estas: el Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (SEBRAE); la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO); en Chile, el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC); centros regionales de competitividad empresarial (CRECE) en México, los centros de desarrollo empresarial en Argentina y la Red Nacional de Centros de Productividad, en Colombia.

En relación a iniciativas para el Desarrollo Empresarial en Ecuador, en el año 2008 se creó una herramienta denominada: “Fondo País Ecuador”, el cual conforme a lo publicado por diario Hoy se define como: *“Un mecanismo colectivo orientado a invertir recursos en acciones y aportes cuasi patrimoniales, en empresas seleccionadas que ofrezcan la expectativa de altos rendimientos y que se desenvuelvan en sectores con potencial de desarrollo económico”* (2008).

Servicios Empresariales

Considerando la vital importancia de la innovación y el emprendimiento, como factores determinantes en el crecimiento de las economías, surgió la necesidad imperante de crear servicios que permitan elevar el número de emprendedores quienes con entrenamiento y apoyo logren configurar la aparición de nuevas empresas. De acuerdo a lo expresado por Xavier Sandoval entre los principales obstáculos que enfrentan las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), están: *“a) que cuentan con un escaso nivel tecnológico, b) bajo acceso a fuentes de crédito comercial, c) mano de obra poco calificada, d) poca orientación exportadora y d) bajo nivel de desarrollo organizacional”* (2010).

Luego de varios años de esfuerzos para llegar a un acuerdo en cuanto a los principios y herramientas a elegir para apoyar pequeñas empresas, el Comité de Donantes para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, se inclinó por los servicios de desarrollo empresarial, los mismos que: *“involucran una amplia gama de servicios no financieros críticos para el ingreso, la supervivencia, la productividad, la competitividad y el crecimiento de las pequeñas empresas”* (2001).

Conocidos por sus siglas como “SDE”, los servicios empresariales se constituyen como herramientas de incentivo y desarrollo empresarial. Mismos que por medio de: asesoría técnica, gestión y acompañamiento en la formulación de proyectos de innovación y emprendimiento; planes de negocios; búsqueda y asignación de financiamiento; transferencia tecnológica, etc; logran cristalizar proyectos productivos en pequeñas y medianas empresas ancladas al mercado de manera exitosa.

Rosario Asián afirma que: *“En los últimos años hay cada vez más evidencia de que el sector servicios desarrolla un papel de gran importancia en el uso y generación de innovaciones, particularmente los servicios intensivos en conocimiento, denominados KIBS (Knowledge intensive business services)”* (2005). La misma autora señala que: *“Los elementos que adquieren más importancia actualmente son el conocimiento, la calidad de los recursos*

humanos, y el uso correcto de la masiva información” (2005). Es decir, los empresarios del presente necesitan poseer conocimientos profundos sobre su negocio y combinarlos acertadamente con varios factores como la tecnología, los procesos, la gestión del talento humano, entre otros. Reafirmandose de esta manera el esencial valor de los servicios empresariales como entes de transmisión de conocimientos y tecnología a emprendedores especialmente hacia los novatos.

Goldmark citado por Jazmín González explica que: *“existen cuatro áreas en los servicios de desarrollo empresarial en cuanto al efecto directo que tienen sobre la empresa: producción, mercadeo, administración y acatamiento de regulaciones”* (2006). Conforme a lo expresado se puede afirmar que los empresarios y emprendedores pueden escoger sobre cuál área requieren obtener capacitaciones y conocimientos para poder mejorar la situación de su negocio y tener éxito en el ámbito y mercado en que se desenvuelven.

Tipos de servicios empresariales

De acuerdo a un estudio realizado por Julio García para la CEPAL, existen varios tipos de Servicios Empresariales, los cuales pueden ser clasificados por su nivel de complejidad de transmisión de conocimientos.

Siendo agrupados en la siguiente tabla:

Cuadro 2.1: Niveles de Complejidad de los Canales de Transferencia de Información.

Nivel de complejidad	Canales de transferencia
<p>Escasamente complejos: se caracterizan por ser unidireccionales, su carácter altamente informal y de corto plazo, y por referirse a un conocimiento tácito generalmente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Contratación de graduados e investigadores -Pasantías y estancias de alumnos e investigadores en las empresas. -Publicaciones, seminarios y conferencias.
<p>Medianamente complejos: pueden ser bidireccionales e implicar la transferencia de conocimiento codificado, necesitan una estructura más formal. Los servicios a las empresas son de corto plazo mientras que la investigación contratada y conjunta puede requerir en algunos caso un periodo mayor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Servicios de consultoría, asistencia técnica, pruebas de laboratorio, renta de equipo e instalaciones. -Investigación contratada y conjunta.
<p>Altamente complejos: requieren de una infraestructura formal que garantice la participación de ambas partes en los beneficios económicos derivados de la relación, implican un flujo bidireccional y una combinación de conocimientos tácitos y explícitos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Licenciamiento y venta de patentes -Empresas de base tecnológica -Incubadoras de empresas

Fuente: “Factores que influyen en la transferencia de conocimientos a través de las incubadoras universitarias: dos casos de estudio.”

Elaborado por: CEPAL

En la tabla se puede observar que las nuevas empresas pueden proveerse de servicios clasificados de acuerdo a su nivel de complejidad, pudiendo ser: escasamente complejos, medianamente complejos y altamente complejos. Por otro lado, la división de los servicios en estos tres aspectos depende también de los recursos que se necesitan para que la información pueda ser trasladada de organización a organización, y del grado de perennidad de los conocimientos transferidos. Es así, que dentro de la primera categoría se encuentran los servicios de contratación de graduados e investigadores, la incorporación a la empresa de pasantes, la asistencia de los miembros de la organización a seminarios, conferencias, etc.

Mientras que, en la segunda segmentación se hallan los correspondientes a consultorías, asistencia técnica, renta de equipos o instalaciones, y los procesos de contratación de investigación que se desarrollen de manera conjunta con los elementos de la organización. Este tipo de servicios empresariales requieren de una estructura más formal, e involucran un proceso bidireccional, es decir que actúan tanto las empresas como los especialistas en asesoría.

Finalmente, la tercera categoría está constituida por la compra de licencias y patentes, es decir la adquisición temporal o permanente de los derechos de propiedad intelectual, comúnmente en forma de marcas. Las empresas de bases tecnológicas las cuales engloban a las conocidas “spin offs y start ups” organizaciones que usualmente son creadas por docentes y/o estudiantes de la academia involucrados en la investigación, y finalmente por incubadoras de empresas, siendo estas entidades las que además de asistencia técnica, gestión de financiamiento etc, ofrecen espacios físicos para que las nuevas empresas puedan desarrollar sus actividades iniciales y de esta manera eviten manejar costos elevados de funcionamiento durante su etapa de nacimiento.

Incubadoras de Empresas

Concepto

Las incubadoras de empresas son también conocidas como Business Incubator, Viveros de Empresas, Centros de Promoción Empresarial, Centros de Nuevas Empresas, Centro de Apoyo a Emprendedores; Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento, entre otros. Éstas son médulas de apoyo empresarial que impulsan la creación y ensamblaje de nuevas organizaciones de producción. Se encargan de evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de una idea o proyecto emprendedor, de igual manera proporcionan servicios integrales de asesoría técnica, así como planes de mercadotecnia y ventas, e incluso espacios físico, equipos, logística y acceso a financiamiento, con el objetivo primordial de anclar una empresa naciente al complicado mercado actual, abarrotado de competitividad e innovación. Tal como lo afirma Liyis Gómez, *“La combinación de estas características genera un efecto sinérgico indispensable para la creación de nuevas empresas”* (2002).

Para Thomas y Ely citados por Sandoval, una incubadora de empresas *“es también beneficiosa para la creatividad, ya que fomenta el trabajo en equipo, la actitud de compartir información en base al desarrollo de redes, una mentalidad abierta a las nuevas ideas, y posibilita la libertad de expresar y aceptar formas de pensar sin encasillamiento sino más bien de cooperación”* (2010). Dicho de otra

manera, las incubadoras de empresas además de brindar asesoría técnica, financiera y administrativa; pretenden que los empresarios y por ende sus colaboradores desarrollen su imaginación creativa, cualidad indispensable para mantenerse al ritmo del mercado global. De igual forma, estimulan en empresarios la habilidad de trabajar en equipo con visión de conjunto para poder alcanzar metas y objetivos organizacionales.

Así mismo, las incubadoras de empresas funcionan como elementos de mediación y articulación entre las universidades y las industrias públicas y privadas. Es decir, constituyen un vínculo entre las organizaciones que nacen de las aulas (spin off y start ups) y el mundo productivo y comercial, tal como lo declara Etzkowitz citado por Julio García, *“Las incubadoras asisten el crecimiento de empresas spin-off y start-ups, a través de facilitar espacios subsidiados, consultorías y otras ayudas para fomentar el emprendimiento”* (2011).

Finalmente este tipo de establecimientos proveen redes de contactos y relaciones comerciales a los empresarios novatos, con los cuales pueden compartir con otros empresarios, profesionales, proveedores, clientes, instituciones de financiamiento, posibles socios e inversionistas, etc, afines a su cadena de valor. Este tipo de tratos pueden ayudar de manera significativa al adelanto y expansión de las nuevas empresas.

En conclusión, las incubadoras de empresas son organizaciones multifuncionales. Se acoplan a las necesidades de los proyectos productivos nacientes. Por un lado brindan servicios de asesoría y consultoría que puede incluir diversos aspectos como administración, viabilidad económica del proyecto, contabilidad, procesos, entre otros. Por otro lado, se encargan de ofrecer espacios físicos adecuados para el desarrollo de actividades iniciales de producción, es decir otorgan equipos, maquinarias y servicios básicos, los cuales pueden ser de suma utilidad para empezar el desarrollo de las acciones empresariales. Por último se constituyen como una fuente de contactos de tipo comercial, los emprendedores pueden valerse de ellos para adquirir conocimientos de empresarios con experiencia, obtener clientela e incluso acceder a financiamiento.

Historia

En términos de Sandoval “*La primera incubadora de empresas fue creada en 1959 en Nueva York, por el Alcalde de Watertown, Frank Mancuso, que reconvirtió una edificación utilizada previamente para la incubación de pollos para proveer de espacio a empresas de reciente creación*” (2010). Conforme a lo expresado, ciertamente la primera incubadora nació en el año 1959, pero empezaron sus actividades como tales, es decir reconocidas bajo esta denominación, a partir de los años setenta, cuando brindaban servicios de arriendos múltiples a empresas nuevas en el mercado.

El paso del tiempo ha permitido que el número de incubadoras se reproduzca, es así que en la actualidad existen aproximadamente 4000 alrededor del mundo, siendo aún una cantidad insuficiente para la cifra extraordinariamente elevada de proyectos emprendedores presentes a lo largo del planeta.

Clasificación

Existen varios tipos de clasificaciones para las incubadoras de empresas, por ejemplo de acuerdo a la Secretaría de Economía de México (SEM), citada por Julio García, “*El Sistema Nacional de Incubación realiza una clasificación y establece tres tipos de incubadoras de empresas: incubadoras de negocios tradicionales, incubadoras de tecnología intermedia e incubadoras de negocios de alta tecnología*” (2011). Pudiendo ser detalladas de la siguiente manera:

- a) **Incubadoras de empresas para sectores tradicionales:** Asisten a negocios pequeños y comunes de la sociedad, mismos que usualmente demandan mejoramiento de infraestructura física y optimización de tecnología. El tiempo promedio que requieren para completar el proceso de incubación es de tres meses. Ejemplos de empresas beneficiarias de este tipo de incubadoras: negocios de alimentación, panaderías, papelerías, comercializadoras, joyerías, consultorías, entre otras.
- b) **Incubadoras de negocios de tecnología intermedia:** Este tipo de incubadoras, se dedica a otorgar apoyo a negocios que además de necesitar

de espacios físicos y tecnología, demandan y necesitan conocimientos técnicos, puesto que sus procesos de operación son semi-especializados. Para este tipo de empresas la incubación en promedio puede durar entre doce meses. Los ejemplos más comunes son negocios de desarrollo de redes simples, telecomunicaciones, aplicaciones web, etc.

- c) **Incubadoras de negocios de alta tecnología:** Su misión es la de asistir a organizaciones pertenecientes a sectores considerados como avanzados, es decir que sus mecanismos de operación son más complejos de ejecutar, es por esta razón que pueden recibir el proceso de incubación hasta por un lapso de tiempo de dos años. Entre los negocios de este tipo se encuentran: Tecnologías de la Información y Comunicación, Petroquímica, Microelectrónica, Metalmecánica, Biotecnología, etc.

Otra forma de clasificación de estas organizaciones es conforme a su ámbito específico y a su propiedad. Según lo sostenido por Liyis Gómez: *“Dentro del ámbito específico pueden ser de base tecnológica, uso múltiple y tipo microempresas. Mientras que según su propiedad pueden ser: públicas, privadas (con ánimo o sin ánimo de lucro), mixtas y académicas”* (2002). Es decir, a pesar de todas ser un tipo de servicio empresarial y mantener la característica similar de apoyo a empresas nuevas en sus primeros años; las incubadoras según sus diversas clases, poseen metas, objetivos y técnicas distintos. Resumiéndose:

- **De base tecnológica:** Se encargan de incentivar empresas que manejan en sus procesos alta tecnología, es decir relacionadas con elementos como software, robótica, biotecnología, etc
- **De uso múltiple:** Este tipo de incubadoras pretende impulsar la creación de empresas en varios ámbitos. Mismos que pueden relacionarse las manufacturas, a los servicios, o el comercio.
- **Tipo microempresas:** Poseen el objetivo primordial de apoyar al sector más vulnerable de la economía, el cual generalmente sufre de problemas de desempleo y pobreza.

Finalmente, las incubadoras de empresas se pueden clasificar de acuerdo a su estructura legal, tal como lo indica la tabla a continuación:

Cuadro 2.2: Estructura legal de las incubadoras de Empresas.

ORGANIZACIONES PRIVADAS CON FINES DE LUCRO	Comúnmente son formadas por grupos de inversionistas.
ORGANIZACIONES PÚBLICAS SIN FINES DE LUCRO	La mayoría de las incubadoras son de este tipo, normalmente organizadas a través de una fundación.
ORGANIZACIONES CON FONDOS PÚBLICOS Y PRIVADOS	La incubadora es un esfuerzo asociativo entre el gobierno o una agencia sin fines de lucro e inversionistas privados. Este tipo de asociación permite a la incubadora nutrirse de ambas experiencias.
ORGANIZACIONES AFILIADAS A UNIVERSIDADES	El objetivo es desarrollar y transferir nuevos conocimientos y tecnologías.

Fuente: “Factores que influyen en la transferencia de conocimientos a través de las incubadoras universitarias: dos casos de estudio.”

Elaborado por: CEPAL

Al analizar la tabla se puede establecer que las incubadoras de empresas acorde a su organización legal, pueden ser: Organizaciones Privadas con Fines de Lucro, Organizaciones Públicas sin Fines de Lucro, Organizaciones con Fondos Públicos y Privados, y Organizaciones Afiliadas a Universidades.

Cabe destacar que la mayor parte de incubadoras existentes son organizaciones públicas sin fines de lucro, es decir que se encuentran estructuradas a través de una fundación.

Servicios que ofrecen las Incubadoras

Cuadro 2.3: Servicios que brindan las Incubadoras de Empresas.

Tradicional	Tecnología Intermedia	Alta Tecnología
<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura física y tecnología.	<ul style="list-style-type: none">• Infraestructura física y tecnológica.	<ul style="list-style-type: none">• Constitución de empresas.
<ul style="list-style-type: none">• Servicios para cubrir requerimientos de operación básicos.	<ul style="list-style-type: none">• Mecanismos de operación semi-especializados.	<ul style="list-style-type: none">• Mecánica de operación avanzada.

Fuente: “Factores que influyen en la transferencia de conocimientos a través de las incubadoras universitarias: dos casos de estudio.”

Elaborado por: CEPAL

En la tabla es posible apreciar que las incubadoras acorde a su clasificación brindan diferentes servicios.

Las tradicionales ofrecen: infraestructura física y tecnológica, además servicios que permitan cumplir con necesidades operarias, siendo estas sumamente básicas en las empresas incubadas.

En cuanto a las incubadoras de tecnología intermedia, se puede decir que se encargan de otorgar además de servicios de infraestructura y adelantos tecnológicos, mecanismos de operación semi-especializados, y procesos de la igual categoría, esto debido a los requerimientos propios del tipo de negocio.

Para concluir los servicios otorgados por las incubadoras de alta tecnología, incluyen: la constitución de la empresa, asesoría especializada y mecanismos de operación y procesos avanzados.

Objetivos

En concordancia a lo expresado por Lyons y Litcheinsten en su libro “Incubando nuevas empresas”, (2003, págs. 4-5), los objetivos de una incubadora de empresas son:

- a) Incrementar la tasa de formación de nuevos negocios,
- b) Incrementar la tasa de supervivencia y éxito de las nuevas empresas – esto es, disminuir la tasa de fracaso,
- c) Incrementar la tasa de desarrollo de nuevas empresas - esto es, ayudarlas a crecer más rápidamente y más eficientemente,
- d) Incrementar la eficiencia del proceso de disolución si una firma fracasa. (2003).

Etapas del proceso de incubación

En relación a lo manifestado por Marlene Martínez: *“Toda incubadora de empresas se basa en varias etapas para el ejercicio de sus actividades, están son Preincubación, Incubación Intramurs, Post Incubación”* (2010).

Es así, que se puede mencionar que la etapa de pre-incubación se sustenta en tener clara la idea del negocio a establecerse. Mientras que la etapa denominada intramuros, comprende el proceso mismo de incubación, en el cual se otorga la capacitación y asesoría técnica, espacios físicos, acceso al financiamiento, etc. En último lugar se encuentra la post-incubación, misma que consiste en realizar un seguimiento y evaluación de la situación de la empresa incubada, para conocer su realidad, corregir errores, retroalimentar y mantener contactos.

Incubadoras de empresas en el mundo:

Debido al éxito obtenido por los servicios de incubación, el número de viveros alrededor del mundo se ha incrementado de manera significativa. Por ejemplo, para 1998 existían en Estados Unidos un total de 600 organizaciones de esta índole, mientras que Europa el número ascendía a 900. Países del sudeste asiático como Japón y China también han adoptado esta herramienta de fomento empresarial.

Esto se debe principalmente a lo señalado por la National Business Administration (Nbia) de Los Estados Unidos citada por Xavier Sandoval, al manifestar que: “al cabo de tres años, la tasa de éxito para negocios incubados oscila entre el 75 y el 80%, frente al 20 o 25% que reportan los nuevos negocios no incubados” (2010).

Fig. 2 Distribución de Incubadoras en el Mundo

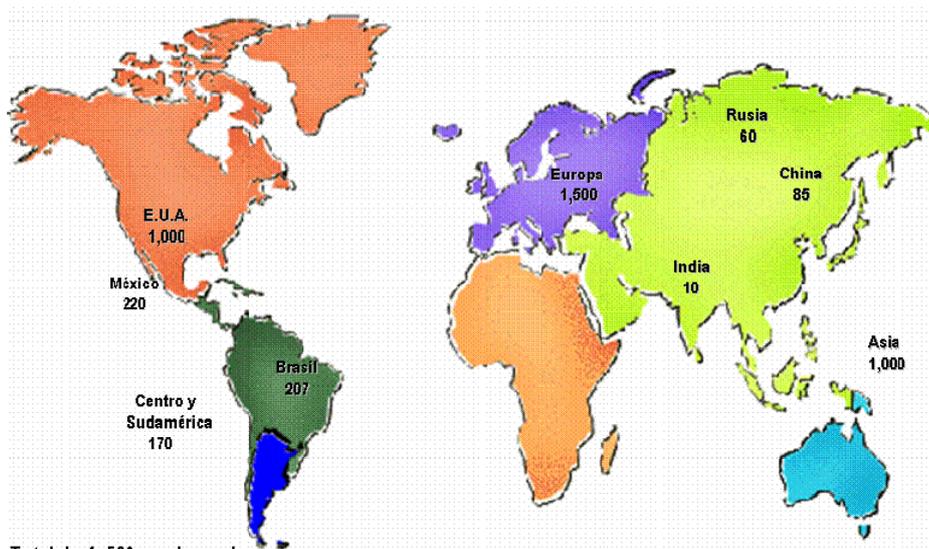


Imagen 2.1: Distribución de Incubadoras en el Mundo.

Fuente: “Análisis del Sistema de Incubación de Empresas de Base Tecnológica de México”

Elaborado por: Pilar Pérez Hernández.

Se observa en el gráfico que en América la mayor presencia de incubadoras se encuentra en Brasil y México, con una cifra de 207 y 220 respectivamente.

Se puede contemplar también que Estados Unidos es el país que posee el mayor número de estas organizaciones, con mil de ellas en su territorio.

Europa mantiene una número aceptable de viveros, 1500, sin embargo no se constituye como una cantidad suficiente para cubrir las expectativas y necesidades de los emprendedores de esa región, debido a la magnitud de la misma.

Un factor que debe destacarse del presente gráfico, es que muestra como lamentablemente en el continente africano no existen este tipo de entidades, lo que

permite concluir que la poca estimulación, apoyo y protección a la industria naciente, es un aspecto vital que ha determinado la economía deplorable de esta zona.

Beneficios y relación con la Universidad:

La academia y las incubadoras de empresas se relacionan de manera estrecha. Las universidades que deciden crear una incubadora son generalmente instituciones con amplia experiencia investigativa, y que poseen vínculos con las industrias de un mercado. Esto les permite transmitir conocimientos adecuados a los posibles empresarios, y les eleva la probabilidad de tener éxito, a la par que contribuyen al adelanto de la sociedad. Tal como lo expresan Smilos y Grill citados por Sandoval, *“el modelo de universidad preponderante en el siglo XXI, denominado “universidad emprendedora”, está vinculado a las necesidades del entorno y, por lo tanto, funge como motor de desarrollo regional y nacional”* (2010).

Las instituciones académicas al instaurar estos centros dentro de sus predios, pueden acceder a beneficios de índole económico. Uno de ellos es obtener ingresos adicionales por comercializar sus conocimientos. Lo que puede repercutir de manera positiva en el mejoramiento de la calidad de las investigaciones y enseñanzas. Al mismo tiempo es una manera sumamente práctica de vincular a los estudiantes con el mundo laboral real.

Casos de empresas incubadas

Alrededor del mundo existen un sinnúmero de casos de empresas que han recibido servicios de incubación, y se han podido mantener vigentes en el mercado. Según el CIETEC, El Centro de Incubación de Empresas del TEC, el cual *“es un programa institucional promovido por el Instituto Tecnológico de Costa Rica para incubar organizaciones nacientes”* (2005), ha podido ver resultados en empresas como las siguientes:

- **SCM Metrología S.A:** Industria que se dedica a la medición y calibración de equipos conforme a la norma ISO / IEC17025.

- **GuaycaráBreloa S.A.:** Entidad que produce de dulces de mazapán.
- **Laboratorio TecnoVida:** Laboratorio de análisis molecular que otorga apoyo a los programas de vigilancia sanitaria de industrias.
- **VitroPlant S.A.:** Industria que se encarga de la multiplicación acelerada de plantas in vitro, logrando de esta manera el mejoramiento genético, la limpieza de enfermedades, y la conservación de germoplasma.
- **Vermisoluciones:** Planeación, creación, y comercialización de productos y servicios prácticos que de una u otra manera apoyen a la preservación del medio ambiente.
- **CetratecAlfa:** Centro analítico químico y farmacéutico. Servicio orientado a los sectores farmacéutico, veterinario y cosmético.

Otros casos de empresas incubadas exitosas lo presenta la incubadora y aceleradora de empresas del Tecnológico de Monterrey, y estos son:

- **GRANOTEC:** Empresa cuya misión es atender de forma integral los requerimientos de la industria alimenticia de Latinoamérica correspondientes a los campos de: nutrición, biotecnología y aditivos
- **Grupo Valverde:** Industria dedicada a la integración de soluciones de cómputo móvil robustas e innovadoras.
- **Urany:** Empresa de comercialización de equipos electromecánicos y desarrollo de ingeniería mecánica específica para el área de control de movimiento en el sector de automatización industrial.
- **DYMI:** Diseño, desarrollo y fabricación de piezas de metal-mecánicas enfocadas al auto transporte y al transporte en masas.
- **IL:** Empresa que ofrece servicios de tecnologías de información y de telecomunicaciones.
- **GESDC:** Organización que provee servicios de diseño electrónico. Además vende productos y servicios a las industrias relacionadas a este campo.
- **EBCOM:** Consultoría especializada en proveer soluciones financieras.

Pudiéndose concluir que los casos de empresas incubadas que han tenido éxito son numerosos, un claro ejemplo son las anteriormente nombradas y que corresponden a los países Costa Rica y a México, siendo este último, la nación que posee la mayor cantidad de viveros de empresas en América Latina.

2.4.4 Descripción Conceptual de la Variable Dependiente

Ciencias Sociales

Definir de manera exacta las Ciencias Sociales es un tanto complejo, son varios los conceptos que giran alrededor de este tema.

Un estudio de la National Science Foundation citado por González-Moro Zincke y Caldero Fernández, expresa que las Ciencias Sociales son: “*disciplinas intelectuales que estudian al hombre como ser social por medio del método científico. En su enfoque hacia el hombre como miembro de la sociedad y sobre los grupos y las sociedades que forma, lo que distingue las ciencias sociales de las físicas y biológicas*” (2010). Lo que quiere decir que este grupo de ciencias se enfocan de manera enfatizada en el comportamiento del hombre a lo largo de la historia, su desarrollo, evolución y comportamiento dentro de una sociedad.

Las disciplinas que incluye cada grupo, según la clasificación de Piaget citado por González-Moro Zincke y Caldero, son las siguientes: “*Nomotéticas del hombre: Antropología cultural, Sociología, Psicología, Estética experimental, Lingüística, Economía política y Econometría, Demografía, Cibernética, Lógica simbólica, Epistemología científica, Historia (cuando busca explicación de las sucesiones históricas). Históricas: Historia, Filología y Crítica literaria. Jurídicas: Derecho. Filosóficas: Moral, Metafísica, Teoría general del conocimiento* (2010).

Economía

Como se expresa anteriormente la Economía es considerada una de las Ciencias Sociales. Ésta se encuentra presente en todos los ámbitos del desarrollo de la vida, es por esta razón que no existe un solo concepto que con certeza pueda

delimitarla, debido a que ninguno hace referencia a todos los campos que esta ciencia abarca.

De acuerdo a Javier Carpi, *“la etimología de la palabra «economía» se remonta al griego, concretamente a las voces «oikos», que significa patrimonio o casa, en el sentido de bienes, y «nomos», que significa regla o administración y, por tanto, «oikonomia» significaría administración doméstica o gobierno de la casa”* (2004).

José Torotosa explica que: *“la Economía tiene como objetivo esencial comprender cómo asigna la sociedad sus recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos para satisfacer sus necesidades”* (2010). En conclusión, la Economía es una ciencia que se ocupa de estudiar cómo los hogares, industrias e individuos deben y pueden administrar los recursos que son siempre escasos con el fin de elaborar o adquirir bienes y servicios capaces de cubrir sus necesidades, expectativas y deseos.

En base al estudio realizado por Carlos Sabino (1991), es posible citar diversas definiciones referentes a la Economía, generados tomando en consideración diferentes ideologías:

Alfred Marshall quien fuera un destacado miembro de los economistas clásicos, y quien al igual que sus partidarios se preocupó de manera acentuada por la producción y distribución de la riqueza; sostuvo que: *“La ciencia económica examina aquella parte de la acción social e individual que está más estrechamente ligada al logro y empleo de los requisitos materiales del bienestar”* (Sabino, 1991). Lo que señala que para esta escuela de pensamiento económico, la Economía era una herramienta social que permitía el uso adecuado de los recursos materiales con el objetivo de generar prosperidad.

Por otro lado, Lionel Robbins, quien poseía una profunda influencia neoclásica, en el año de 1932 propuso una definición que fue aceptada de manera positiva y amplia por la sociedad de aquel entonces, la cual manifestaba que: *“La economía es la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y*

medios escasos que tienen usos alternativos" (Sabino, 1991). Pudiendo concluirse que la Economía de acuerdo a este pensador mantiene un tinte eminentemente social, y va ligada estrechamente con la forma de actuar de los seres humanos.

Un autor más contemporáneo, Robbins Hayek, ha expresado que *"la economía es, esencialmente, una ciencia que estudia las relaciones que surgen a partir del intercambio, dando énfasis a los recursos escasos* (1991). En este sentido, se conserva la definición de que la Economía es una ciencia social, la cual pretende que se realice un intercambio de productos, bienes y servicios; de manera adecuada, tomando en consideración que estos son altamente escasos en comparación con la cantidad de necesidades y deseos existentes en una sociedad.

Finalmente, la escuela llamada Economía del Bienestar y el marxismo señalaban que la Economía es *"el estudio de las condiciones bajo las cuales puede maximizarse el bienestar de una comunidad"* (1991). Manteniendo de esta forma un enfoque social, que pretendía que la sociedad en general pueda acceder a un mejor estilo de vida.

La Economía ha sido dividida en dos grandes grupos: Economía Positiva y Economía Normativa.

En relación a lo citado por Edmun Burke, *"La economía positiva describe los hechos de una economía, mientras que la normativa se refiere a los juicios de valor"* (2012). Es decir que hablar de Economía Positiva, es referirse a la ilustración y descripción de los hechos, puesto que esta clase de Economía. Mientras que la Normativa, intenta establecer como deberían ser los fenómenos, basándose en principios éticos y valores.

Economía del Bienestar

Concepto

La Economía del Bienestar se refiere a la rama de la teoría económica que busca establecer las condiciones suficientes para alcanzar el máximo de bienestar de una sociedad.

Esta rama económica es usualmente reconocida como parte de la Economía Normativa, debido a la diferencia existente con la Positiva, misma que persigue establecer como están compuestos los procesos económicos. Mientras que, la Economía del Bienestar busca el aumento de la satisfacción de una determinada sociedad, a través de la generación de las condiciones óptimas para que esto suceda.

Just, Hueth y Schmitz citado por Juan Carlos Mendieta, explica que esta rama de la economía trata sobre *“el estudio del uso eficiente de los recursos escasos (...), tomándose en cuenta que los cambios en bienestar son generados por cambios en precios de los bienes y/o factores y en el ingreso de los individuos a través de la adopción de políticas, regulaciones e implementación de proyectos”* (2007).

Historia

Esta rama de la Economía se desarrolló de forma vertiginosa durante los años cincuenta del siglo pasado, siendo parte de las bases teóricas del conocido “Estado de Bienestar”.

El Estado de Bienestar fue propio de diversas naciones pertenecientes a la Europa Occidental, basaba sus principios en otorgar formación académica y atención médica sin costo, bonos para la tercera edad y personas con capacidades especiales y/o enfermedades, viviendas de fácil adquisición, pensiones para desempleados y pobres, y otros programas de beneficio social.

En base a lo expuesto es posible afirmar que un Estado de Bienestar es proteccionista y paternalista con los ciudadanos de un país, de manera especial con los sectores más vulnerables.

La definición de “bienestar” abarca el conjunto de aquellas cosas que se necesitan para vivir bien. Considerándose entre estas, dinero para la satisfacción de las necesidades y deseos materiales, salud, tiempo para el ocio y relaciones afectivas sanas, acceso a educación, vivienda y servicios básicos, entre otros.

Desarrollo Socioeconómico

Introducción

Para poder establecer una definición precisa de “Desarrollo Socioeconómico”, es fundamental partir del concepto base de “Desarrollo”.

El desarrollo no posee una definición exclusiva, puesto que este ha ido variando con la sociedad y los paradigmas y valores de la misma, en espacio y tiempo.

Para Alfonso Dubois *“el concepto de desarrollo se relaciona con la idea de futuro que cada sociedad se propone como meta para el colectivo humano”* (2004). Lo que denota que el desarrollo es concebido de manera distinta para cada sociedad y es fijado por los anhelos y metas que se desean obtener en un cierto período de tiempo.

Giovanny Reyes en su estudio *“Comercio y Desarrollo: Bases conceptuales y enfoque para América Latina y el Caribe”*; define al desarrollo como: *“ la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistema naturales”* (2010). Lo que recalca que el desarrollo se encuentra ligado a la satisfacción de necesidades de los individuos, utilizando coherentemente los recursos escasos a fin de que las futuras generaciones puedan disfrutarlos también.

Finalmente, el desarrollo se encuentra integrado por cuatro ejes principales, siendo estos: la riqueza, evolución, progreso y crecimiento. Cada uno por separado o todos integrados significan desarrollo.

Concepto

El desarrollo socioeconómico surge de la fusión práctica de lo que involucran los conceptos “desarrollo económico” y “desarrollo social”.

Desarrollo Económico

Por un lado, el Desarrollo Económico se vincula con un estado en el que los medios económicos de una colectividad obtienen un nivel que les permiten a todos o la mayor parte de sus integrantes satisfacer sus necesidades y acceder a un estilo de vida considerado óptimo.

Desarrollo Social

Por otro lado, el Desarrollo Social describe a un estado en que los individuos que forman parte de sociedad, gozan de bienestar, esto quiere decir que poseen acceso a: salud, vivienda, educación, actividades de ocio y recreación, servicios básicos, entre otros.

Ambas definiciones en sinergia forman una sola concepción, pudiéndose concluir que el desarrollo socioeconómico es un sistema organizado que mediante el uso de recursos, entre ellos el dinero, permite satisfacer con calidad las necesidades básicas y superfluas de las personas que integran una sociedad, permitiéndoles acceder a una calidad vida mejor. Para que funcione correctamente, este sistema debe ser protegido y promovido por una estructura de jerarquía superior.

Esta relación entre términos es afirmada por Jinsop Brito en su investigación, quien expone que: *“La satisfacción de las necesidades pasa en primer término por la disposición de los recursos económicos de una familia. Por lo tanto lo económico y lo social, se encuentran estrechamente ligados y el análisis de lo social, implica considerar los aspectos económicos que le atañen”* (2010).

Finalmente Alejandro Buschmann en su artículo denominado *“Desarrollo Socioeconómico Sostenible”* certifica que: *“Si se da el caso de que el desarrollo económico no implica cambios sociales, es inevitable que con el tiempo emerjan conflictos sociales”* (2006), aseveración que ratifica la conexión indudable entre ambos conceptos y lo importante de su obtención en las sociedades.

Características

Acorde a lo manifestado por Jinsop Brito, la Economía del Bienestar “*incluye la especificación de que los grupos sociales tienen la posibilidad de acceder a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social*” (2010). Pensamiento que asegura que para poder medir el desarrollo socio-económico de un determinado sector es necesario considerar una serie de indicadores que implican de manera profunda temas de interés social y lucha contra la pobreza.

Vías para la obtención del Desarrollo Socioeconómico:

Para alcanzar el desarrollo socio económico de un determinado sector, a lo largo de los años se han desplegado y ejecutado diversas estrategias, siempre acopladas a la realidad entorno de la investigación y a las necesidades de la misma.

Algunas de vías o formas más utilizadas para obtener este fin son las que se detallan a continuación:

- **Incentivo a la cultura emprendedora.**- Se la desarrolla por medio de la inversión tanto pública como privada en planeación y ejecución de proyectos innovadores de emprendimientos.
- **Programas de Salud.**- Construcción y equipamiento de Centros de Salud. Fácil acceso a consultas médicas, medicinas y otros servicios médicos.
- **Planes de desarrollo académico.**- Instauración de unidades educativas para todo tipo de edades, fomento de la lectura e investigación.
- **Proyectos de Desarrollo Económico.**- Con la utilización de metodología, normativa e instrumentos que permitan redistribuir la riqueza, disminuir de niveles de pobreza, migración y desempleo.
- **Programas de Desarrollo Social y Equidad.**- Promoción de la convivencia armónica de todos los actores sociales. Fomento de equidad de género, tolerancia y respeto a religiones, orientación sexual, nivel de ingresos, educación, entre otros.

- **Proyectos y programas de Acceso a Servicios Básicos.**-Proveeduría de instalaciones de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, entre otros servicios básicos, para sectores que lo requieran.

Entre otros programas y proyectos que se ajustan al medio y sector en el que van a ser aplicados, con el fin de obtener los resultados e impacto esperados para con los participantes.

Objetivos del Desarrollo Socioeconómico.

Los principales objetivos a alcanzar dentro de un sector, sociedad, o país, un desarrollo socioeconómico elevado pueden resumirse en el siguiente cuadro:

Etapas	Factores
Agrícola: Son países capaces de autoabastecerse, ya que viven de la agricultura y la ganadería	Naturales: Suelos fértiles, ríos, flora, petróleo, hierro, gas natural, entre otros.
Comercial: Despliegan formas comerciales que conllevan a un avance económico y social.	De Trabajo: Mano de obra especializada y tecnificada.
Industrias: Se implanta la industria manufacturera, de elaboración y transformación.	Capital: Asignación de créditos de financiamiento y de refacción.

Gráfico 2.3: Etapas y Factores del Desarrollo Socioeconómico.

Fuente: “Análisis Socioeconómico”

Elaborado por: Gladys Sequera.

Como se observa, los resultados esperados de la implementación de planes y programas relacionados al desarrollo socioeconómico en una población específica hacen referencia a las formas de producción, las mismas que pueden ser de tipo primario, de manera acentuada Agrícolas; y las relacionadas a los sectores Comercial e Industrial. Un equilibrio en los diferentes sectores citados, de la mano del buen uso de los recursos y factores necesarios para las actividades productivas desencadenan en la existencia de un desarrollo socioeconómico.

Indicadores para medir el Desarrollo Socioeconómico.

Un indicador social es un término abundantemente utilizado, sin embargo, no existe un número amplio de definiciones. Según el Sistema de Indicadores Sociales de Venezuela nombrado por María Sol Di Filippo y Daniela Mathey en su investigación, estos son: *“indicadores referidos a variables sociológicas; esto es, que buscan describir de manera agregada las características y procesos, observables o no, de poblaciones o grupos sociales”* (2008).

Los mismos autores, señalan lo expuesto por Hernandez Blazquez, quien manifiesta que los indicadores sociales *“se constituyen como un compendio de datos básicos que dan una medida concisa de la situación y cambios relativos a aspectos de condiciones de vida de la población que son objeto de preocupación social a partir de información estadística disponible”* (2008). Resumiendo, este tipo de indicadores son los que permiten establecer la situación de un sector social, en relación a su calidad de vida, considerando los factores detallados a continuación:

I. Indicadores pertenecientes a los proyectos y programas sociales

Esta subdivisión de los indicadores sociales, permite medir de manera cuantitativa y cualitativa en base al marco lógico de los proyectos y programas sociales, los cambios que se han generado luego de la aplicación de los mismos.

Pudiendo ser:

- **Indicadores de impacto:** Permiten cuantificar las variaciones que se buscan con la ejecución de programas y proyectos al culminarlos, es decir, miden lo planteado en el objetivo general del proceso.
- **Indicadores de efecto:** Se relacionan a lo propuesto en los objetivos específicos de los procesos.
- **Indicadores de cumplimiento:** Se refieren a los encargados de cuantificar la ejecución de las metas planteadas en las actividades del proyecto. Además es posible estimar el cumplimiento presupuesto y período de tiempo programados.

II. Indicadores de Desarrollo Social

Son los que miden el Desarrollo Humano, y van acorde a lo establecido en la investigación, incluyendo:

- Acceso a servicios Básicos
- Acceso a educación
- Índices de mortalidad y esperanza de vida
- Tasas de analfabetismo
- Ocio y Recreación
- Ocio y Recreación
- Nivel de ingresos, tasas de desempleo, etc.

Al igual que otros indicadores, de cualquier tipo, deben cumplir algunos criterios para garantizar su validez, entre ellos los que se muestran a continuación:

- **Precisión:** Formulados de forma que pueden ser medidos e interpretados por cualquiera.
- **Consistencia:** Mantener una relación directa con el tema o temas abordados por el proyecto o estudio para el cual se está recolectado información y no para otro fin.
- **Especificidad:** Definidos de manera clara los aspectos específicos que se hayan tomado en consideración como tema de estudio o investigación.

RELACION ENTRE VARIABLES

Es menester sustentar teóricamente la relación que existe entre las variables investigadas. Varios son los estudios que afirman que el fomentar el espíritu emprendedor en un determinado sector genera a corto y largo plazo desarrollo socioeconómico de los involucrados en el proceso.

La investigación desarrollada por la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Huila respalda lo expresado, al decir que: “*La verdadera fuente de riqueza de*

una sociedad moderna no es precisamente el nivel de su productividad, su producto natural bruto o sus bienes tangibles, sino la inteligencia creativa de sus ciudadanos” (2005). El mismo estudio cita lo siguiente: *“La importancia de ser empresario radica en el objetivo de generar empleo y contribuir al desarrollo socioeconómico de su país”* (2005). Lo que indica que el incentivo de la creatividad e innovación para la instauración de una nueva empresa repercute de manera positiva en la situación económica y social de un determinado sector, esto se debe principalmente a la oportunidad de generar ingresos tanto para propietarios como para colaboradores.

Por otro lado, Hernán Echavarría citado en la investigación realizada por la Incubadora de Huila expresa que: *“la empresa es la célula creadora de riqueza de que dispone la sociedad; una riqueza que permite el desarrollo económico y el consiguiente acceso a la cultura, la salud, la educación, la seguridad y a todos los elementos que proporcionan calidad de vida”* (2005).

Se concluye que el desarrollo socioeconómico de un lugar se encuentra íntimamente ligado con el fomento del emprendimiento. Varias son las causales para que esto ocurra en los emprendedores, entre ellas se destacan: la obtención o incremento de ingresos, el aumento de la satisfacción personal y emocional, el desarrollo de la creatividad, además de la seguridad, libertad y estabilidad que genera una empresa propia.

De la misma manera, un empresario puede generar fuentes de trabajo, beneficiando de manera directa a un porcentaje del sector de la sociedad que se encuentra sin empleo. Además, de forma indirecta incentiva una cadena productiva que favorece a varios actores de la producción, tales como proveedores, consumidores, comercializadores, entidades de financiamiento, entre otros. La economía se dinamiza de manera acentuada con la existencia de nuevas empresas.

2.5 Hipótesis

La Incubadora de Empresas incide en el Desarrollo Socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato en la provincia de Tungurahua entre los años 2010-2012.

2.6 Señalamiento de Variables

Variable Independiente: La Incubadora de Empresas.

Variable Dependiente: El Desarrollo Socioeconómico.

Unidad de observación: Emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Enlace: Incidencia.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Enfoque de la Investigación

La presente investigación posee un enfoque eminentemente mixto debido a que a lo largo de su desarrollo se utilizó tanto herramientas descriptivas de análisis de factores cualitativos de los hechos, como métodos numéricos, que permitieron la comprobación de la hipótesis, lo cual es afirmado por Hernández, Fernández y Baptista citados en un artículo de la Revista Académica de Investigación de Tlatemoani, y quienes señalan que: *“todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque”* (2013).

Mientras que Hernández citado en la Revista de Enfermería de la Universidad de Costa Rica expresa que: *“el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema”* (2011).

3.2 Modalidad de la Investigación

El diseño de la investigación responde a las siguientes modalidades:

Investigación de Campo

El presente trabajo de investigación se realizó utilizando una modalidad investigativa de campo, la misma que involucra asistir al lugar de los hechos para recolectar la información requerida. Tal como lo afirma Camilo Velásquez quien señala que esta modalidad *“hace referencia, al trabajo que se desarrolla por parte del investigador dentro del campo que se quiere investigar (...)”* (2008).

Es decir que el investigador acudió a la zona donde se desarrollaron los hechos para establecer conclusiones y recabar la mayor parte de información posible, lo que le permitió la correcta comprobación y verificación de los supuestos.

Pudiéndose concluir que este método de investigación fue un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, el cual se fundamentó en una estrategia de recolección de información directa de la realidad.

Investigación Documental

El estudio investigativo se llevó a cabo mediante la recolección de información proveniente de fuentes bibliográficas tanto primarias como secundarias. Tal como lo afirma Martha Sierra, al mencionar que en la investigación documental *“el investigador obtiene la información que desea por medio de fuentes documentales”* (2012).

El principal fin de la investigación documental es el de estructurar un cuerpo de elementos teóricos sobre el objeto o fenómeno de análisis, esto permite que se despejen varias interrogantes sobre el mismo y se amplíe la visión de su realidad.

De manera errónea comúnmente se suelen descartar fuentes documentales útiles para la recolección de información; para evitar ésta problemática, en el presente trabajo el investigador intentó revisar todo tipo de material bibliográfico, incluyendo: revistas, enciclopedias, artículos, tesis de pregrado y post grado, monografías; informes técnicos de: conferencias, ensayos seminarios, congresos, mesas redondas, foros, casas abiertas, ferias de exposición, entre otros.

3.3 Nivel de la Investigación

La investigación poseyó un nivel exploratorio, tal como lo afirma (Ramírez González, 2005) al expresar que una investigación exploratoria: *“se refiere a temas poco estudiados en los cuales se sientan bases para investigaciones futuras más rigurosas”*. Lo que explica que con el trabajo investigativo se buscó obtener conocimiento acerca de cuál es la real incidencia de la incubadora de empresas en

el desarrollo socioeconómico de los emprendedores del cantón Ambato y la provincia de Tungurahua.

Una vez concluido el nivel exploratorio se continuó con una investigación de tipo descriptiva, la cual según el mismo autor, señala que: *“tiene el propósito de explicar un fenómeno especificando las propiedades importantes del mismo, a partir de mediciones precisas de variables o eventos (...)”* (2005). Es decir, que con la investigación se llegó a describir de manera detallada y profunda los motivos por los cuales el fenómeno ocurrió.

3.4 Población y Muestra

3.4.1 Población

La población en investigación representa al conjunto de personas que van a ser estudiadas, y de cuyos comportamientos serán obtenidas las conclusiones.

Como se había expresado anteriormente la población que se estudió mediante el trabajo de investigación se encontró conformada por los emprendedores del cantón Ambato y la provincia de Tungurahua vinculados a la incubadora de empresas del sector durante los años 2010-2012, este grupo se halla constituido por las personas que han acudido a CorpoAmbato en busca de apoyo para desarrollar sus proyectos de emprendimiento, los mismos que de acuerdo a esta institución de incubación han sido clasificados en relación a su actividad económica.

Es así que después de recabar información proveniente de la Corporación Civil para el Desarrollo Económico Local de Ambato y Tungurahua- CorpoAmbato, que expresa en sus estadísticas que en la provincia los sectores de emprendimiento durante el período 2010-2012 se encontraron conformados eminentemente por personas dedicadas a: la manufactura, madera, textiles, agropecuaria y turismo comunitario.

A continuación se muestra un cuadro que señala el número de emprendedores que se vincularon a CorpoAmbato, detallando los sectores de producción a los que pertenecen.

Cuadro 3.1: Emprendedores vinculados a CorpoAmbato. 2010-2012.

SECTOR PRODUCTIVO	NÚMERO DE EMPRENDEDORES
MANUFACTURA(ALIMENTOS)	11
MADERA	6
TEXTILES	1
AGROPECUARIA	12
TURISMO COMUNITARIO	11
TOTAL	41

Fuente: Archivos CorpoAmbato.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

3.4.2 Muestra

Calcular la muestra es obtener una parte representativa de la población a estudiar, para por medio de la aplicación de cualquier tipo de técnica de recolección de información, conseguir las características, aspectos particulares, y datos peculiares que aporten de manera significativa y adecuada a la verificación de la hipótesis planteada y a la formulación de conclusiones acertadas.

Para realizar este cálculo un investigador puede basarse en la siguiente fórmula matemática:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{Z^2 p \cdot q + N e^2}$$

Cabe recalcar que en la presente investigación, al tratarse de una población con un número inferior a 100 el investigador utilizó el total de la misma, es decir 41 emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.

3.5 Operacionalización de las Variables

Variable Independiente: “Incubadoras de Empresas”.

Contextualización	Dimensiones /Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas /Instrumentos
<p>Son organizaciones que se encargan de evaluar la viabilidad técnica, financiera y de mercado de un proyecto productivo, de igual manera proporcionan servicios integrales de asesoría legal y administrativa, e incluso espacios físico, equipos, logística y acceso a financiamiento, con el objetivo primordial de anclar una empresa naciente al complicado mercado actual.</p>	1) Servicios	<p>Acompañamiento y Asesoría Legal, tributaria y administrativa</p> <p>Capacitaciones en temas empresariales</p> <p>Redes de Contacto</p>	<p>-¿Cuál de los siguientes servicios ha recibido de CorpoAmbato?:</p> <p>a) Acompañamiento y Asesoría Legal; tributaria y administrativa;</p> <p>b) Capacitaciones en temas empresariales;</p> <p>c) Redes de Contacto.</p>	<p>Formularios de encuestas dirigidos a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.</p>
	2) Espacios Físicos	<p>Equipos.</p> <p>Maquinarias.</p> <p>Instrumentos de trabajo.</p>	<p>-¿Para el desarrollo de sus actividades productivas CorpoAmbato le ha facilitado?</p> <p>a) Equipos;</p> <p>b) Maquinarias;</p> <p>c) Instrumentos de trabajo.</p>	<p>Formularios de encuestas dirigidos a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.</p>
	3) Financiamiento	<p>Préstamos de apoyo al emprendimiento.</p> <p>Fondos no reembolsables de cooperaciones.</p>	<p>-¿En cuanto al financiamiento el apoyo de CorpoAmbato, le permitió acceder a?:</p> <p>a) Préstamos de apoyo al emprendimiento;</p> <p>b) Fondos no reembolsables de cooperaciones.</p>	<p>Formularios de encuestas dirigidos a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.</p>

Variable Dependiente: “Desarrollo socioeconómico de los emprendedores”

Contextualización	Dimensiones/ Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas/Instrumentos
El desarrollo socioeconómico es un sistema organizado que mediante el uso de recursos, como el dinero, permite satisfacer las necesidades básicas y superfluas de las personas con calidad. Para que funcione correctamente, este sistema debe ser protegido y promovido por una estructura de jerarquía superior	Desarrollo Social	Salud Vivienda Educación Servicios básicos Alimentación balanceada y nutritiva Actividades de Ocio y Recreación.	¿Sus ingresos mensuales le permiten (a usted y su familia) acceder a? a) Salud, b) Vivienda; c) Educación; d) Servicios Básicos; e) Alimentación Balanceada y nutritiva; f) Actividades de ocio y recreación.	Formularios de encuestas dirigidos a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
	Desarrollo Económico	Nivel de Producción Nivel de Ingresos	¿En los dos últimos años la producción de su negocio ha? a) Aumentado; b) Mantenido; c) Disminuido. ¿En los últimos dos años sus ingresos económicos mensuales se han? a) Aumentado; b) Mantenido; c) Disminuido.	Formularios de encuestas dirigidos a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

3.6 Plan de Recolección de Información

Para poder recabar la información idónea tanto en cantidad como en calidad, fue necesario realizar un Plan de Recolección de Información, el cual englobó las estrategias a utilizarse, así como los métodos, técnicas e instrumentos

indispensables para el desarrollo exitoso del trabajo investigativo. Tal como lo explica el cuadro que se presenta a continuación.

Cuadro 3.2: Hoja de Ruta de Recolección de la Información.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿QUÉ?	La presente investigación se centrará en el estudio de la incidencia de la Incubadora de empresas en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.
¿PARA QUÉ?	El trabajo de investigación busca determinar la incidencia de la incubadora de empresas en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.
¿DE QUÉ PERSONAS?	Las personas que serán objeto de estudio en la investigación, se encuentran constituidas por los emprendedores que se hayan vinculado a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.
¿SOBRE QUÉ ASPECTOS?	Los aspectos a tratarse por medio del estudio son: El desarrollo socioeconómico y la realidad de la institución de incubación en la provincia.
¿QUIÉN?	Este trabajo será llevado a cabo por el investigador.
¿CUÁNDO?	Se lo desarrollará durante el periodo comprendido entre Agosto del 2013 hasta Febrero del 2014.
¿DÓNDE?	El espacio geográfico en donde tendrá lugar la investigación es la provincia de Tungurahua. Es decir su zona urbana y rural.
¿CUÁNTAS VECES?	La presente investigación es de carácter transversal por lo tanto se aplicará una sola vez el instrumento de recolección de datos.
¿MEDIANTE QUÉ TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN?	Las técnicas a utilizarse serán: la encuesta, y la observación.
¿CON QUÉ?	Los instrumentos para poder desarrollar las técnicas de recolección de datos se encontrarán constituidos por: cuestionarios, ficha de observación.
¿EN QUÉ SITUACIÓN?	Mediante el trabajo de campo la investigación tomará contacto con los elementos de información, a los mismos que se les podrá ubicar en los domicilios y/o talleres en las zonas tanto urbanas como rurales de la provincia de Tungurahua.

Elaborado por: Chávez, Lida

Fue vital que el instrumento de recolección de información, es decir el cuestionario, posea validez y confiabilidad. La validez es la característica que hace alusión a ser medibles de manera demostrable, es decir libre de distorsiones sistemáticas, mientras que la confiabilidad hace referencia a que al aplicar una medición varias veces a un mismo grupo, los resultados deberán ser similares.

3.7 Plan de Procesamiento de la Información

El investigador utilizó representaciones escritas y numéricas, tablas, gráficos de pasteles. Los cuales permitieron el correcto análisis y procesamiento de la información obtenida como resultado de las diferentes técnicas e instrumentos.

Para la comprobación de hipótesis, el investigador se manejó con el test estadístico “chi-cuadrado”.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTREPRETACION DE RESULTADOS

4.1 Análisis de datos

Los datos que aquí se presentan fueron recopilados de cuarenta y un emprendedores del cantón Ambato y la provincia de Tungurahua que se vincularon a la incubadora de empresas CorpoAmbato durante los años 2010-2012, los mismos que se encuentran en la base de datos de archivo de la institución en mención.

Son expresados de manera porcentual, con el objetivo de indicar de forma clara la tabulación de los mismos y su grado de relevancia de acuerdo a la pregunta. Consideran variables que hacen referencia al desarrollo socioeconómico de los emprendedores, entre las cuales se puede nombrar: acceso a servicios de salud, educación, alimentación balanceada y nutritiva, y a actividades de ocio y recreación. Además, en las interrogantes se toman en cuenta aspectos importantes que se relacionan a la intervención de CorpoAmbato para con los emprendimientos, entre estos; beneficios, servicios, facilidades y resultados generados por la vinculación de la incubadora con los emprendedores.

El instrumento que se utilizó en la investigación para la recolección de los datos fue la encuesta, debido a que ésta herramienta es una de las más eficaces para poder obtener información correcta, cercana a la realidad, con un índice sumamente bajo de error, gracias a su carácter anónimo, el mismo que no compromete las respuestas de los participantes con el encuestador, y permite conseguir contestaciones que se enmarquen con exactitud a la realidad del fenómeno investigado. El cuestionario utilizado poseyó preguntas cerradas y de selección múltiple, mismas que fueron posteriormente tabuladas y plasmadas en tablas de frecuencia, y gráficos de pastel, para su interpretación y análisis.

Finalmente para la comprobación de la hipótesis se utilizó el estadístico denominado “Chi cuadrado”, un método adecuado y eficaz para el fin antes mencionado, puesto que permite comprobar de manera estadística la relación entre la variable independiente y la dependiente.

4.1.1 Análisis de encuestas a los emprendedores

Pregunta 1. Edad.

Tabla 4.1: Frecuencia de Edad

RANGO	FS	%
De 20 a 25	3	7,32
De 26 a 30	5	12,20
De 31 a 35	9	21,95
De 36 a 40	9	21,95
De 41 a 45	5	12,20
De 46 a 50	5	12,20
De 51 a 55	2	4,88
De 56 a 60	2	4,88
De 61 a 65	1	2,44
TOTAL	41	100,00

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

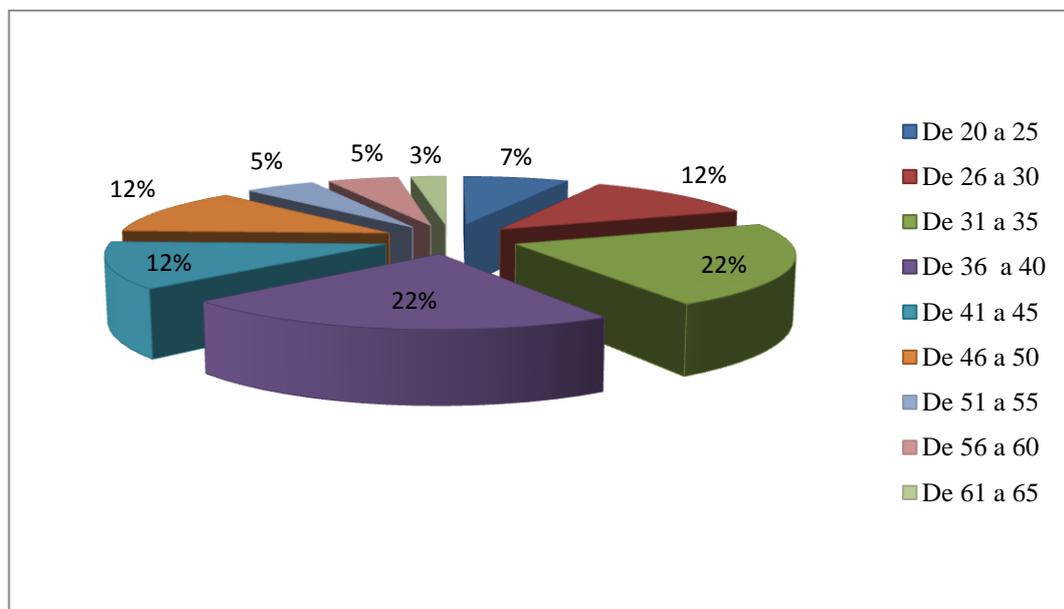


Gráfico 4.1: Edad.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información presentada correspondiente a las encuestas realizadas a 41 emprendedores del cantón Ambato y la provincia de Tungurahua vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012, se determina que el mayor porcentaje (22%) corresponde al rango de edad entre 31 a 35 años y al de 36 a 40 años, seguidos por el emprendedores de 26 a 30, y 41 a 50 años con 12%. Mientras que, en menor proporción se encuentran aquellos emprendedores que oscilan entre los 61 a 65 años, con apenas un 2,44%.

Pregunta 2. Género

Tabla 4.2: Género.

CATEGORIA	F	%
Masculino	23	56
Femenino	18	44
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

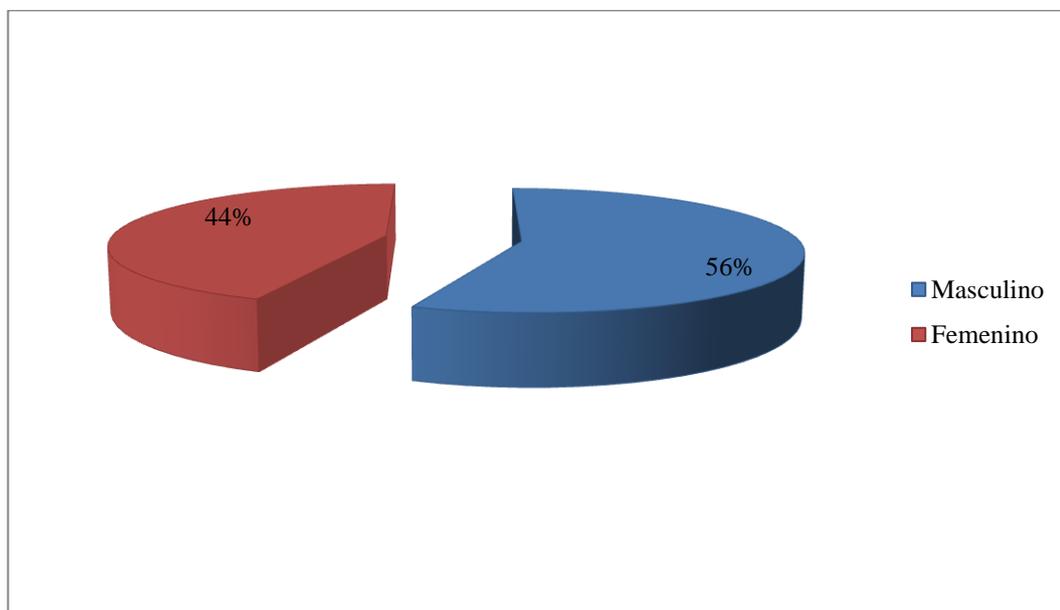


Gráfico 4.2: Frecuencia de Género.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

La información presentada muestra que la distribución de género de los emprendedores es equilibrada. Es así, que el 56% corresponde al género masculino y un 44% al femenino.

Pregunta 3. Nivel de Instrucción

Tabla 4.3: Nivel de Instrucción

CATEGORIA	F	%
Primaria	11	27
Secundaria	20	49
Superior	7	17
Cuarto Nivel	3	7
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

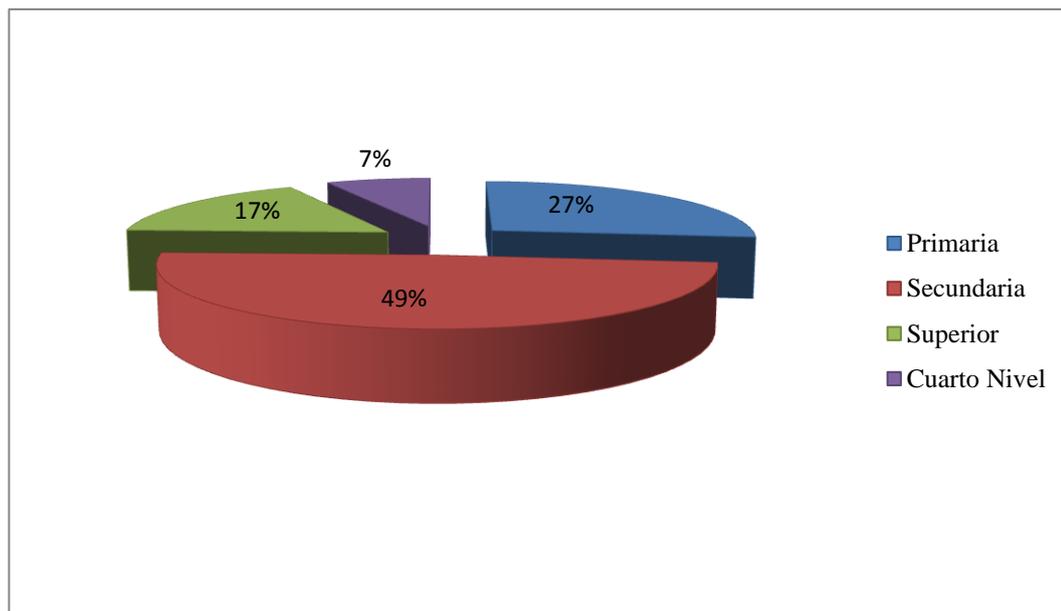


Gráfico 4.3: Instrucción.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Los datos obtenidos de la tabulación de las encuestas señalan que el mayor porcentaje de los emprendedores (49%) poseen un nivel de instrucción de secundaria, mientras que el menor porcentaje (7%) han realizado estudios de

posgrado. Un porcentaje relevante es el de los que emprendedores que poseen estudios únicamente de primaria con un 27%. Finalmente un 17% afirman que poseen un nivel de educación superior.

Pregunta 4. ¿A cuál de los siguientes sectores productivos pertenece su emprendimiento?

Tabla 4.4: Frecuencia de Sector de Emprendimiento.

CATEGORIA	F	%
Agropecuaria	12	29
Manufactura (alimenticia)	11	27
Textil	1	2
Madera	6	15
Turismo	11	27
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

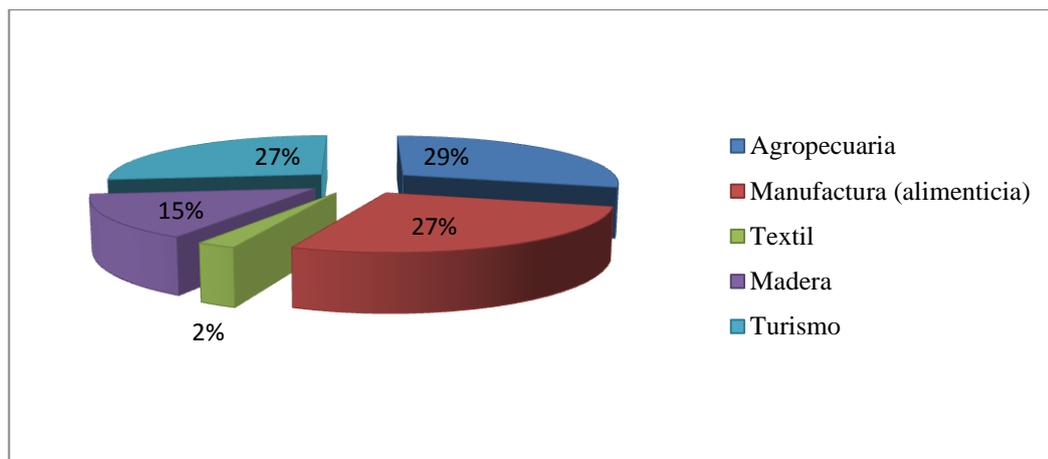


Gráfico 4.4: Sector de emprendimiento.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

La información tabulada muestra que el mayor porcentaje (29%) de emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012 se relaciona al sector Agropecuario. Seguido muy de cerca por el sector de Manufactura en alimentos y al de Turismo con un 27%. Mientras que el porcentaje menor corresponde a la industria Textil con un 2%. Son porcentajes significativos el 15% concerniente a la industria de Madera.

Pregunta 5. ¿Cuál fue el motivo que lo llevó a desear emprender un negocio propio?

Tabla 4.5: Frecuencia de Motivación de Emprendimiento.

CATEGORIA	F	%
Necesidad económica	23	56
Independencia laboral	5	12
Desempleo	10	24
Superación personal	3	7
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

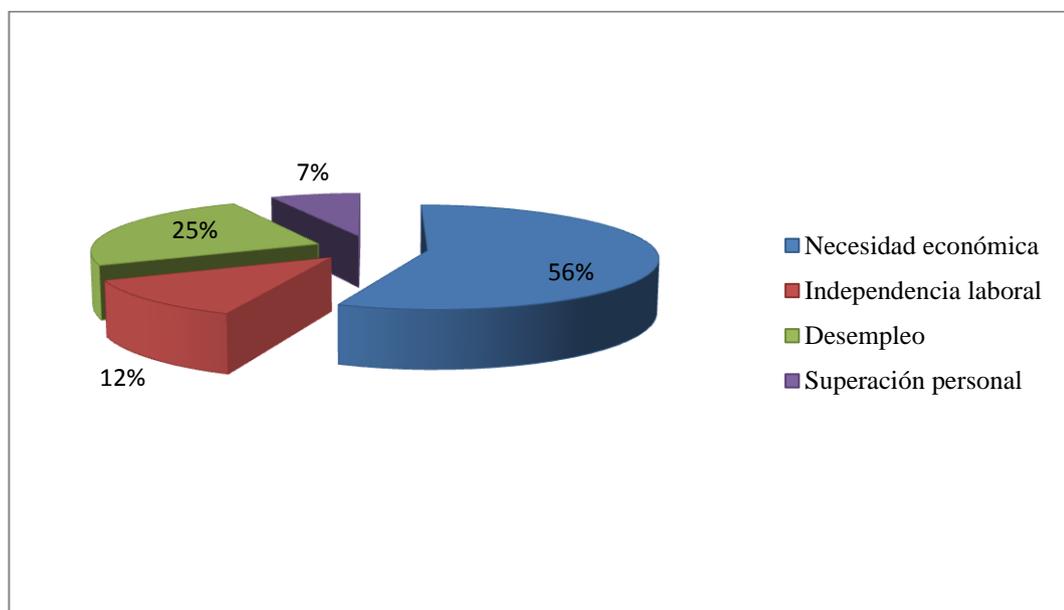


Gráfico 4.4: Motivación de Emprendimiento

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El gráfico de pastel permite corroborar que el 56% de los emprendedores tuvieron como motivación para empezar un negocio propio la necesidad de mejorar su economía. Son porcentajes relevantes el desempleo con un 25% y la independencia laboral con 12%. Por otro lado, tan sólo un 7% de los encuestados manifestaron que se animaron a emprender para superarse personalmente.

Pregunta 6. ¿Cuál fue el motivo principal que lo llevó a acudir a CorpoAmbato como una institución de apoyo a su emprendimiento?

Tabla 4.6: Frecuencia de Motivación vinculación a CorpoAmbato.

CATEGORIA	F	%
Plasmar una idea innovadora en un Plan de Negocios.	11	27
Obtener conocimientos relacionados a la administración de empresas.	9	22
Posibilidades de acceder a financiamiento.	18	44
Establecer y aplicar metodologías en procesos productivos.	3	7
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

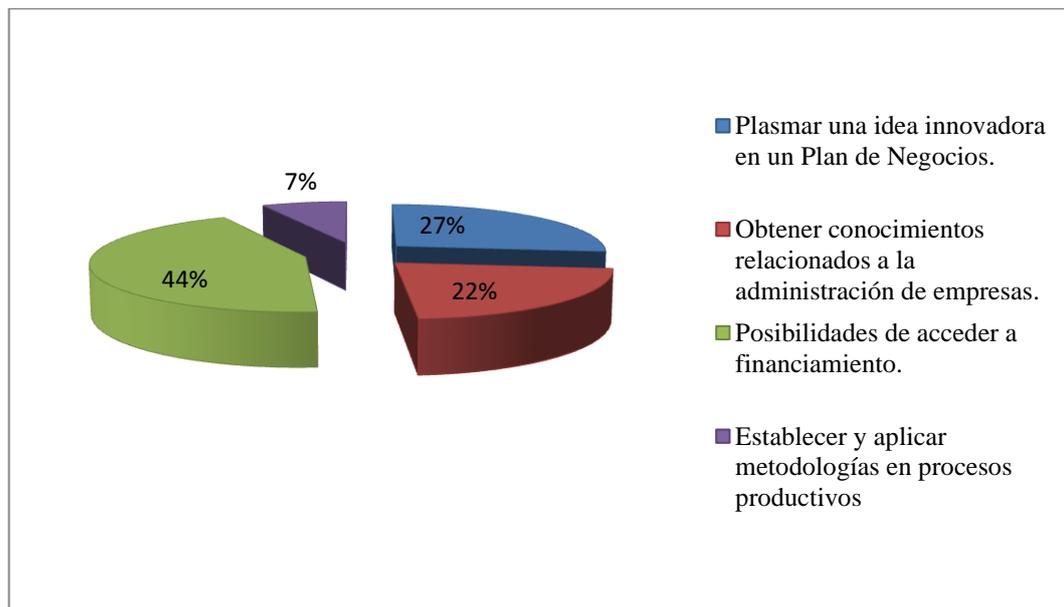


Gráfico 4.6: Motivación vinculación a CorpoAmbato.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El mayor porcentaje de encuestados (44%) explican que la motivación para acudir a CorpoAmbato fue la posibilidad de acceder a fuentes de financiamiento para su emprendimiento. Seguidamente por un 27% que manifiestan que deseaban plasmar una idea innovadora en un Plan de Negocios y un 22% que señalan que deseaban obtener conocimientos relacionados a la administración de empresas. Mientras que un 7% manifiesta que concurrieron a la incubadora de empresas para poder establecer y aplicar metodologías y procesos adecuados en su emprendimiento.

Pregunta 7. ¿Después de haber recibido los servicios de CorpoAmbato, considera que es una incubadora de empresas?

Tabla 4.7: Frecuencia Incubadora de Empresas.

CATEGORIA	F	%
SI	23	56
NO	18	44
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

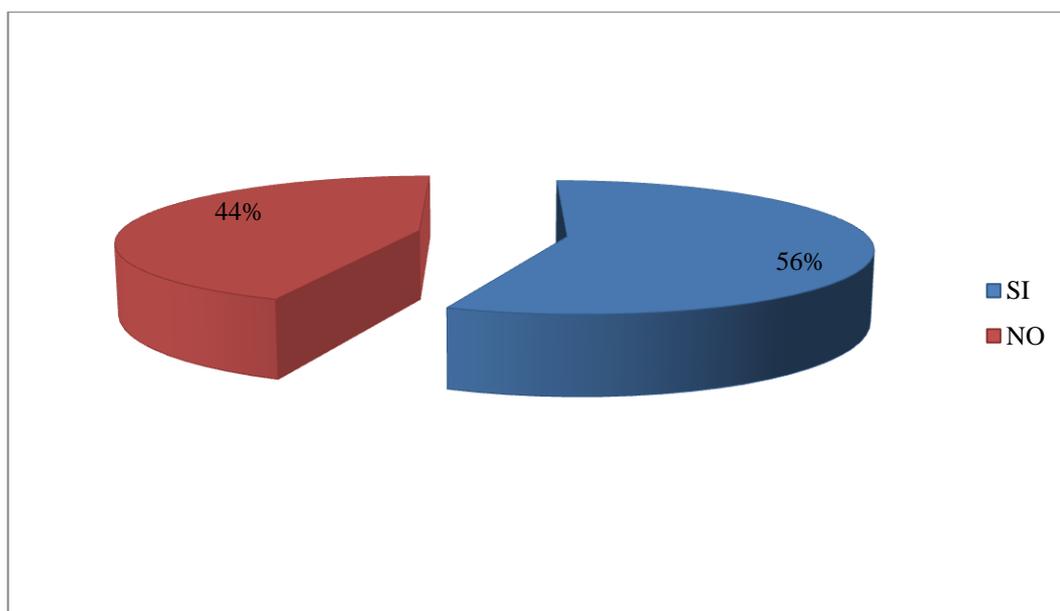


Gráfico 4.7: Frecuencia CorpoAmbato es una incubadora de empresas.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Después de haber recibido los servicios, la mayor parte de los encuestados (56%) consideran que CorpoAmbato es una incubadora de empresas, mientras que un 44% contempla que esta entidad no es este tipo de servicio empresarial.

Pregunta 8. Califique el servicio de CorpoAmbato en relación a su emprendimiento.

Tabla 4.8: Frecuencia de Calificación al Servicio recibido de CorpoAmbato

CATEGORIA	F	%
Excelente	10	24
Bueno	25	61
Malo	6	15
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

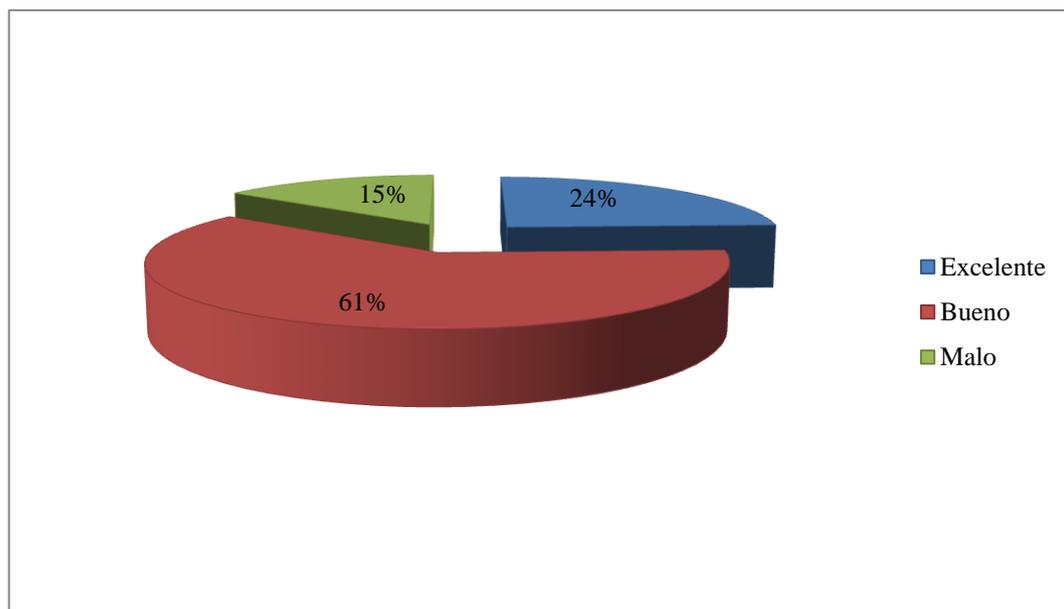


Gráfico 4.8: Calificación Servicios de CorpoAmbato.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información expuesta, el mayor porcentaje de emprendedores (61%), considera que el servicio recibido de CorpoAmbato fue bueno, seguido de un

24% que señalan que fue excelente. El menor porcentaje corresponde con un 15%, a los encuestados que consideran que el servicio de este organismo para con su emprendimiento fue malo.

Pregunta 9. ¿Cuál de los siguientes servicios ha recibido por parte de CorpoAmbato?

¿Ha recibido servicios de capacitación?

Tabla 4.9: Servicios de CorpoAmbato (Capacitaciones).

CATEGORIA	F	%
SI	40	98
NO	1	2
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

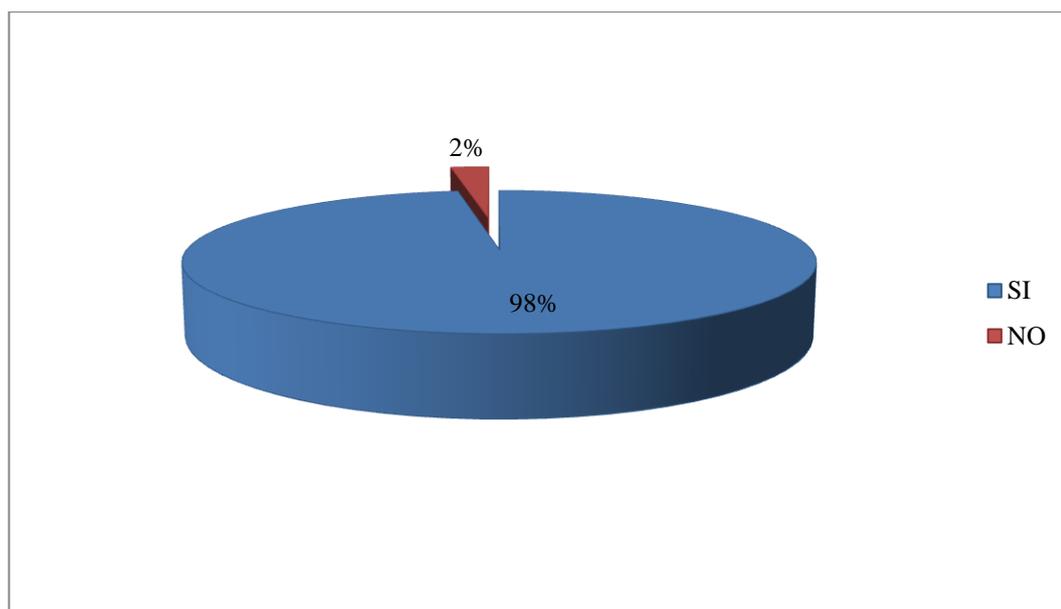


Grafico 4.9: Servicios de Capacitación por parte CorpoAmbato.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Del total de encuestados, el 98% señala que recibió capacitaciones por parte de CorpoAmbato, relacionadas a su sector de emprendimiento.

¿Ha recibido de CorpoAmbato servicios de Asistencia legal, administrativa y financiera?

Tabla 4.10: Servicios de CorpoAmbato (Asesoría legal, administrativa y financiera).

CATEGORIA	F	%
SI	24	59
NO	17	41
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

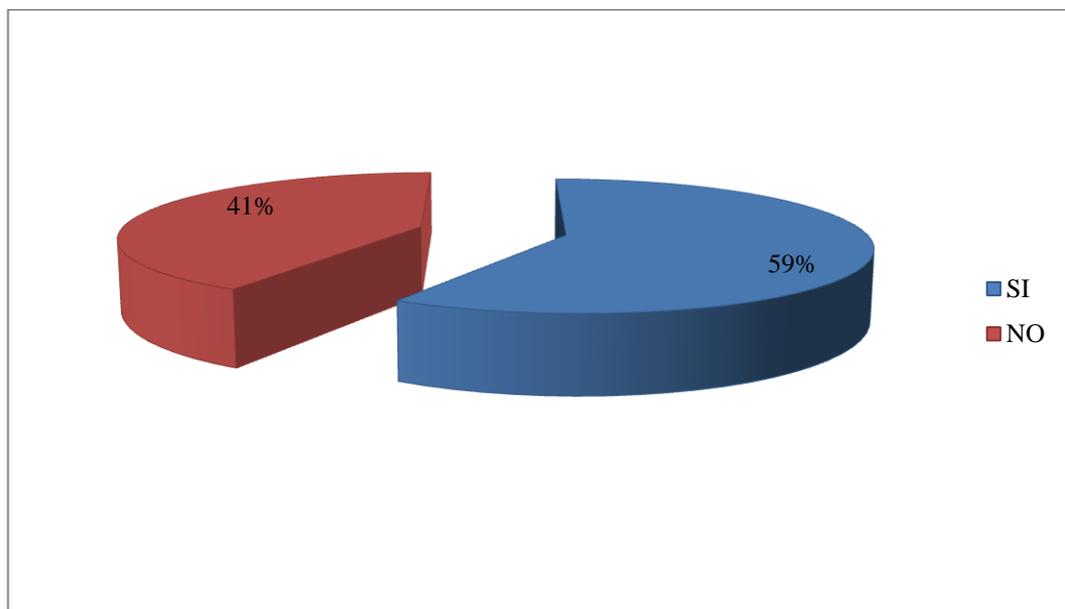


Gráfico 4.10: Asistencia legal, administrativa y financiera por parte de CorpoAmbato.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El 59 % de emprendedores a los que se les aplicó la encuesta manifiestan que han recibido asesoría legal y/o financiera por parte de CorpoAmbato. Un 41% expresa que no ha recibido este servicio por parte de la incubadora.

¿Ha recibido de CorpoAmbato Redes de Contacto?

Tabla 4.11: Servicios de CorpoAmbato (Redes de Contacto).

CATEGORIA	F	%
SI	14	34
NO	27	66
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

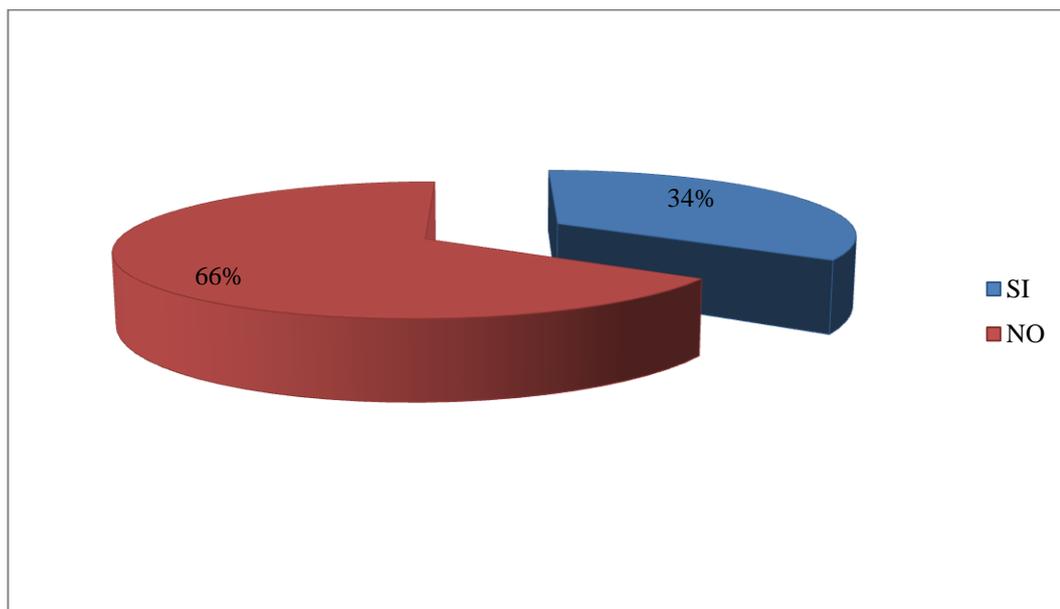


Gráfico 4.11: Redes de Contacto por parte de CorpoAmbato.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Los datos obtenidos de la tabulación de las encuestas señalan que 66% de los emprendedores no han recibido de CorpoAmbato redes de contacto que beneficien su proyecto de emprendimiento, tan sólo un 34% ha obtenido este servicio.

Pregunta 10. ¿Qué tan antiguo es/fue su emprendimiento?

Tabla 4.12: Frecuencia de Edad del Emprendimiento.

CATEGORIA	F	%
¿Menos de 1 año?	0	0
¿De 1 a 3 años?	28	68
¿De 4 a 6 años?	11	27
¿Más de 6 años?	2	5
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

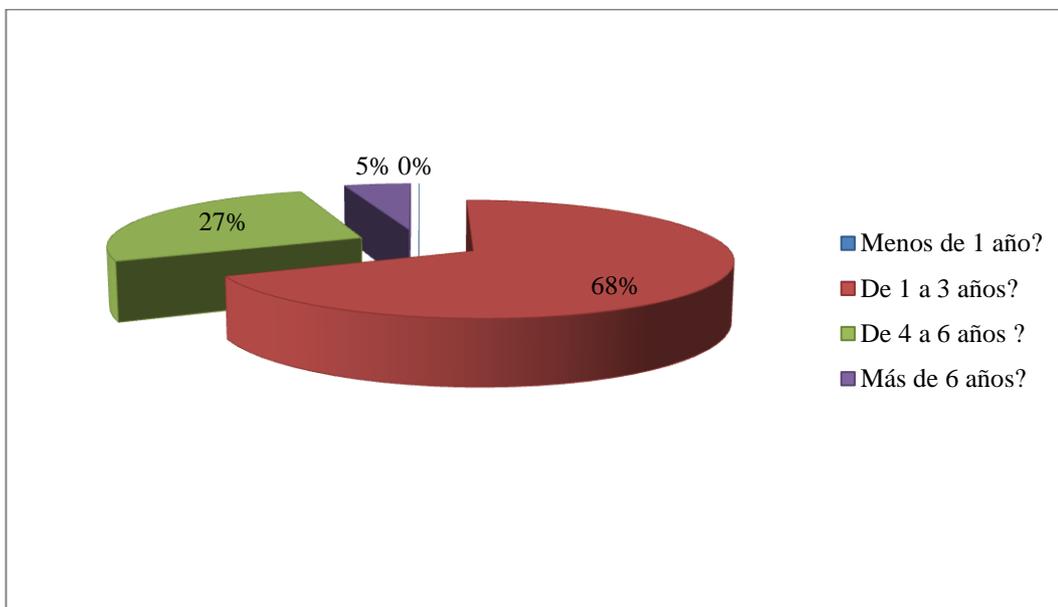


Gráfico 4.12: Edad del Emprendimiento.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información mostrada el porcentaje más elevado (68%) corresponde a los emprendimientos que poseen de 1 a 3 años, un 27% de 4 a 6 años atrás. Mientras que un 5% poseen más de 6 años antigüedad y finalmente ninguno de los emprendimientos posee menos de un año.

Pregunta 11. ¿Para el desarrollo de sus actividades productivas CORPOAMBATO le ha facilitado?

Tabla 4.13: Frecuencia. Facilitación de equipos de cómputo por parte de CorpoAmbato.

CATEGORIA	F	%
SI	3	7
NO	38	93
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

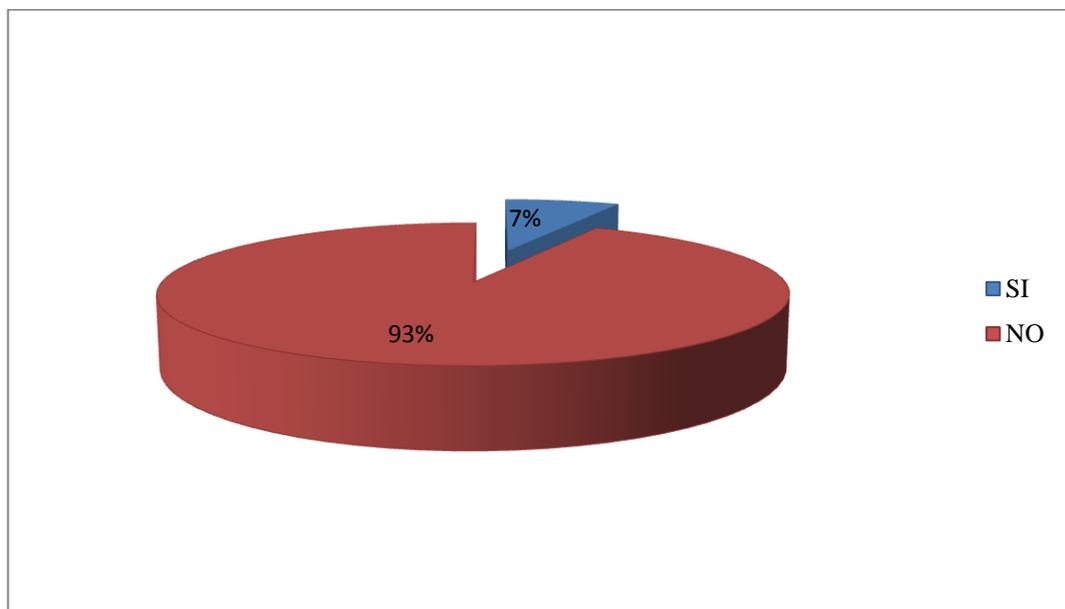


Gráfico 4.13: Facilitación de equipos de cómputo.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Únicamente el 7% de emprendedores a los que se les aplicó la encuesta manifiestan que CorpoAmbato les ha facilitado equipos de cómputo para desarrollar actividades relacionadas a su emprendimiento.

Tabla 4.14: Frecuencia Facilitación de maquinarias por parte de CorpoAmbato

CATEGORIA	F	%
SI	0	0
NO	41	100
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

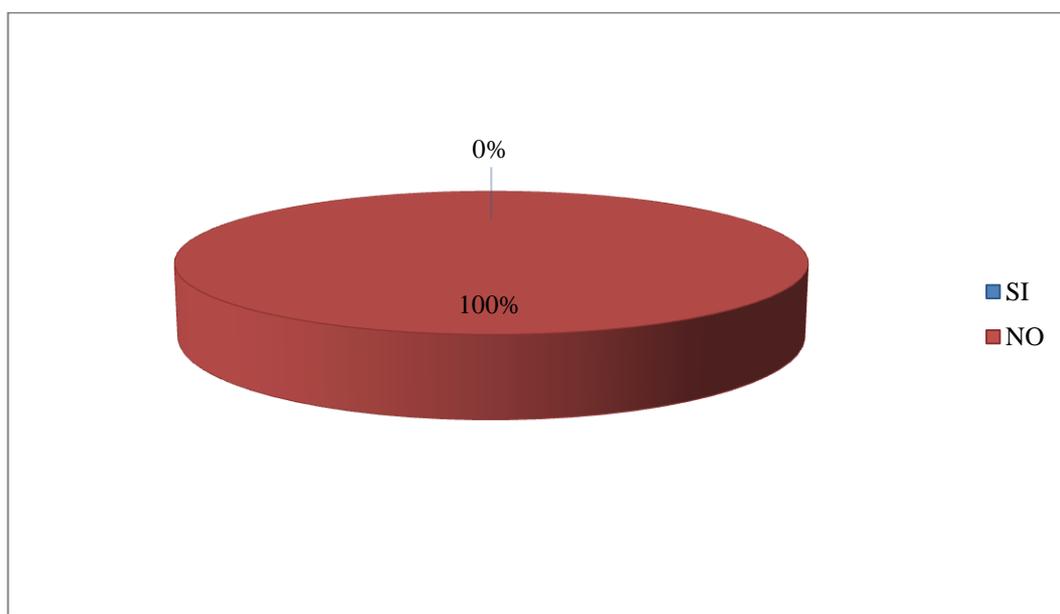


Gráfico 4.14: Facilitación de maquinarias.
Elaborador por: Chávez, Lida.

Análisis:

Del total de encuestados el 100% expresó que CorpoAmbato no le ha facilitado maquinaria para la realización de sus procesos de producción relacionados a la naturaleza de sus emprendimientos.

Tabla 4.15: Frecuencia Facilitación de espacio físico por parte de CorpoAmbato.

CATEGORIA	F	%
SI	0	0
NO	41	100
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

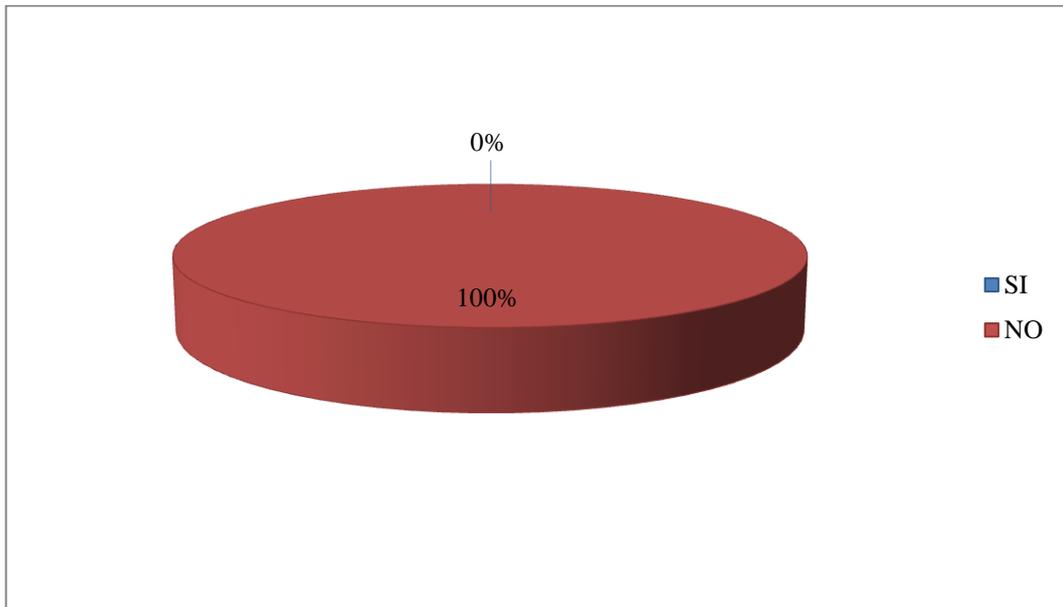


Gráfico 4.15: Facilitación espacio físico.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información mostrada es posible observar que el 100% de emprendedores expresan que CorpoAmbato no ha facilitado espacios físicos para el desarrollo y ejecución de su emprendimiento.

Tabla 4.16: Frecuencia Facilitación de herramientas de trabajo por parte de CorpoAmbato.

CATEGORIA	F	%
SI	13	32
NO	28	68
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

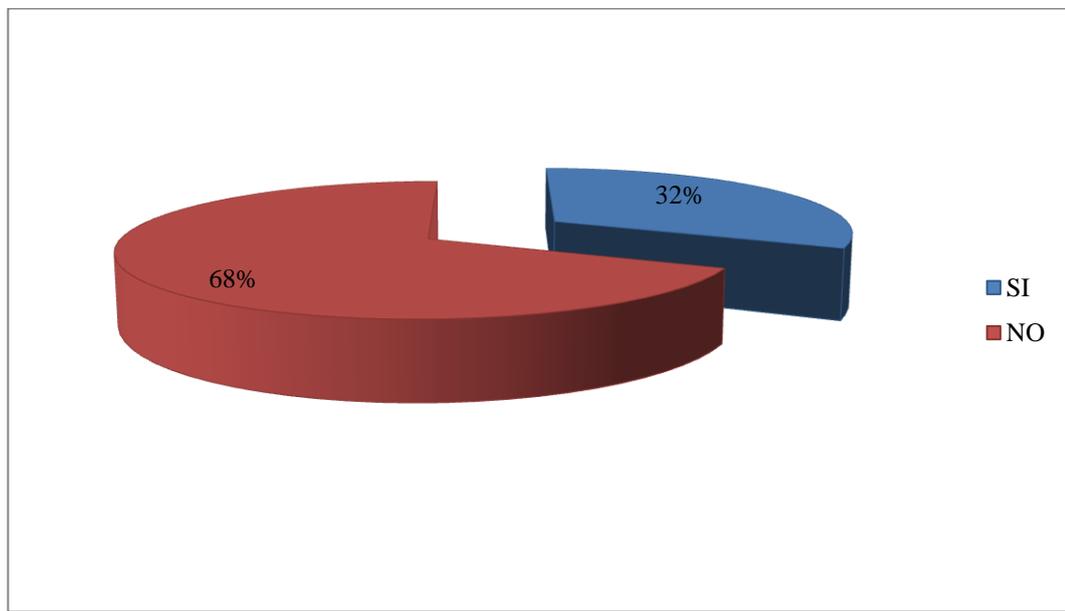


Gráfico 4.16: Facilitación herramientas de trabajo.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

La tabulación de encuestas muestra que el mayor porcentaje (68%) emprendedores manifiestan que CorpoAmbato no les ha facilitado herramientas de trabajo relacionadas a los negocios emprendidos, tales como muebles y enseres. Mientras que un 32% afirmó que si lo hizo.

Pregunta 12. ¿Cuál de los siguientes beneficios piensa usted que le ha otorgado la asistencia empresarial de CORPOAMBATO hacia su emprendimiento?

Tabla 4.17: Frecuencia Inicio de la producción.

CATEGORIA	F	%
SI	18	44
NO	23	56
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

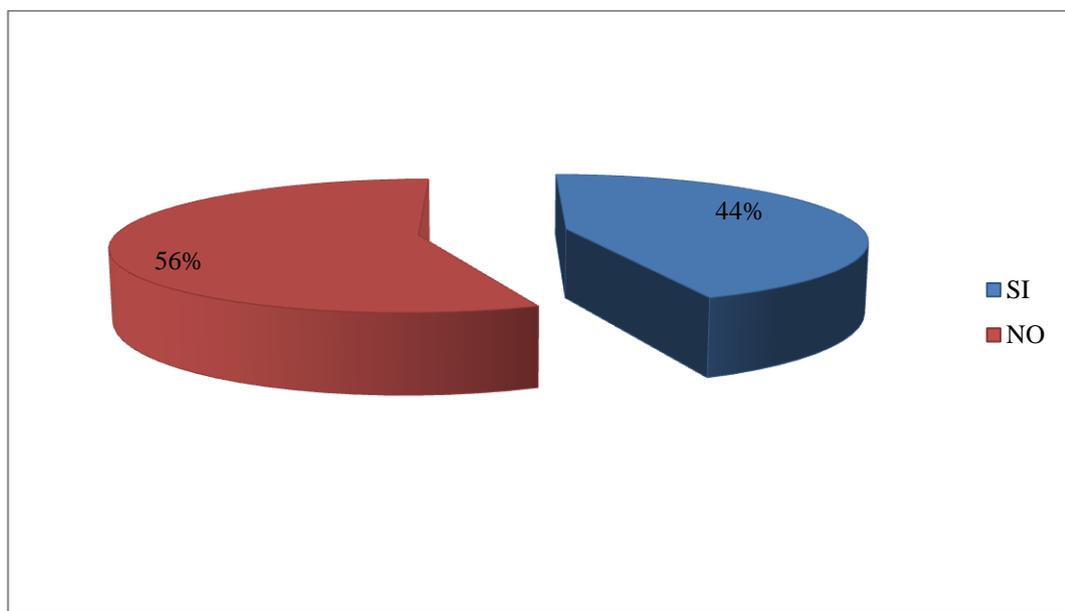


Gráfico 4.17: Inicio de la producción.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información mostrada es posible observar que el 44 % de emprendedores expresan que la asistencia empresarial de CorpoAmbato les permitió iniciar sus actividades productivas. Mientras que un 56% expresa que no.

Tabla 4.18: Frecuencia Establecimiento adecuado de metodologías, procesos y funciones.

CATEGORIA	F	%
SI	11	27
NO	30	73
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

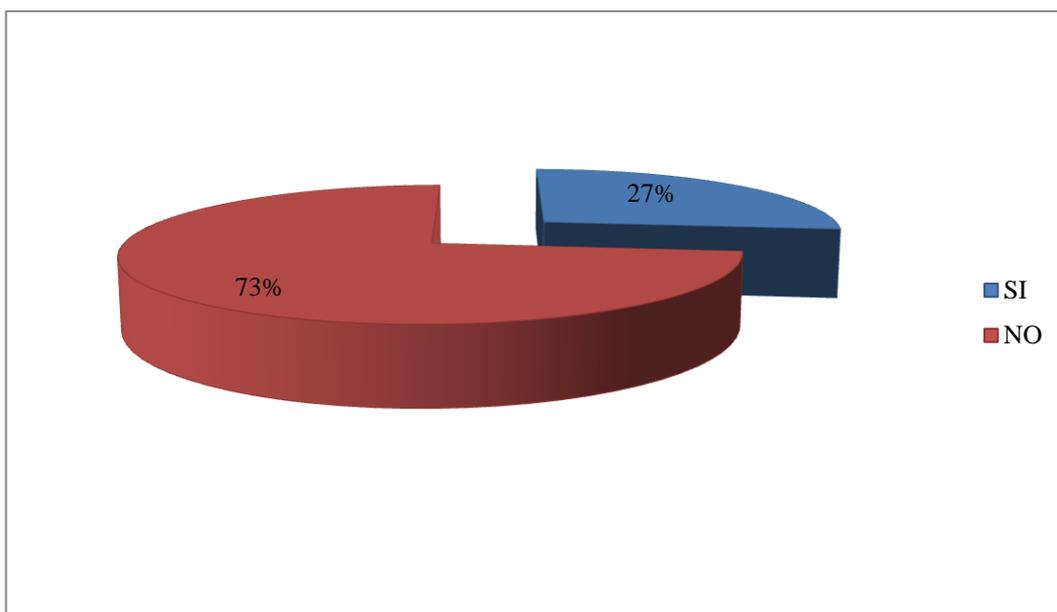


Gráfico 4.18: Establecimiento adecuado de metodologías, procesos y funciones.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

La tabulación de encuestas permitió establecer que apenas el 27% de los encuestados afirmaron que la asistencia técnica de CorpoAmbato les permitió establecer adecuadamente metodologías, procesos y funciones dentro del nuevo negocio. Por otro lado el mayor porcentaje (73%) expresa que esta institución no les permitió obtener dicho resultado.

Tabla 4.19: Frecuencia Incremento de la producción.

CATEGORIA	F	%
SI	8	20
NO	33	80
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

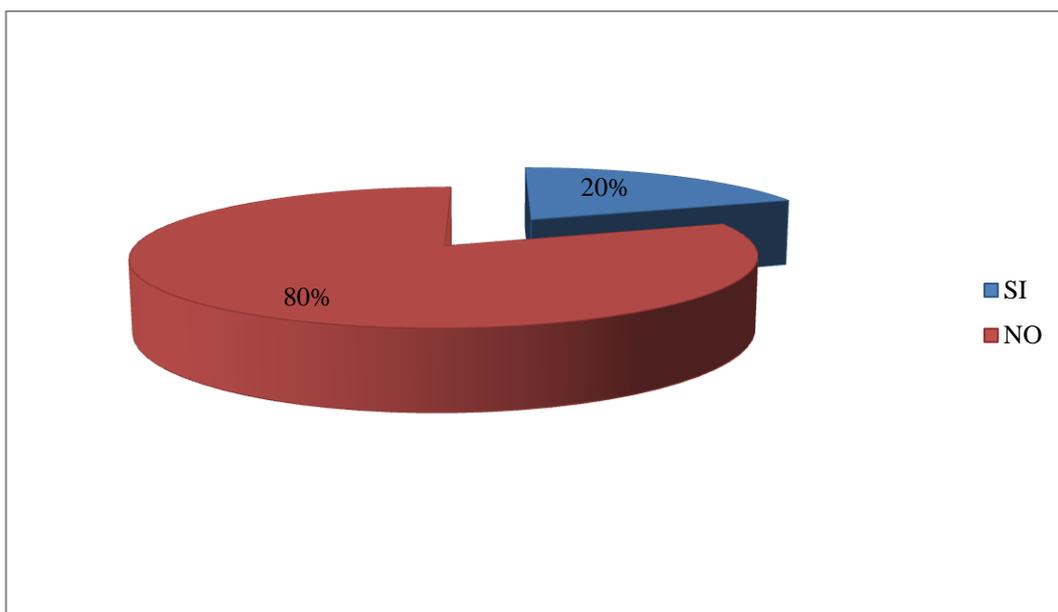


Gráfico 4.19: Incremento de la producción.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información expuesta, el mayor porcentaje de emprendedores (80%), considera que la asistencia empresarial de CorpoAmbato no hizo que su producción se incremente. Es decir que, un 20% considera que el acompañamiento de la institución si les permitió obtener este resultado.

Tabla 4.20: Acceso a segmentos de mercado.

CATEGORIA	F	%
SI	17	41
NO	24	59
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

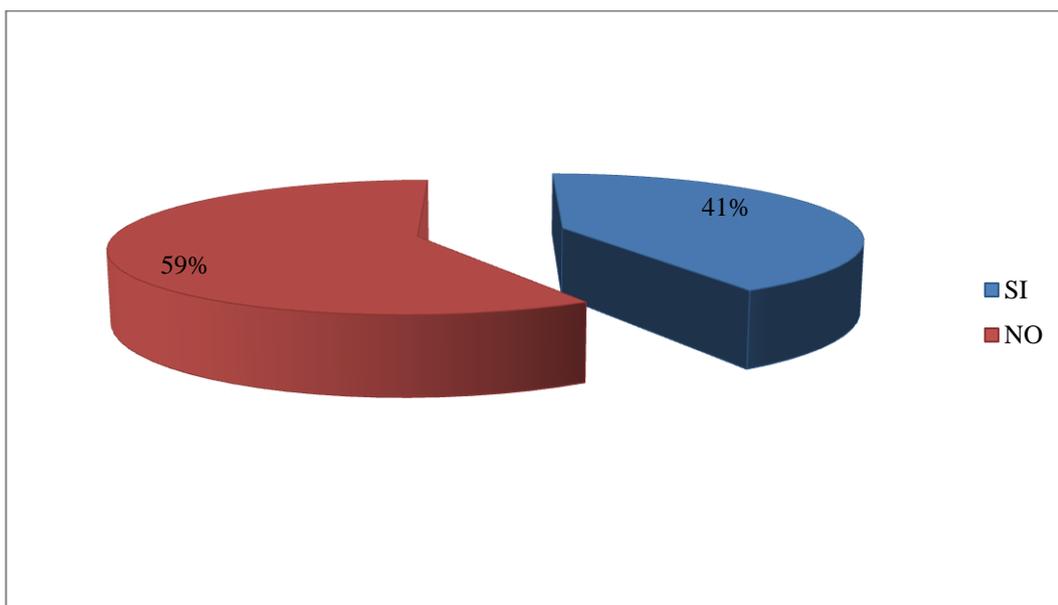


Gráfico 4.20: Acceso a segmentos de mercado.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Del total de encuestados el 41% explica que la asistencia técnica de CorpoAmbato permitió que el negocio emprendido acceda a segmentos de mercado. Mientras que un 59% considera que no fue así.

Pregunta 13. ¿En cuanto al financiamiento el apoyo de CORPOAMBATO, le permitió acceder a?

Tabla 4.21: Frecuencia de Acceso al Financiamiento Total o Parcial de Instituciones privadas.

CATEGORIA	F	%
SI	0	0
NO	41	100
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

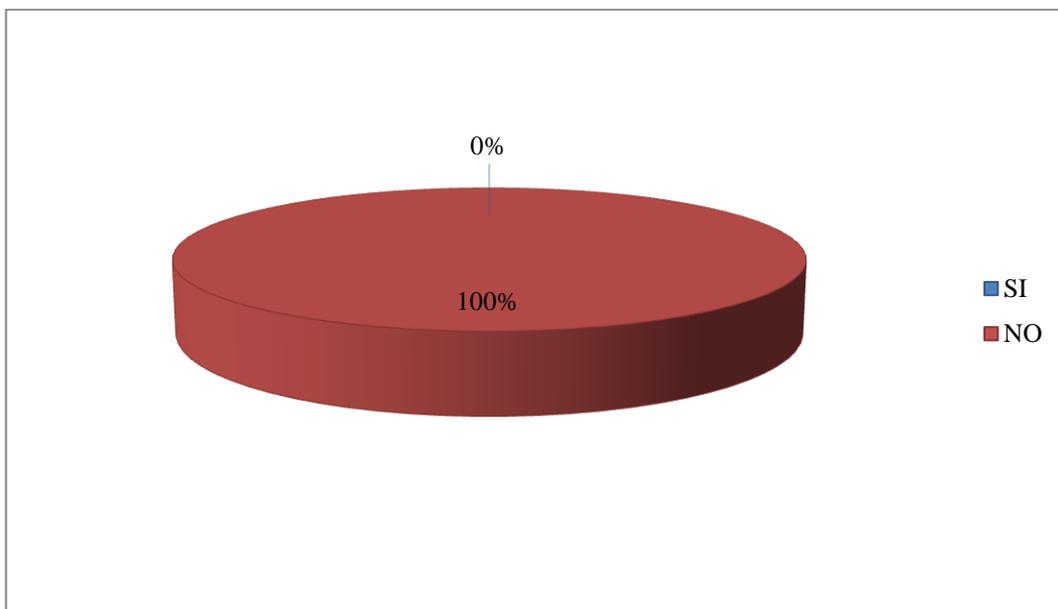


Gráfico 4.21: Acceso al Financiamiento de instituciones privadas.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Como muestra el gráfico, el total de encuestados (100%) manifiesta que el apoyo de CorpoAmbato no les permitió acceder a financiamiento proveniente de instituciones privadas.

Tabla 4.22: Frecuencia de Acceso al Financiamiento Total o Parcial de Instituciones públicas.

CATEGORIA	F	%
SI	15	37
NO	26	63
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

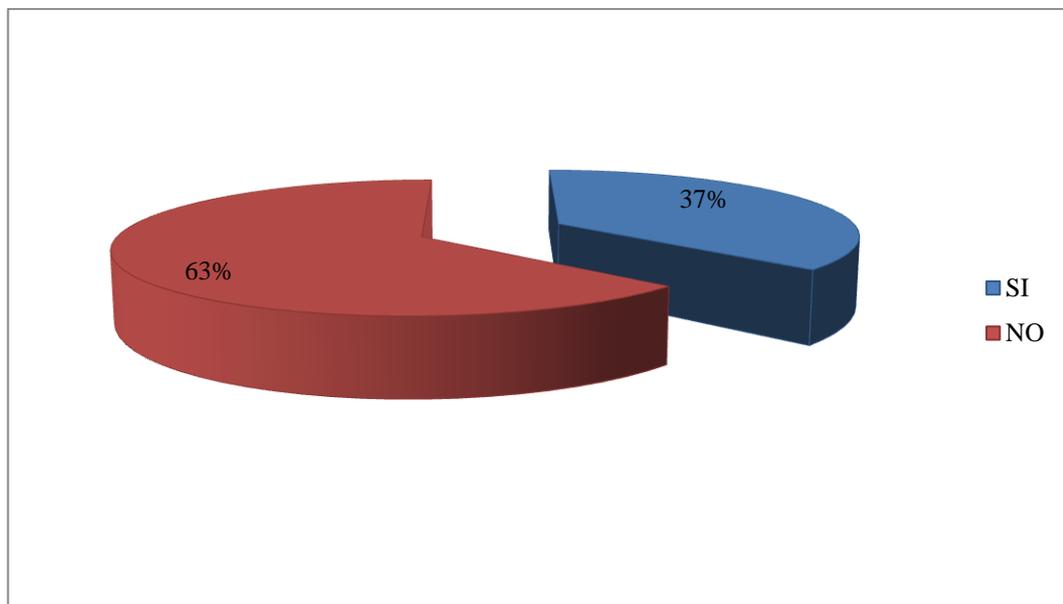


Gráfico 4.22: Acceso al Financiamiento de instituciones públicas.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información expuesta, el 37% de emprendedores expresa que el apoyo de CorpoAmbato le permitió acceder a financiamiento de instituciones públicas para invertir en su emprendimiento. Mientras que un 63% expresan que la institución no les permitió acceder a este beneficio.

Tabla 4.23: Frecuencia de Acceso al Financiamiento Total o Parcial de ONGS (Fondos no reembolsables).

CATEGORIA	F	%
SI	13	32
NO	28	68
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

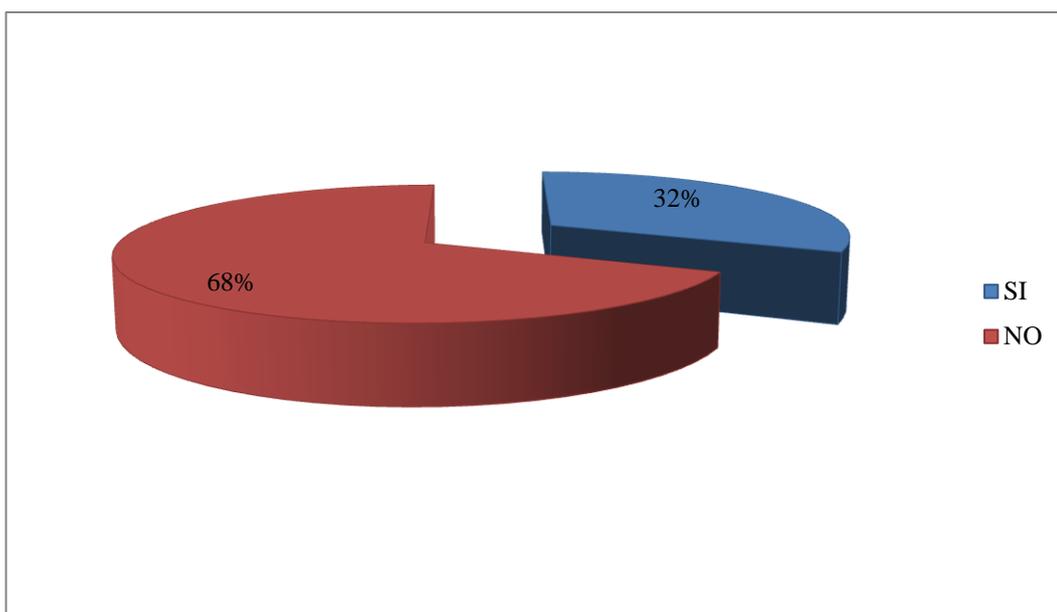


Gráfico 4.23: Acceso al Financiamiento de ONGS (Fondos no reembolsables).

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De acuerdo a la tabulación de encuestas, el 32% de emprendedores expresan que vincularse a CorpoAmbato les permitió obtener financiamiento de fondos no reembolsables. Por otro lado, un 68% explica que a través de la incubadora no lograron obtener este tipo de financiamiento.

Pregunta 14. ¿Considera usted que el apoyo recibido por parte de CORPOAMBATO, se ha visto reflejado en réditos económicos en beneficio de la calidad de vida de usted y su familia?

Tabla 4.24: Frecuencia de Mejoramiento de Calidad de Vida de Emprendedores

CATEGORIA	F	%
SI	13	32
NO	28	68
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

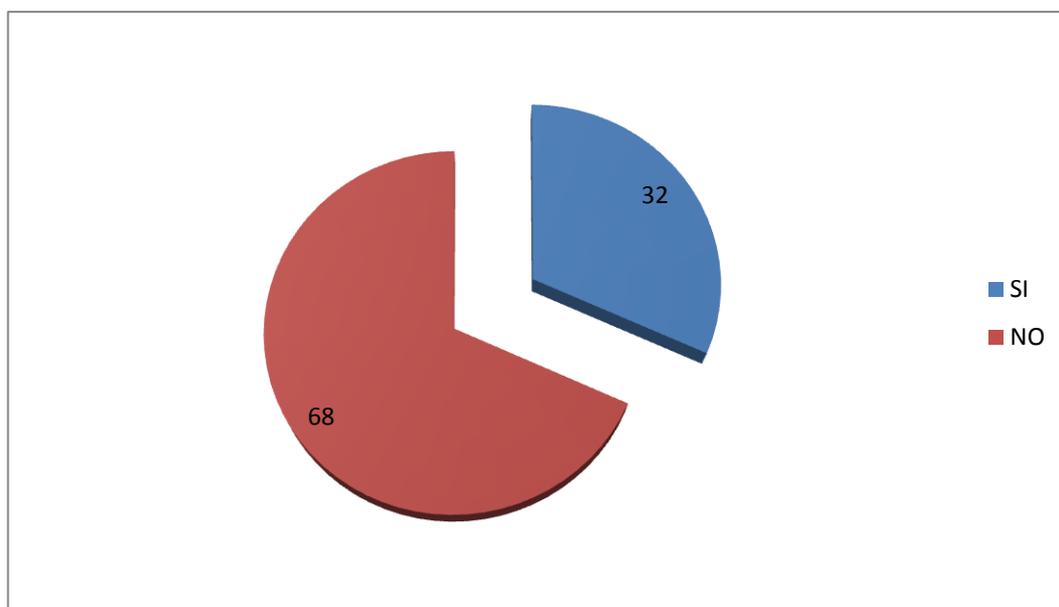


Gráfico 4.24: Mejoramiento Calidad de Vida Emprendedores
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Es posible observar que el 32% de los emprendedores consideran que el apoyo recibido de CorpoAmbato se ha visto reflejado en réditos económicos en beneficio de su calidad de vida y la de su familia. El mayor porcentaje (68%), considera que no ha mejorado su calidad de vida con la asistencia empresarial recibida de esta institución.

Pregunta 15. ¿En los dos últimos años la producción de su negocio ha?

Tabla 4.25: Frecuencia de Producción en los últimos dos años

CATEGORIA	F	%
Incrementado	10	24
Mantenido	6	15
Disminuido	3	7
No produce	22	54
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

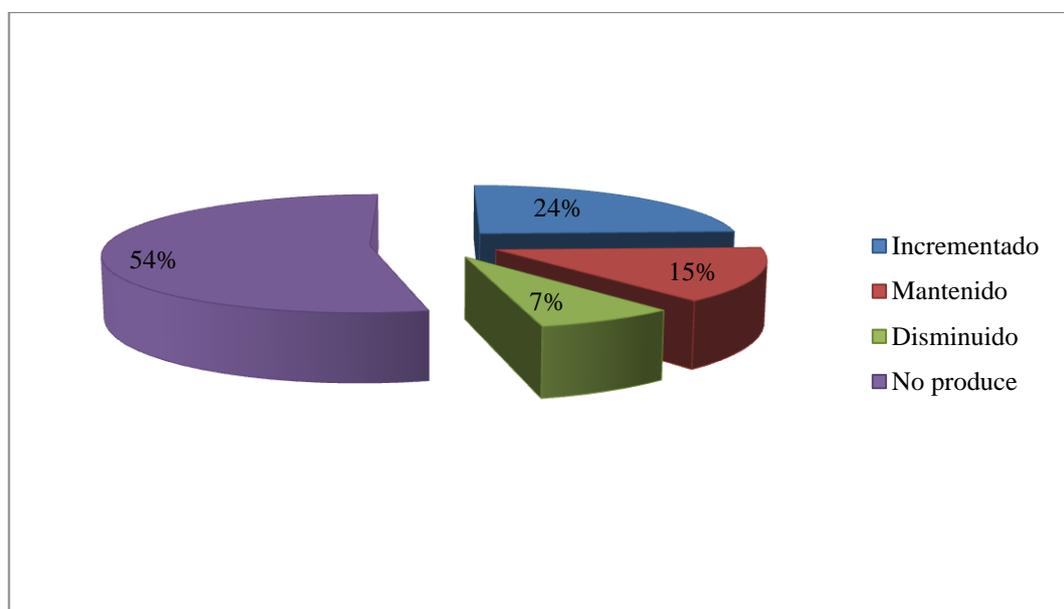


Gráfico 4.25: Nivel de Producción en los dos últimos años.

Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

De la información mostrada se puede apreciar que el porcentaje más elevado (54%) de los emprendedores actualmente no tienen producción de sus bienes. Un porcentaje significativo (24%) corresponde a los emprendedores que expresan que su producción en los dos últimos años se han incrementado. Mientras que, un 15% señala que se ha mantenido y finalmente un 7% expresa que su producción ha disminuido.

Pregunta 16. ¿En los últimos dos años sus ingresos económicos mensuales han?

Tabla 4.26: Frecuencia de Ingresos Económicos

CATEGORIA	F	%
Incrementado	6	15
Mantenido	27	66
Disminuido	8	19
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

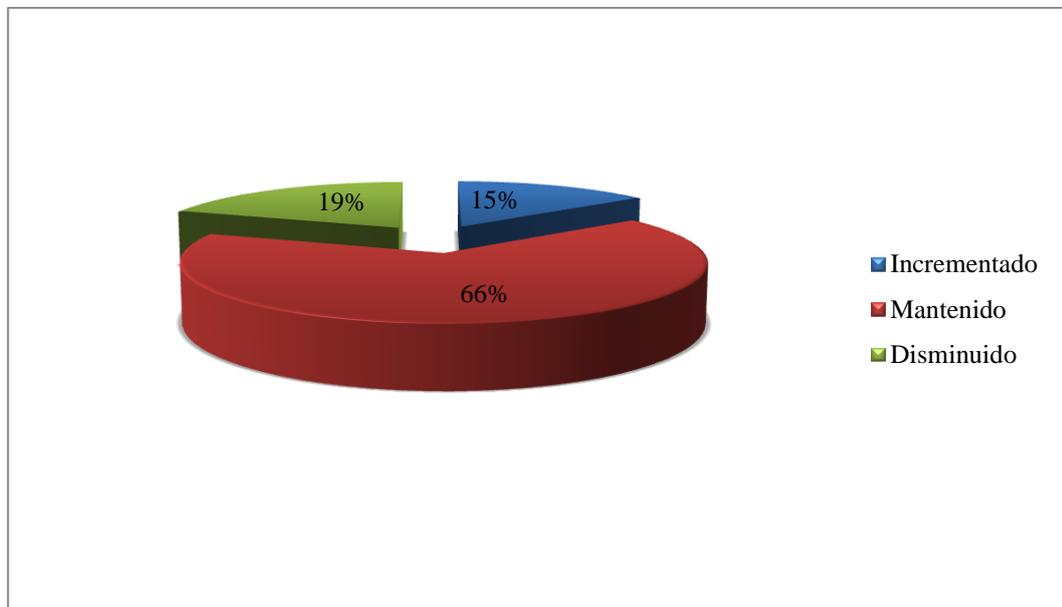


Gráfico 4.26: Variación en Ingresos Económicos.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El porcentaje más alto de encuestados (66%) afirman que en los dos últimos años sus ingresos económicos se han mantenido, un 15% expresa que se han incrementado, mientras que un 19% que han disminuido.

Pregunta 17. ¿Sus ingresos mensuales le permiten a usted y su familia acceder a?

Tabla 4.27: Frecuencia. ¿Sus ingresos mensuales le permiten a usted y a su familia acceder a servicios óptimos de Salud?

CATEGORIA	F	%
SI	31	76
NO	10	24
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

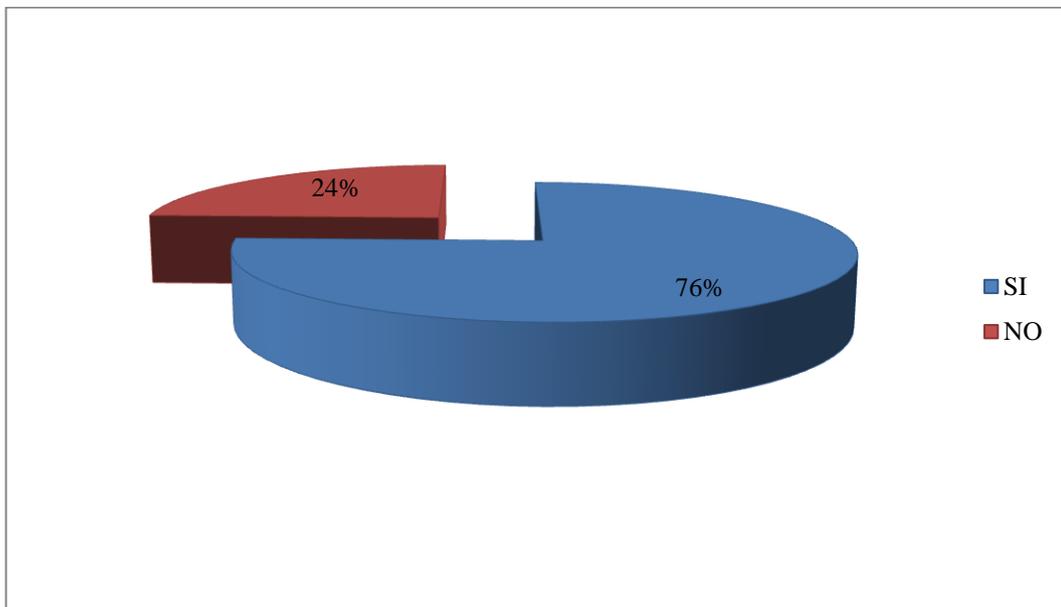


Gráfico 4.27: Acceso a Servicios óptimos de Salud.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Del total de encuestados, el mayor porcentaje (76%) aseveran que sus ingresos económicos les permiten acceder a servicios óptimos de salud. Sin embargo un 24% señala que no es así.

Tabla 4.28: Frecuencia. ¿Sus ingresos mensuales le permiten acceder a Educación para usted y /o su núcleo familiar?

CATEGORIA	F	%
SI	27	66
NO	14	34
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

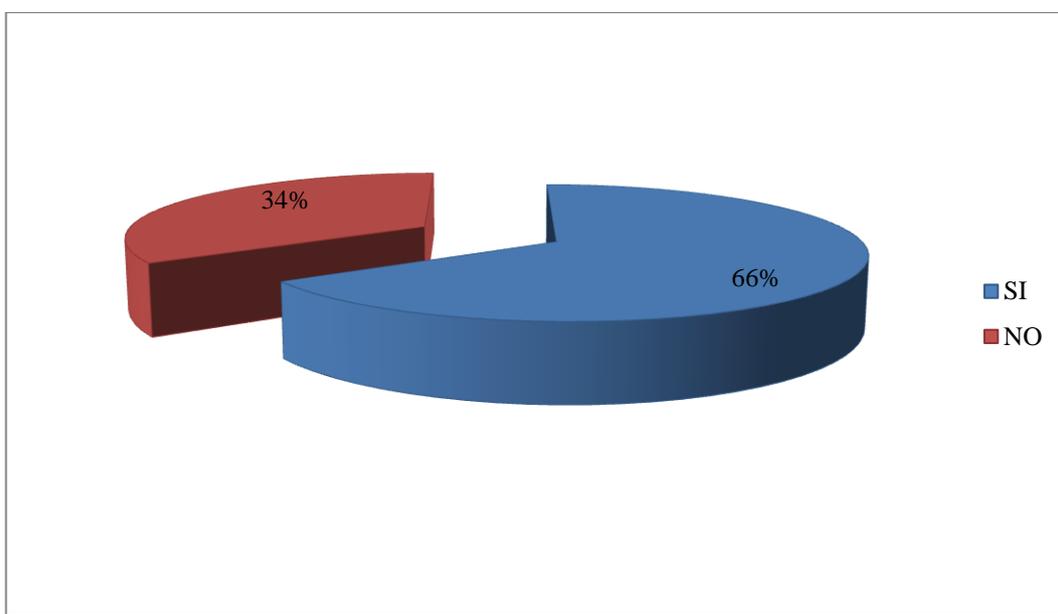


Gráfico 4.28: Acceso a servicios de Educación.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El 66% de los encuestados afirman que sus ingresos económicos les permite acceder a servicios de educación, mientras que un 34% expresan que no.

Tabla 4.29: Frecuencia. ¿Considera usted que sus ingresos mensuales le permiten acceder a usted y a su familia a una Alimentación Balanceada y Nutritiva?

CATEGORIA	F	%
SI	22	54
NO	19	46
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

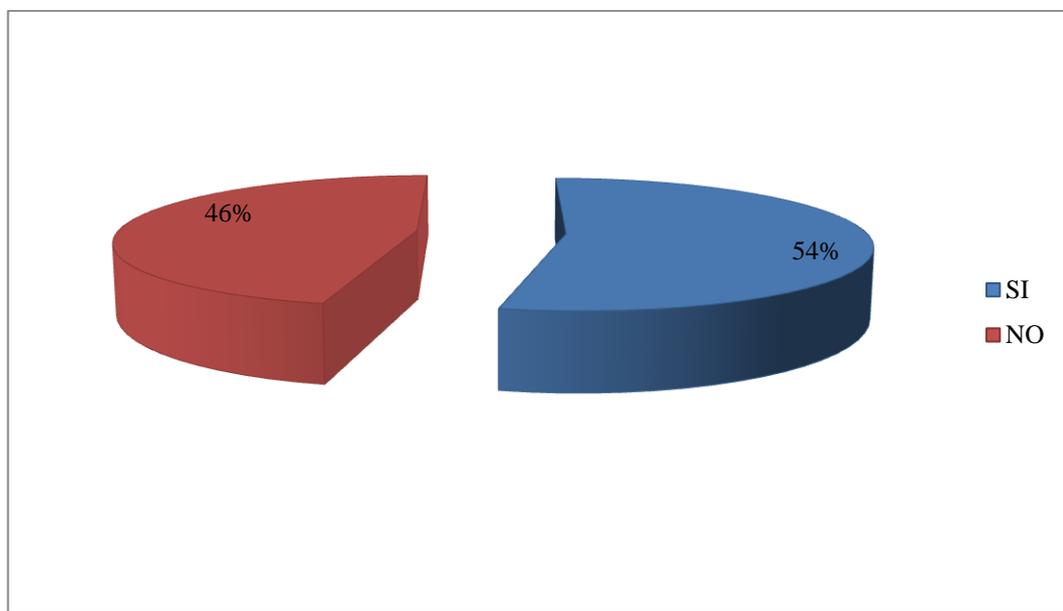


Gráfico 4.29: Acceso a Alimentación Balanceada y Nutritiva.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El 54% del total de encuestados expresa que sus ingresos económicos les permite tener una alimentación balanceada y nutritiva. Un porcentaje considerable (46%), afirma que sus ingresos económicos no son suficientes para acceder a una alimentación de esta naturaleza.

Tabla 4.30: Frecuencia. ¿Sus ingresos mensuales le permiten acceder a usted y a su familia a actividades de Ocio y Recreación?

CATEGORIA	F	%
SI	5	12
NO	36	88
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

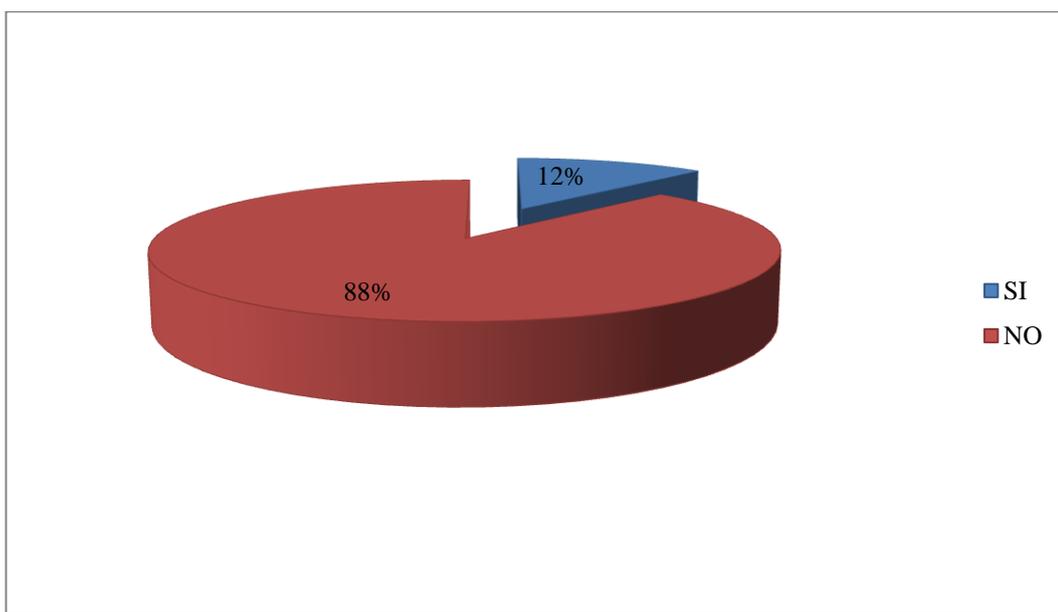


Gráfico 4.30: Acceso a actividades de Ocio y Recreación.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El mayor porcentaje (88%) de emprendedores investigados, aseguran que sus ingresos económicos nos les permiten tener acceso a actividades de ocio y recreación. Solamente un 12% asegura que pueden realizar con los ingresos mensuales tipo de actividades.

Pregunta 18. ¿Considera que en los últimos dos años su calidad de vida ha?

Tabla 4.31: Frecuencia de Nivel Calidad de Vida

CATEGORIA	F	%
Mejorado	7	17
Mantenido	29	71
Empeorado	5	12
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

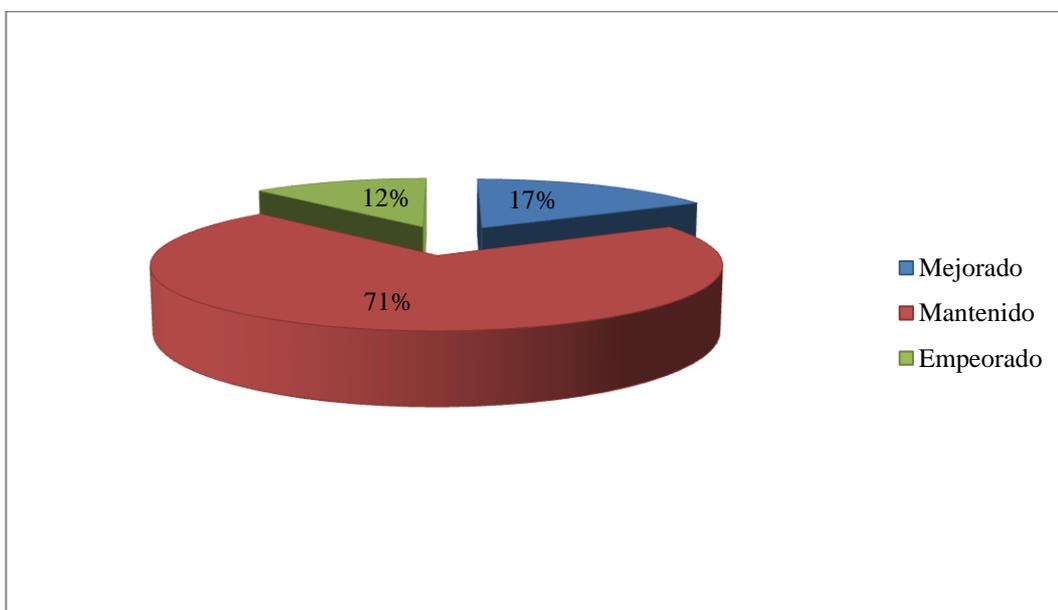


Gráfico 4.31: Nivel de Calidad de Vida
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El 77% de los emprendedores afirman que su calidad de vida se ha mantenido en los dos últimos años. Mientras que un 17% considera que ha mejorado y finalmente un 12% manifiesta que ha empeorado.

Pregunta 19. ¿Actualmente a qué se dedica?

Tabla 4.32: Frecuencia de Ocupaciones actuales de los emprendedores

CATEGORIA	F	%
Es empleado en relación de dependencia	5	12
Posee un empleo ocasional	14	34
Continúa de manera total con su emprendimiento	7	17
Está emprendiendo en un negocio diferente al anterior	4	10
Continúa de manera parcial con su emprendimiento y mantiene otra fuente de ingreso	8	20
Está desempleado	3	7
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

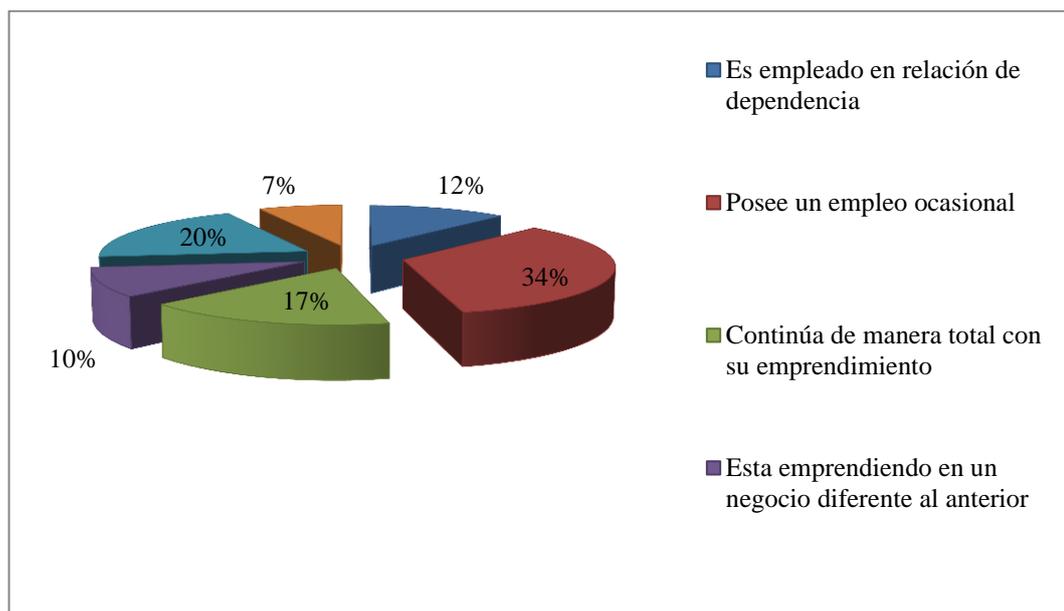


Gráfico 4.32: Ocupaciones actuales de los emprendedores.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

Del total de emprendedores encuestados, el mayor porcentaje (34%) afirma que actualmente posee un empleo ocasional, el 20% corresponde a encuestados que expresan que continúan de manera parcial su emprendimiento pero mantienen otra fuente de ingreso, el 17% que hace referencia a emprendedores que aseguran que

continúan con su emprendimiento de manera total, un 12% hacen referencia a los emprendedores que actualmente mantienen un empleo en relación de dependencia. Por otro lado un 10% asegura que se encuentran emprendiendo un negocio diferente y apenas un 7% se encuentra desempleado.

Pregunta 20. ¿Considera que CorpoAmbato debería implementar un Plan de Incubación de nuevos Emprendimientos?

Tabla 4.33: Frecuencia de Aplicación de Plan de Incubación de Nuevos Emprendimientos en CorpoAmbato.

CATEGORIA	F	%
SI	38	93
NO	3	7
TOTAL	41	100

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

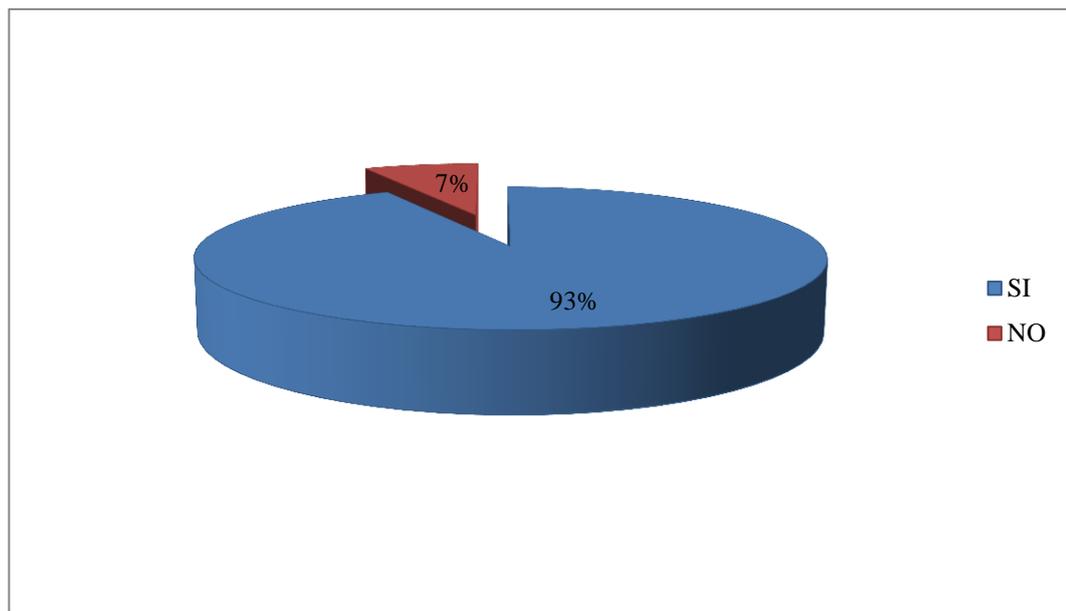


Grafico 4.33: Aplicación Plan Normativo en CorpoAmbato.
Elaborador por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis:

El mayor porcentaje (93%) de emprendedores que recibieron servicios de CORPOAMBATO consideran que es necesario que la institución aplique un

manual que permita planear, ejecutar y evaluar de mejor manera los emprendimientos nuevos.

4.2 Interpretación de Datos

Los resultados obtenidos de las encuestas, arrojaron importantes deducciones, que contribuyen de manera sustancial al desarrollo adecuado de la investigación.

Con referencia a las encuestas, se pudo corroborar que los emprendedores en su mayoría poseen una edad madura, es decir de entre 30 y 40 años.

El porcentaje similar en cuanto a correspondencia de géneros entre emprendedores, reafirma el espacio ganado por la mujer en la actualidad y lo importante de su rol en el desarrollo económico de las sociedades, en este caso por medio emprendimientos que pueden ser de elevado aporte a la economía particular y del sector.

Los encuestados presentan en su mayoría un nivel de instrucción secundaria, seguido de manera significativa por quienes estudiaron únicamente la primaria, lo que reafirma los conocimientos empíricos que poseen los emprendedores vinculados a CorpoAmbato en cuanto a temas de tipo empresarial, además, esto acentúa la imperante necesidad de brindar capacitaciones en estos tópicos.

En cuanto a los sectores de emprendimiento que fueron apoyados por CorpoAmbato durante los años 2010-2012. Se observó que los porcentajes fueron muy divididos entre las actividades relacionadas a la agropecuaria, la manufactura de alimentos, y el turismo. De fuentes secundarias se pudo corroborar que el tipo de Turismo fue el correspondiente a actividades realizadas por comunidades, es decir turismo comunitario, un tema que ha ganado espacio en la actualidad a nivel de todo el país y que posee un valor agregado que se puede explotar de manera amplia si se cuenta con la asistencia técnica adecuada.

Por otro lado, la mayoría de encuestados explicaron que la principal motivación para emprender fue la necesidad de mejorar sus ingresos económicos provenientes de empleos de tiempo completo o parcial. Muy pocos emprendedores afirmaron

que intentaron iniciar un negocio propio para encontrar superación personal, es decir independencia laboral y económica, además de nuevos conocimientos.

Fue posible definir que la mayor expectativa de los emprendedores sobre los servicios de la incubadora fue la de obtener recursos para financiar sus emprendimientos, algo que se pudo comprobar no fue cumplido de manera óptima por la institución. Es pertinente recalcar que la opinión de los emprendedores sobre si CorpoAmbato es una incubadora de empresas fue muy dividida, pudiéndose deber principalmente a la inexistencia de una metodología de incubación.

El servicio otorgado por CorpoAmbato fue calificado por la mayor parte como bueno. Por otro lado el total de encuestados manifestaron que recibieron servicios de capacitaciones por parte de este organismo de apoyo en temas relacionados a la naturaleza de su emprendimiento. Se reafirmó que la institución no brindó a los emprendedores maquinarias ni espacio físico para la realización de las actividades productivas, puesto que es aún una incubadora con espacios físicos reducidos y capital operativo limitado.

En su mayoría, los emprendimientos poseen una antigüedad de 1 a 3 años, considerándose que la encuesta se aplicó un año más tarde al periodo de investigación.

Es importante recalcar que la gran parte de emprendedores consideran que en los dos últimos años sus ingresos se han mantenido constantes. Además la investigación permitió establecer que únicamente la mitad de la población posee acceso a una alimentación balanceada y nutritiva, mientras que el acceso a actividades de ocio y recreación es casi nulo.

La gran mayoría de encuestados consideran que CorpoAmbato debe implementar un Plan de Incubación de Nuevos Emprendimientos

4.3 Verificación de la hipótesis

1.- Planteo de hipótesis

a) Modelo lógico

Ho: NO existe incidencia de la incubadora de empresas (CorpoAmbato) en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores de la provincia de Tungurahua durante los años 2010-2012.

H1: SI existe incidencia de la incubadora de empresas (CorpoAmbato) en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores de la provincia de Tungurahua durante los años 2010-2012.

b) Modelo matemático

Ho: $O = E$; $O - E = 0$

H1: $O \neq E$; $O - E \neq 0$

c) Modelo estadístico

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

2.- Regla de decisión

$1 - 0,05 = 0,95$;

$gl = (c - 1) (r - 1)$

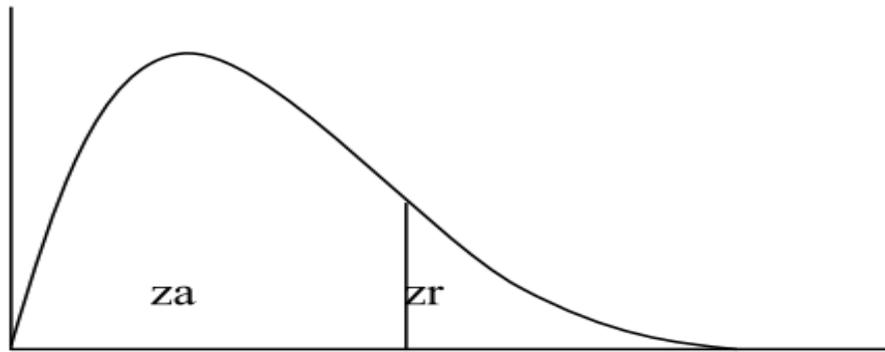
$gl = (4 - 1) (2 - 1)$

$gl = 3$

Al 95% y con 3gl X^2_t es igual a 7,81.

Se acepta la hipótesis nula si, X^2_c es menor o igual a X^2_t , caso contrario se rechaza, al α de 0,05.

Se acepta la H_0 , si X^2_c es $\leq a$ 7,81 con α 0,05



$$Z_a \leq 7,81$$

$$Z_r \geq 7,81$$

3.- Cálculo de X^2

Tabla 4.34 Presentación de los datos

Califique el servicio de CorpoAmbato para su emprendimiento.	¿Considera que en los últimos dos años su calidad de vida ha?			TOTAL
	Mejorado	Mantenido	Empeorado	
Excelente	6	4	0	10
Bueno	1	24	0	25
Malo	0	1	5	6
TOTAL	7	29	5	41

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Explicación: Todos los valores expresados en la tabla se conocen como frecuencias Observadas.

Tabla 4.35 Frecuencias Esperadas

Califique el servicio de CorpoAmbato para su emprendimiento.	¿Considera que en los últimos dos años su calidad de vida ha?			TOTAL
	Mejorado	Mantenido	Empeorado	
Excelente	1,71	7,07	1,22	10,00
Bueno	4,27	17,68	3,05	25,00
Malo	1,02	4,24	0,73	6,00
TOTAL	7,00	29,00	5,00	41,00

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Explicación: Los valores expresados en la tabla corresponden a las Frecuencias Observadas y las Frecuencias Esperadas.

Tabla 4.36 Cálculo de Chi-cuadrado

O	E	(O-E) ² /E
6	1,71	10,79
1	4,27	2,50
0	1,02	1,02
4	7,1	1,34
24	17,7	2,26
1	4,2	2,48
0	1,2	1,22
0	3,0	3,05
5	0,73	24,90
TOTAL (CHI CUADRADO)		49,55

Fuente: Encuesta a los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

4.- Conclusión

Al ser el valor del Chi cuadrado calculado (X^2_c) 49,55 y **NO** es menor a 7,81 con 3 grados de libertad y un α de 0,05, se **RECHAZA** la hipótesis nula y se **ACEPTA** la hipótesis alterna, es decir **SI** incidencia de la incubadora de empresas (CorpoAmbato) en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores de la provincia de Tungurahua durante los años 2010-2012.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez culminado el proceso investigativo se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Con la utilización de la encuesta como herramienta de recolección de información, se pudo corroborar que el perfil educativo que se repite ampliamente en los emprendedores vinculados a CorpoAmbato, corresponde al de Secundaria y Primaria. Es decir, existe un déficit de conocimientos específicos sobre administración de empresas, finanzas, y asignaturas afines al ámbito de los negocios.
2. El instrumento de recolección de información arrojó que la necesidad económica fue la principal razón para emprender, dejando de lado aspectos como la independencia laboral y económica y la adquisición de conocimientos, características propias de una persona que busca superación personal. La posibilidad de acceder a financiamiento fue la principal motivación para acudir a CorpoAmbato. Sin embargo, la institución cumplió esta expectativa solo a un reducido número de emprendedores.
3. La encuesta permitió diagnosticar que alrededor de la mitad de los emprendedores luego de haber recibido los servicios de CorpoAmbato no la consideran como una incubadora de empresas, es decir que señalan que no cumple con todos los aspectos que estas instituciones suelen poseer y otorgar.

4. Las estadísticas mostraron que en los dos últimos años los ingresos económicos de los encuestados en su mayoría se mantuvieron, un bajo número expresó que se incrementaron; situación que reafirma la necesidad de generar un cambio en la institución para crear mayor impacto en el desarrollo socio económico de los emprendedores. Un alarmante porcentaje de emprendedores afirman que no se encuentran produciendo hoy en día; de la misma manera un índice preocupante de encuestados manifiestan que actualmente poseen un empleo ocasional y han dejado de lado su emprendimiento, indicando de esta manera la elevada insostenibilidad del negocio nuevo en el mercado. En cuanto a calidad de vida, se concluye que el acceso a una alimentación balanceada y nutritiva, así como a actividades de ocio y recreación son los indicadores más débiles y en los que se debe propender al mejoramiento.
5. Finalmente, el instrumento de recolección de datos permitió confirmar que la mayor parte de emprendedores investigados consideran necesaria la implementación de un Plan de Incubación de Nuevos Emprendimientos en CorpoAmbato.

5.2 Recomendaciones

Partiendo de las conclusiones de la investigación, se establecen las siguientes recomendaciones:

1. Evaluar la formación académica de los emprendedores, previo al desarrollo de la incubación. Con este diagnóstico es posible planear y ejecutar acciones para la transmisión de conocimientos necesarios.
2. Buscar de manera constante acuerdos de cooperación interinstitucional, en cuanto a la obtención de financiamiento para emprendimientos, las organizaciones de cooperación y financieras públicas o privadas son fundamentales aliados para las incubadoras.

3. Reestructurar la imagen corporativa de la incubadora de empresas de CorpoAmbato, a través del desarrollo y Manejo un Plan Operativo Anual, Reglamento Interno y Plan de Difusión y Promoción de los servicios ofertados a la sociedad tungurahuese.
4. Diseñar e implementar en la Incubadora de empresas de CorpoAmbato objetivos, estrategias, e indicadores para lograr un impacto significativo en la calidad de vida de los emprendedores, y que a la vez permitan elevar el número de emprendimientos exitosos, anclados al mercado y que sean sostenibles en el tiempo.
5. Desarrollar un Plan de Incubación de Emprendimientos para CorpoAmbato, que posea de manera detallada las actividades y recursos necesarios para convertir una idea innovadora en un negocio exitoso, y de la misma manera permita realizar una evaluación post intervención de la incubadora.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

Título: Plan de Incubación de emprendimientos en CorpoAmbato.

Institución ejecutora: CorpoAmbato.

Beneficiarios: Emprendedores de la provincia de Tungurahua vinculados a CorpoAmbato.

Ubicación: Sucre y Castillo, esquina. Ambato- Tungurahua-Ecuador.

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Segundo semestre del 2014 **Fin:** Segundo Semestre del 2015.

Equipo técnico responsable: Alta gerencia

Costo: \$ 6082,00

6.2.- Antecedentes:

Con el objetivo de establecer si existía o no incidencia entre CorpoAmbato, una organización ambateña, sin fines de lucro, y que cuenta con un departamento dedicado a la incubación de empresas y el desarrollo socioeconómico de los emprendedores del cantón y provincia que se vincularon a la misma durante los años 2010-2012; se realizó un exhaustivo estudio de dichas variables, ocupándose para este fin fuentes primarias como secundarias. Es así que luego de un profundo análisis sobre la realidad socioeconómica de los emprendedores de la provincia vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012, por medio de la aplicación de encuestas al total de la población, se pudo comprobar que en efecto existe relación entre las dos variables planteadas.

Por otro lado, la encuesta permitió evidenciar la necesidad imperante del establecimiento de una metodología para el funcionamiento de la incubadora de CorpoAmbato, conviniéndose como alternativa idónea la elaboración y

aplicación de un Plan de Incubación a nuevos emprendimientos, que se constituya como una herramienta de fácil entendimiento, acceso y uso para el equipo técnico y los emprendedores.

En cuanto a estudios similares, en la Universidad Técnica de Ambato se registra en su repositorio un solo trabajo, bajo el nombre de “Estrategias para la implementación de una incubadora de empresas en la Fundación Cuesta Holguín”, de autoría de Xavier Sandoval. La propuesta de este estudio se enfoca básicamente en un “Plan de Estratégico”, dentro del cual se incluyen lineamientos y procesos a seguir para conseguir los objetivos finales.

6.3.- Justificación

La ejecución de la presente propuesta se justifica en razón de que es un proyecto inédito sin antecedentes en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato y que se constituiría como un valioso aporte para la formación de los estudiantes de la carrera de Economía y carreras afines.

Así mismo, es de sumo interés para todos los emprendedores del cantón, puesto que garantizará que el tiempo y las actividades a las cuales deban dedicarse al ser incubados por CorpoAmbato, les generará resultados positivos para su posible negocio. Disminuyendo de esta manera el riesgo de cerrar su empresa al poco tiempo de iniciarla y perder su inversión.

Es también de interés para estudiantes de distintas universidades de la provincia y el país, que deseen realizar investigaciones similares.

La aplicación de la presente propuesta generará un impacto socioeconómico sumamente alto no sólo para quienes anhelen iniciar una empresa, sino también para todo el aparato productivo del cantón y la provincia, es decir para empresarios privados, consumidores y organismo del estado.

Por otro lado, se constituirá como modelo a seguir por todos los organismos dedicados a actividades de incubación, tornándose en una herramienta de apoyo

indispensable para el buen funcionamiento de dichas entidades, mitigando conflictos y proveyendo soluciones factibles para todo tipo de inconvenientes que pudiesen presentarse en el proceso de brindar asesoría técnica, redes de contacto, consultorías, y acceso al financiamiento a empresas nacientes.

Los beneficiarios directos de la propuesta serán por una parte la entidad ejecutora, es decir CorpoAmbato, debido a que mejorará su imagen empresarial, será capaz de acercarse de manera acelerada al alcance de los objetivos planteados relacionados con el departamento de emprendimiento y continuará con pasos firmes las actividades para las que fue creado. De la misma manera, los emprendedores que decidan constituir una empresa serán también beneficiarios directos, incluyéndose a sus familias.

La sociedad ambateña en general se beneficiará de manera indirecta, puesto que con el anclaje exitoso de una empresa nueva al mercado, se crearán mayor número de fuentes de trabajo y se dinamizará el aparato productivo.

6.4.- Objetivos

6.4.1.-General

Elaborar el Plan de Incubación de emprendimientos en CorpoAmbato.

6.4.2.-Específicos:

- Establecer una metodología para incubación de emprendimientos
- Eliminar procesos burocráticos y re procesos internos.
- Elevar el número de alianzas con organismo internacionales de cooperación.
- Incrementar la tasa de formación de nuevos negocios.
- Aumentar la tasa de supervivencia y éxito de las nuevas empresas.

6.5.-Análisis de factibilidad

Política

La Constitución del Ecuador reformada en el año 2008, recalca que se debe buscar el Buen Vivir. Es así que el Título VI, Régimen del Desarrollo, Capítulo Primero, de los Principios Generales en el Art. 275 expresa que:

El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio-culturales y ambientales, que garantizan la realización del buen vivir, del sumak kawsay. El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente. (2008).

En el art. 277, de la misma sección en el numeral 5, se menciona lo siguiente *“Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley”* (2008).

Por otro lado CorpoAmbato en sus estatutos hace referencia a los siguientes objetivos:

- Fortalecer al sector productivo de la ciudad de Ambato y la Provincia de Tungurahua, medio para contribuir al desarrollo de la economía local y nacional
- Fomentar la creación de nuevas fuentes de producción y trabajo, la utilización racional y el empleo eficiente de los recursos naturales y humanos.
- Promover la investigación científica y tecnológica.

Mientras que en los medios para alcanzar los objetivos, se cita lo siguiente:

- Gestionar ante organismos nacionales y extranjeros, públicos y privados, los recursos y necesarios para financiar cualquier tipo de proyectos, tanto del sector público como privado, en beneficio de la colectividad;

Socio-cultural

Tungurahua es una provincia que posee una diversidad cultural amplia. De acuerdo a cifras del Censo de Población y Vivienda 2010 realizado por INEC. *“En la provincia el 82,1 % se identifica como mestizo, mientras que un 12,4 % se considera indígena. La diferencia porcentual se encuentra dividida en quienes se auto identifican como blancos con un 3,4%, Afro ecuatorianos 1,4%, Montubios 0,5% y otros 0,1%”* (2012).

En referencia a lo expuesto, es menester recalcar que en el marco del Nuevo Modelo de Gestión implementado por el Honorable Gobierno Provincial de Tungurahua; instituciones públicas y privadas han unido esfuerzos para contribuir al progreso socioeconómico de todos los actores sociales. Considerándose tres pilares fundamentales de desarrollo: Agua, Gente y Trabajo; procurando la inclusión social, cultural, de género, etc., en cada uno de ellos.

Tecnológica

Actualmente CorpoAmbato, posee una oficina amplia con una superficie de alrededor de 50 metros cuadrados, provista de cuatro equipos de cómputo de tecnología media y once de tecnología avanzada, con los programas necesarios y la capacidad de memoria suficiente para la ejecución de la presente propuesta. Así mismo, cuenta con otros equipos e instrumentos vitales para el desenvolvimiento del plan presentado, tales como: un proyector de imágenes, impresoras, una copiadora e internet banda ancha.

Organizacional

La estructura organizacional de la entidad ejecutora se presta de manera adecuada para que la propuesta presentada pueda ser puesta en práctica. Organizativamente CorpoAmbato cuenta con una Asamblea General de accionistas, un órgano

directivo, un Gerente General, un departamento financiero y un técnico de emprendimientos.

Por otro lado es prudente recalcar que el Gerente General, así como los funcionarios desean mejorar los procesos internos de la organización, y se encuentran dispuestos a ejecutar un plan de incubación que les permita alcanzar de manera ágil los objetivos institucionales en cuanto al sector del emprendimiento. En este sentido han expresado su deseo de socializar la presente propuesta y ponerla en práctica.

Ambiental

Es pertinente recalcar que la formulación y ejecución de la propuesta planteada no generará ningún tipo de daño al medio ambiente. En cuanto a impresiones se intentará utilizar el menor número de hojas, de la misma manera para los talleres de explicación y socialización se manejará presentaciones virtuales, evitando el uso innecesario de papel.

Económico-financiero

La propuesta se considera factible desde el punto de vista económico debido a que para el diseño y elaboración del Plan teórico los gastos necesarios no son más que aquellos que se requieran para la reproducción de un ejemplar, es decir gastos de imprenta, además de gastos de oficina tales como: impresiones, internet, teléfono, etc.

Mientras que para la ejecución práctica de Plan, se valorará el trabajo de los técnicos de CorpoAmbato, así como los gastos de oficina.

6.6 Teoría Científica

Plan

Definición

De acuerdo a lo expresado por Velia Ordaz, un plan *“Es un documento en que constan las cosas que se pretenden hacer y la forma en que se piensa llevarlas a cabo”* (2006).

Mientras que Arturo Ortega Blake citado por la misma autora, expresa que un plan *“consiste en el conjunto coordinado de objetivos, metas y acciones que relacionadas con las estrategias y programas jerarquizan una serie de políticas e instrumentos en el tiempo y el espacio, para alcanzar una imagen objetiva propuesta”* (2006).

Es decir, un plan es un modelo sistemático que parte de una idea y se elabora previo a la ejecución de una acción, con el objetivo de guiarla y encaminarla. Usualmente, un plan se redacta en un documento escrito en el cual se plasma la idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir tanto en tiempo como en espacio, así como las herramientas e instrumentos, que se usarán para alcanzar los fines planteados.

Por otro lado, el plan también se caracteriza por su dinamismo, ya que no debe ser un instrumento estático, por el contrario, es pertinente que se vayan adjuntando las modificaciones que surjan en función de los primeros resultados obtenidos.

El elaborar plan de cualquier tipo o naturaleza, permite evitar gastos innecesarios, uso de tiempo, esfuerzo y energías. Además, mitiga el riesgo de fracasar en la actividad emprendida.

Plan de Incubación:

Para hacer posible la creación de una empresa exitosa no es suficiente contar con una idea innovadora, es fundamental desarrollar una cadena de valor, la misma que tiene inicio en la conversión de un proyecto de vida en un modelo de emprendimiento y concluye con la instauración de una industria que se consolida y mantiene en los mercados actuales.

Un estudio del Ministerio de Industria y Comercio de Paraguay, señala que un plan de incubación es: *“el soporte a la creación de nuevas empresas y al fortalecimiento de las existentes, proporcionando servicios de apoyo para reunir capital humano, social, intelectual y financiero, que permitan a las mismas desarrollar capacidades para mejorar su desempeño”* (2013).

De la misma manera, busca fomentar una incubación extramuros a emprendimientos productivos tanto individuales como asociativos, ajustándose a las condiciones del entorno, identificando oportunidades de negocio que añadan valor a las ventajas comparativas de su región, y desarrollándose dentro de una red integrada por instituciones públicas, privadas, académicas, mixtas u organizaciones de la economía popular solidaria y organizaciones de cooperación internacional, interesadas y comprometidas con el desarrollo socioeconómico del sector.

En el modelo de Incubación de empresas desarrollado en Colombia por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo del vecino país, se proponen los siguientes pasos necesarios a seguir para la creación de empresas:



Gráfico 6.1: Modelo de Incubación de Empresas.
Elaborado por: “Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”.

Como se puede observar un proceso de incubación es integral, parte de lo más básico, siendo este punto el anhelo de un emprendedor para su sustento futuro. Seguidamente, es necesario identificar de manera intuitiva y perceptiva, basándose en la experiencia técnica del equipo de apoyo, la situación de la idea emprendedora en el mercado y su grado general de factibilidad y éxito; para ello es importante también considerar aspectos y características del individuo emprendedor. Si una idea innovadora pasa el primer filtro (identificación), se continúa con la elaboración del Plan de Negocios, siendo este el estudio más certero y determinante de la posibilidad de que el emprendimiento pueda ser llevado a cabo y sirviendo de manera trascendental para la búsqueda de financiamiento. Una vez concluidos los pasos anteriores, se puede dar inicio a las actividades que permitan la producción. Finalmente es prudencial continuar con el apoyo a la empresa naciente durante un período de labores, con el objetivo de potenciar sus actividades, ganar un espacio en el mercado y optimizar procesos.

6.7 Modelo Operativo

Cuadro 6.1: Modelo Operativo General

FASES	ETAPAS	OBJETIVOS	METAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	TIEMPO	INDICADORES DE LOGRO
PREVIA	Análisis de la situación actual de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012.	Identificar la situación actual de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante los años 2010-2012 y definir sus necesidades.	Contar con un análisis de la situación actual al 100%.	Recolección de información de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato, a través de la aplicación de una encuesta.	Equipo técnico	30 días	-41 encuestas ejecutadas.
INICIAL	Diseño y elaboración de un Plan de Incubación de nuevos emprendimientos.	Diseñar y elaborar un Plan de Incubación de nuevos emprendimientos.	Contar con el 100% del Plan de Incubación de Empresas.	1.- Recolección de información necesaria (fuentes primarias y secundarias); 2.- Procesamiento de información. 3.- Redacción del Plan de Incubación a nuevos emprendimientos.	Investigador	60 días	-Ejemplar impreso de Plan de incubación de nuevos emprendimientos.
Operativa	Implementación del Plan de Incubación de empresas.	Implementar el Plan para poder incubar emprendimientos.	Alcanzar un 95% de todas las acciones propuestas en el plan	1.- Impulso al Emprendimiento. 2.- Selección de Ideas de Emprendimientos con potencialidad. 3.-Elaboración de Planes de Negocios. 4.-Incubación de emprendimientos.	Alta gerencia y equipo técnico.	12 meses	-20 Emprendimientos incubados exitosamente. -Existencia de 5 Convenios de Cooperación Internacional.
Seguimiento y evaluación	Diseño de un cronograma de evaluación y seguimiento.	Evaluar los logros alcanzados con el plan de Incubación de nuevos emprendimientos.	Existencia de un número significativo de emprendimientos incubados exitosos.	1.- Elaboración de Matriz de Seguimiento y Control 2.- Aplicación de matriz de Seguimiento y Control	Alta gerencia y equipo técnico	24 Meses	-Matrices con información de emprendimientos incubados.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

6.8 Plan de Acción



Imagen 6.1: Carátula Plan de Incubación de Emprendimientos en CorpoAmbato.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

INTRODUCCIÓN

El Desarrollo social y económico de los pueblos indiscutiblemente sustenta sus bases en la existencia de emprendedores, quienes con sus ideas, planes de inversión, producción y comercialización de bienes o servicios, crean puestos de trabajo, generan ingresos propios y dinamizan el mercado. Está claro que las grandes empresas han nacido de uno o varios emprendedores innovadores, que apostaron a sus sueños y fueron perseverantes en sus ideales. Sin embargo, su esfuerzo, constancia y disciplina tuvieron necesariamente que contar con el impulso de organismos afines a las actividades de emprendimiento, tales como: Cámaras de la Producción, Centros de Desarrollo Empresarial, Ministerios de Productividad, Comercio, Economía entre otros y en la parte de financiamiento Cooperativas, Bancos, Financieras, ONGs, etc.

Tomando en cuenta estos factores y con el objetivo de incrementar el número de empresas nuevas que puedan anclarse al mercado ambateño y tungurahuese de manera exitosa, soportando las vicisitudes y obstáculos que muestran los mercados actuales, abarrotados de empresarios gigantes y economías de escala; se crea el presente “Plan de incubación de emprendimientos en CorpoAmbato”

PRINCIPIOS:

Considerando los errores del pasado, y sobre todo pensando en lo que CorpoAmbato desea obtener para el presente y futuro, este Plan se sujeta a los siguientes principios:

Integrador.- El presente Plan debe ser ejecutado por todos quienes se ven involucrados en el proceso de incubación empresarial, es decir incluirá la participación de: universidades, organismos públicos y privados, emprendedores, entidades de cooperación internacional y de manera más profunda funcionarios de CorpoAmbato.

Innovador.- El plan pretende integrar herramientas nuevas que permitan el incremento del éxito de nuevos negocios, con una metodología distinta a la usualmente utilizada. Aprovechando al máximo la tecnología existente.

Claro.- La redacción que se empleará en el desarrollo del plan será sencilla, clara y concisa. Evitando la existencia de párrafos confusos y permitiendo que todos quienes deseen aplicarlo puedan hacerlo, indistintamente de su nivel educativo.

Sostenible.- Se enmarcará en políticas que permitan su vigencia y perduración en el tiempo, bajo mínimas reformas que le ayuden ajustarse al paso de los años, pero sin perder su esencia.

Ambicioso.- El presente plan pretende dar un giro radical en el impacto que ha generado CorpoAmbato en la situación económica y social de los emprendedores del cantón Ambato y la provincia de Tungurahua.

METODOLOGÍA

Luego de un profundo análisis, se establece que la metodología que se utilizará consta de los siguientes pasos:

I. Impulso al emprendimiento.

- Alianzas con actores involucrados en el proceso de emprendimiento.
- Promoción de Servicios de la Incubadora de CorpoAmbato
- Recepción de ideas de emprendimiento.

II. Selección de ideas de emprendimiento con potencialidad.

- Especificaciones Estudio de Prefactibilidad.
- Elaboración de Estudios de Prefactibilidad
- Análisis del Perfil emprendedor
- Selección y/o supresión de emprendimientos.

III. Elaboración de Planes de Negocios

- Especificaciones Generales
- Planificación estratégica
- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico y Análisis de Procesos
- Estudio Administrativo y Legal
- Estudio Económico Financiero
- Conclusiones.

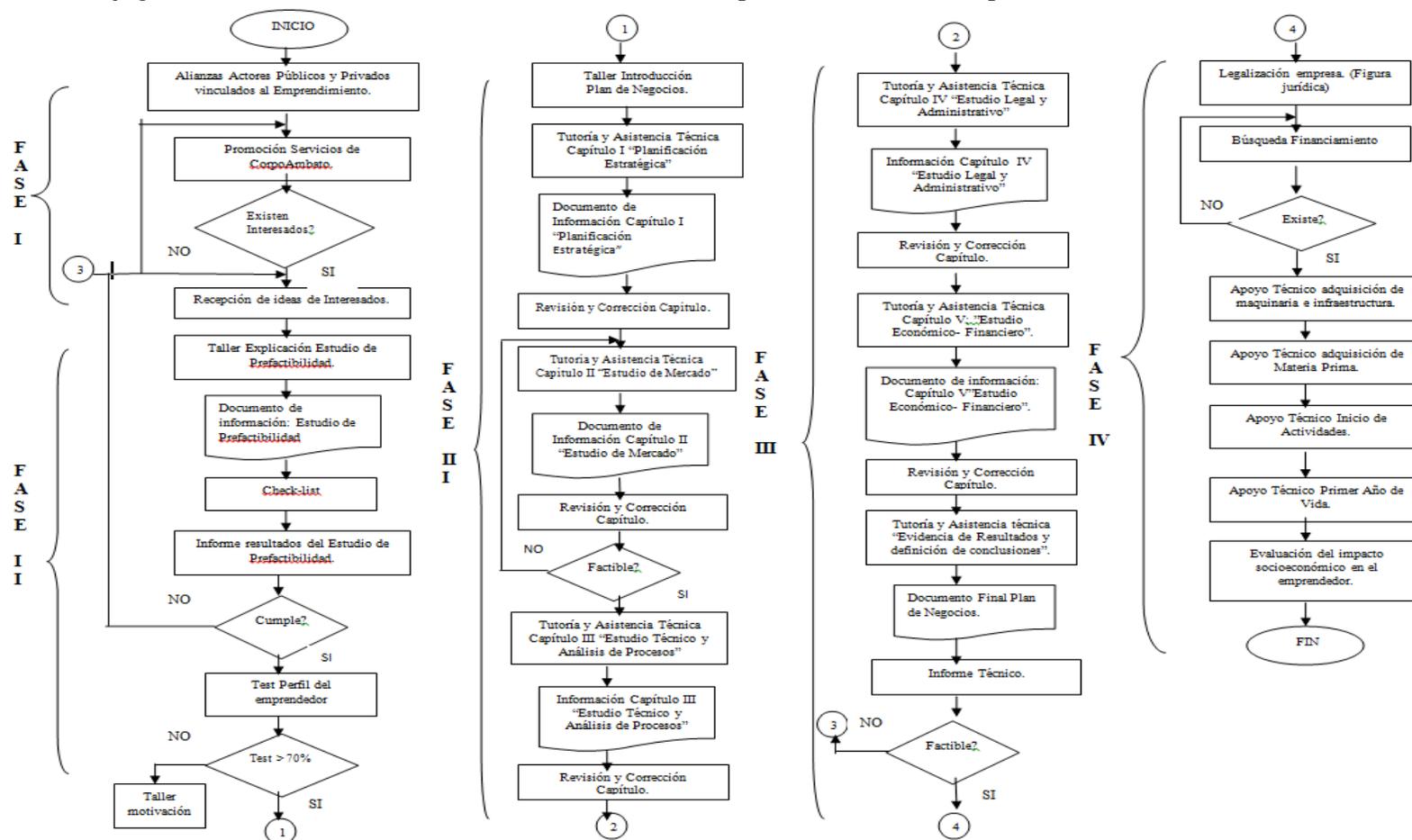
IV. Incubación de emprendimientos

- Constitución legal y Estructura Organizativa de las empresas nacientes.
- Acceso al Financiamiento.
- Adquisición de Activos.
- Adquisición de Materias Primas
- Inicio de Actividades
- Apoyo técnico primer año de vida.
- Evaluación del impacto en el desarrollo socioeconómico del emprendedor

CRONOGRAMA

El cronograma sugerido para el cumplimiento de actividades, se muestra a continuación:

Gráfico 6.2: Flujograma de Actividades del Plan de Incubación de Emprendimientos en CorpoAmbato.



Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

DESARROLLO DE ACTIVIDADES

I. Impulso al Emprendimiento

Contextualización

La primera fase del proceso de incubación consiste en incrementar la oferta de ideas innovadoras, con posibilidades de transformarse en oportunidades de negocios. A fin de que exista un elevado número de alternativas de nuevos emprendimientos.

El emprendimiento es la capacidad de identificar oportunidades de nuevos negocios en situaciones en que otras personas no pueden hacerlo, o idealizarlo. Sin embargo desarrollar esta habilidad requiere de adiestramiento, preparación y esfuerzo.

Dar impulso al emprendimiento, consiste en instruir a los individuos a pensar y actuar como emprendedores y permitirles acceder a instrumentos y herramientas que faciliten la conversión de sus ideas en nuevas empresas.

Para Jaume Villanueva, profesor del ESADE Business School citado por Liliana Llanos, el fomento del emprendimiento es importante puesto que: "*ofrece a las personas la posibilidad de mejorar conocimientos y habilidades en actividades claves del proceso de emprender*"(2013). De la misma manera asegura que "*cuanto más competente sea la persona en, por ejemplo, evaluar oportunidades de negocio, crear planes de empresa o movilizar los recursos externos necesarios, será más probable que tenga éxito en el ámbito de la creación de nueva empresa*" (2013).

Las actividades, recursos y presupuesto sugeridos para esta fase, se encuentran detallados en el siguiente cuadro:

Cuadro 6. 3: Modelo Operativo Fase I: “Impulso al Emprendimiento”

FASE I:	Impulso al Emprendimiento			
Objetivo:	Fomentar el espíritu emprendedor en los tungurahueses.			
Actividades	Recursos		Presupuesto	Responsable
	Materiales	Humanos		
1) Alianzas con diversos actores públicos y privados involucrados en el proceso de emprendimiento. (SECAP, CÁMARAS, GADS, ONGS, FINANCIERAS).	Impresiones, servicio telefónico, esferos, movilizaciones.	Gerencia y Equipo Técnico de emprendimientos	200,00	Equipo Técnico de emprendimientos
2) Promoción Servicios de la Incubadora de CorpoAmbato.	Boletines de prensa, movilizaciones.	Gerencia y Equipo Técnico de emprendimientos	50,00	Equipo Técnico de emprendimientos
2.1 Difusión en medios de comunicación locales sobre servicios de CorpoAmbato.				
2.2 Diseño e Impresión de material de publicidad.	Banners, volantes.	Gerencia, Equipo Técnico de emprendimientos y profesional en diseño publicitario.	500,00	Equipo Técnico de emprendimientos
2.3 Actualización página Web CorpoAmbato	Impresiones, internet, computador de escritorio.	Gerencia, Equipo Técnico de emprendimientos y profesional en diseño publicitario.	500,00	Equipo Técnico de emprendimientos
2.4 Talleres de socialización a grupos de interés (Universidades).	Infocus, computador portátil, impresiones, movilizaciones.	Gerencia y Equipo Técnico de emprendimientos	122,50	Equipo Técnico de emprendimientos
3) Recepción de interesados y sus ideas de emprendimiento.	Impresiones cartas de inscripción, copias.	Equipo Técnico de emprendimientos	25,00	Equipo Técnico de emprendimientos
TOTAL			<u>1.397,50</u>	

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

II. Selección de Ideas de Emprendimiento con potencialidad.

Contextualización

Para elegir de manera adecuada a los emprendimientos que continuarán a una siguiente fase dentro del Plan de Incubación, puesto que son altamente factibles de cristalizarse en negocio nuevos, es necesario evaluar de manera cualitativa los siguientes aspectos:

- Estudio de prefactibilidad.
- Perfil emprendedor.

Herramientas

- Check List.
- Test de perfil emprendedor.

Las actividades, recursos y presupuesto sugeridos para esta fase son:

Cuadro 6.4: Modelo Operativo Fase II. Selección de Ideas de Emprendimiento.

FASE II:	Selección de Ideas de Emprendimientos con potencialidad.			
Objetivo:	Seleccionar ideas de emprendimientos factibles de convertirse en negocios nuevos.			
Actividades	Recursos		Presupuesto	Responsable
	Materiales	Humanos		
1) Taller Especificaciones del estudio de prefactibilidad	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	24,50	Equipo Técnico de emprendimientos.
2) Elaboración y recepción del Estudio de Prefactibilidad.	Impresiones, internet, Check List.	Equipo Técnico de emprendimientos, y emprendedores.	5,50	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
3) Estudio del Perfil emprendedor.	Impresiones Test de Perfil emprendedor, esferos. Impresiones de Check List, esferos.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	5,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
4) Selección y/o supresión de emprendimientos.	Impresiones, esferos.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	10,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
TOTAL			<u>45,00</u>	

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Estudio de Prefactibilidad

En el estudio de Prefactibilidad es importante que se realice una breve investigación y descripción del compendio de factores que afectan al proyecto, e incluir de forma general cuál es la idea principal del mismo.

Los aspectos a considerarse pueden ser:

- **Aspectos económicos**

Es importante nombrar la incidencia del sector al que pertenece el emprendimiento en la economía local. Se debe considerar el impacto social del sector (plazas de trabajo, ingresos generados, etc).

- **Aspectos sociales**

Se subrayan las nuevas preferencias del consumidor en cuanto a empresas (responsabilidad social, industrias verdes, servicios post-venta, etc).

- **Aspectos tecnológicos:**

Es menester indicar aspectos generales relacionados a la proveeduría de: maquinaria, equipos y software necesarios para la producción del bien o servicio.

- **Aspectos legales:**

Es necesario recalcar las leyes que fomentan la producción del bien o servicio, y la No existencia de leyes que prohíban su desarrollo.

- **Aspectos Políticos:**

Se puede hablar de las políticas de estado que incentivan al sector.

Test de perfil del emprendedor.

Para establecer las aptitudes con que cuenta el emprendedor para desempeñarse como tal y ser capaz de afrontar de manera perseverante al sacrificado camino empresarial. Es recomendable aplicar un test corto, mostrado a continuación.

Cabe recalcar que el formato se encuentra realizado en Excel, y se lo deberá manejar así puesto que el cálculo de los resultados se encuentra estructurado en esta herramienta tecnológica para facilitar la actividad.

TEST DE PERFIL EMPRENDEDOR

Nombres y Apellidos:

Edad:

Ocupación Actual:

Instrucciones:

Coloque el número "1" en el casillero con el que se identifique.

Valoración: Totalmente de acuerdo (TD), medianamente de acuerdo (MD), en desacuerdo (ED).

Aptitud (Habilidades personales)	TD	MD	ED
1.- Me agradan las situaciones en donde se pueda mantener el riesgo controlado			
2.- Me siento seguro al saber que voy a recibir un salario mensual fijo.			
3.- Prefiero proponer nuevas maneras de realizar las actividades. No me gusta la rutina.			
4.- Es vital que existan instrucciones, procesos y normas establecidas para la realización de un trabajo.			
5.- Soy reservado.			
6.-Cambiar es mantenerse vigentes.			
7.- El trabajo grupal es una pérdida de tiempo, considero que al hacerlo sólo obtengo mejores resultados.			
8.- Si las cosas no salen como planeé, realizo una retroalimentación, tomo las correcciones pertinentes y vuelvo a insistir			
9.- Puedo manejar un grupo de personas con facilidad, siento que tengo liderazgo.			
10.- La percepción que tengo de mis productos está por encima de lo que diga el mercado.			
11.- Me siento cómodo manteniendo una rutina. Me cuesta adaptarme a los cambios.			
12.- El riesgo hace que las cosas sean más interesantes			
13.-Extender mi horario de trabajo no es algo que me moleste.			
14.- Me considero realista, tengo los pies firmes en la tierra.			
15.-Respeto los horarios establecidos en mi lugar de trabajo. No suelo extender mi jornada laboral.			
16.- El éxito se obtiene luego de varias derrotas.			
17.- La toma de decisiones es un acto exclusivamente racional.			
18.- Prefiero conocer cada día con que me voy a encontrar, no me agradan los imprevistos.			
19.-Me gusta soñar despierto.			
20.-Si un método funciona, no es necesario cambiarlo.			

TOTAL 0 0 0

Valoración: Suficiente (SF), Lo indispensable (LI), ninguna (NG).

Conocimientos:	SF	LI	NG
1.- Poseo formación académica relacionada con la idea que deseo convertir en negocio			
2.-Poseo formación académica en Administración, Economía , Contabilidad o asignaturas afines			
3.- Leo artículos de prensa, revistas y / o libros relacionados al mundo de los negocios			
4.- He participado de capacitaciones, talleres, seminarios y cursos relacionados con la administración de empresas			
5.- He participado de capacitaciones, talleres, seminarios y cursos relacionados con el emprendimiento.			

TOTAL 0 0 0

Gráfico 6.3: Test del Perfil Emprendedor.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Luego de la aplicación del test, es posible obtener los siguientes resultados:

- **Conservador convencional.**- Personas que prefieren los horarios, actividades, y retos previamente estructurados y planificados. Poseen escasa tolerancia al riesgo, aversión a los cambios y dificultad para tomar decisiones bajo circunstancias de presión. No cumplen con un perfil emprendedor.
- **Soñador emprendedor.**- Personas que gustan de los retos distintos cada día. Se adaptan a los cambios de manera rápida y sin presentar problemas de tipo emocional. Prefieren la independencia y dar soluciones distintas a cada circunstancia. Poseen anhelos elevados de superación personal y son perseverantes. Se enmarcan dentro del perfil de un emprendedor.

Una vez que el técnico recoja el Estudio de Prefactibilidad y se haya aplicado el Test del Perfil Emprendedor a los interesados, se debe aceptar proyectos con potencialidad de convertirse en negocios nuevos, y rechazar los que no. Para esta tarea, se puede apoyar en el siguiente Check List.

Check List

Selección de Ideas de Emprendimientos con potencialidad.

Objetivo: Seleccionar las ideas de emprendimiento que continúan en el proceso de incubación.

Seleccionar con un "x", el casillero que corresponda:

Estudio de Prefactibilidad	Es Viable	
	SI	NO
Aspectos económicos		
Aspectos sociales		
Aspectos tecnológicos		
Aspectos legales		
Aspectos Políticos		

Normativa:

El técnico de emprendimientos, determinará en base a su experiencia si es o no viable cada uno de los aspectos.

En el caso de no ser viable el Aspecto Legal y Tecnológico automáticamente el emprendimiento debe descartarse.

Es recomendable que al menos tres de los aspectos señalados se consideren viables, para que un emprendimiento continúe a la siguiente fase de incubación.

Test del Perfil Emprendedor	Perfil Convencional	Perfil de Emprendedor Medio	Perfil Emprendedor
Nombre del Emprendedor			

Normativa:

El técnico de emprendimientos, determinará el perfil que corresponda a cada emprendedor, mediante el cálculo establecido en el Test.

En el caso de obtenerse un perfil de emprendedor medio, combinado con Estudio de Prefactibilidad optimista, se aceptará al emprendimiento, pero el emprendedor será redireccionado a un taller de desarrollo de aptitudes emprendedoras.

Conclusiones:

Continúa o no el proyecto de emprendimiento a la siguiente fase de incubación.

Firma Técnico Emprendimientos

Gráfico 6.4: Check List. Selección de Emprendimientos
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

III. Elaboración de Planes de Negocio.

Cuadro 6.5: Modelo Operativo Fase III. “Elaboración de Planes de Negocio”.

FASE III:	Elaboración de Planes de Negocio			
Objetivo:	Elaborar los Planes de Negocios de los emprendimientos e identificar su viabilidad real de ejecución.			
Actividades	Recursos		Presupuesto	Responsable
	Materiales	Humanos		
1) Socialización de la estructura general del Plan de Negocios.	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	23,50	Equipo Técnico de emprendimientos.
2) Explicación Capítulo I, "Planificación estratégica"	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	45,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
3) Desarrollo Revisión y corrección Capítulo I.	Computador de escritorio (Paquete office).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	72,00	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
4) Explicación Capítulo II "Estudio de Mercado".	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	45,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
5) Desarrollo, Revisión y corrección Capítulo II.	Computador de escritorio (Paquete office).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	72,00	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
6) Explicación Capítulo III "Estudio Técnico y Análisis de procesos".	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	45,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
7) Desarrollo, Revisión y corrección Capítulo III.	Computador de escritorio (Paquete office).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	72,00	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
8) Explicación Capítulo IV "Estudio Administrativo y Legal".	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	45,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
9) Desarrollo, Revisión y corrección Capítulo IV.	Computador de escritorio (Paquete office).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	72,00	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
10) Explicación Capítulo V "Estudio Económico-Financiero".	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	84,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
11) Desarrollo, Revisión y corrección Capítulo V.	Computador de escritorio (Paquete office).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	72,00	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
12) Taller Identificación de resultados y Elaboración de conclusiones.	Infocus, computador portátil, impresiones, salón.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	45,00	Equipo Técnico de emprendimientos.

13) Recepción y revisión de plan de negocios con Definición de resultados y conclusiones.	Computador de escritorio (Paquete office).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	142,00	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.
14) Aprobación y supresión de Planes de Negocio.	Computador de escritorio (Paquete office).	Gerencia y Equipo Técnico de emprendimientos	45,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
TOTAL			<u>879,50</u>	

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

El Plan de Negocios ha sido elaborado de tal manera que resulta fácil de manejar y entender tanto para el técnico a cargo como para los emprendedores.

PLAN DE NEGOCIOS

Generalidades

Resumen ejecutivo

En este punto se debe reflejar de manera concisa, breve y clara lo pretendido y alcanzado con el desarrollo y ejecución Plan de Negocios, tomando en consideración:

- La oportunidad de negocio (encontrada mediante el estudio de mercado, necesidad y solución).
- El producto o servicio a ofertarse.
- El Mercado meta elegido para el bien o servicio.
- El equipo administrativo, técnico y operativo con el que deberá contar la nueva empresa
- El impacto que tendrá en la sociedad si el plan tuviese éxito.
- La tecnología a utilizarse.
- Los resultados del análisis económico-financiero, entre otros.

Se recalca que a pesar de ser el primer numeral de un Plan de Negocios, es recomendable que se lo elabore al final, cuando todos los procesos y actividades se hayan cumplido y se tenga una visión más clara de lo realizado.

De una a dos páginas es suficiente para plasmar este ítem.

Antecedentes:

En los antecedentes se sugiere describir de manera corta los aspectos anteriores a la elaboración del Plan de Negocios y que se relacionen al giro del posible negocio, tales como:

- Las empresas dedicadas a actividades similares en la zona.
- Los estudios preliminares sobre el bien o servicio a desarrollarse.
- El éxito o fracaso de proyectos de emprendimiento afines ya concluidos.
- La existencia de apoyo gubernamental o privado que exista para este tipo de organizaciones.

También es pertinente que se incluyan las experiencias del emprendedor en cuanto a la producción y/o comercialización de los productos o servicios a ofertarse, esto en caso de existirla.

A. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Breve descripción del negocio

En este punto el emprendedor debe desarrollar la Misión y Visión de la empresa que desea constituir. Además, es pertinente que se incluyan los valores empresariales que guiarán la organización.

Finalmente se deberá desarrollar la Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas conocida por sus siglas como “FODA”.

MISIÓN

La misión es la “razón de ser” de una organización, en ese sentido, se la debe redactar tomando en cuenta los siguientes aspectos:



Gráfico 6.5: Características de la Misión empresarial
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

VISIÓN

La visión es lo anhelado a ser por la empresa a largo plazo, y se constituye como el camino a seguir para conseguir los objetivos estratégicos. De igual manera para su redacción, es recomendable tomar en cuenta las siguientes características:

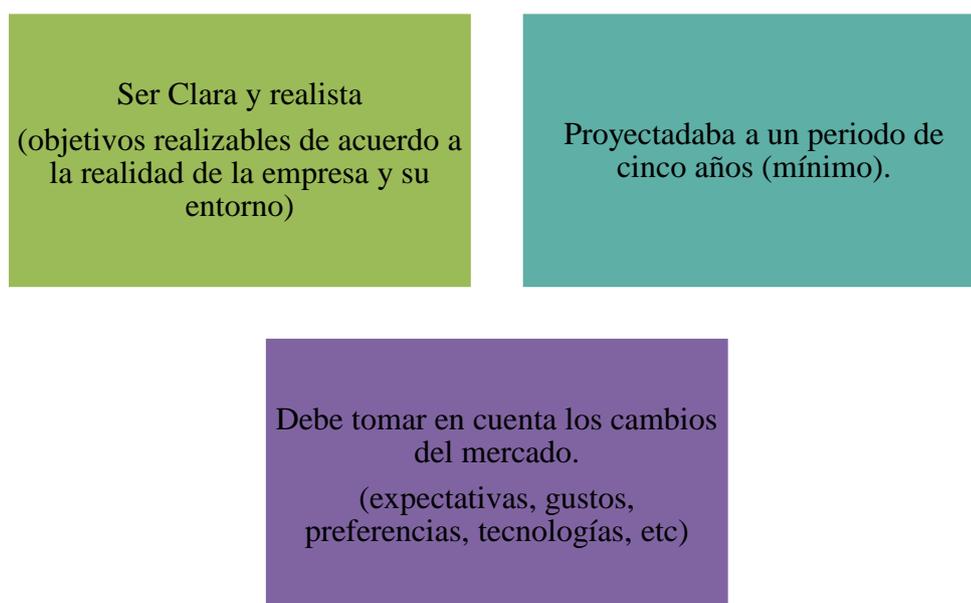


Gráfico 6.6: Características de la Visión empresarial
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

VALORES CORPORATIVOS

De acuerdo al consultor Luis Alberto Mejía: “*Los valores corporativos son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas sus características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios*” (2011).

Es decir que los valores empresariales describen los comportamientos de los miembros de una determinada organización.

En este espacio se debe enlistar cuáles serán los valores que la empresa mantendrá vigentes en sus procesos, tomando en cuenta lo esperado por el talento humano de la empresa, y los potenciales consumidores.

Los valores empresariales, pueden englobar tres importantes aspectos:



Gráfico 6.7: Valores empresariales
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

MATRIZ FODA

La Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, denominada por sus siglas “FODA”, es para los emprendedores una herramienta eficaz, generadora de estrategias para alinear los esfuerzos individuales al cumplimiento de la visión empresarial.

El fin principal del análisis FODA para emprendedores es ayudar a la nueva empresa a encontrar los factores críticos en la planeación de su conformación. Una vez identificados, éstos aspectos se transforman en estrategias que apoyan cambios en la organización para consolidar las fortalezas, minimizar las debilidades, aprovechar las oportunidades y reducir las amenazas.

ANÁLISIS FODA

Cuadro 6.6. Análisis Matriz “FODA”

ANÁLISIS INTERNO	
Basado en aspectos netamente relacionados a la estructura interna de una organización, a su talento humano, maquinarias, infraestructura, tecnología, etc.	
Se obtiene:	
Fortalezas	Debilidades
Hacen referencia a las destrezas, habilidades, características corporativas, valor agregado, etc, que la empresa nueva pudiese tener.	Son los factores a los que no puede acceder el nuevo negocio o su competencia es superior.
¿Qué hacer mejor tu empresa que la competencia?	¿En qué nos gana la competencia?
ANÁLISIS EXTERNO	
Fundamentado en aspectos como: El mercado, la economía de la zona, la normativa del sector, etc. Son ajenos al grado de maniobra de la empresa.	
Se obtiene:	
Oportunidades	Amenazas
Se cuentan como oportunidades los nichos de mercado, posibles áreas de	Aquí se catalogan aquellos factores que ponen en peligro la actividad de la

actuación, incentivos gubernamentales, etc.	empresa.
Están disponibles para todos, pero entrar en ellos antes que la competencia puede suponer una ventaja importante	Las amenazas reconocidas a tiempo nos permiten actuar y trabajar para paliarlas y evitar que acabe con la actividad empresarial.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

ANÁLISIS FODA (COMBINADO)

Consiste en la correlación de las Fortalezas, Debilidades. Oportunidades y Amenazas, con el fin de determinar las estrategias que son necesarias llevar a cabo para, ya sea, maximizar o minimizar cada aspecto, según convenga.

Cuadro 6.7: Matriz FODA combinado.

Matriz FODA Combinado	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias FO (explotar)	Estrategias DO (buscar)
	Consideradas Estrategias: Maxi-Maxi . Consiste en delinear acciones clave concretas que permitirán obtener mayor ventaja de las Fortalezas y aprovechar al máximo las Oportunidades que ofrece el mercado.	Consideradas estrategias: Mini-Maxi Hacen referencia a minimizar el impacto de las Debilidades al tiempo que se maximiza el efecto de las Oportunidades.
Amenazas	Estrategias FA	Estrategias DA (evitar)
	Consideradas Estrategias: Maxi-Mini . Con las que se busca maximizar las posibles ventajas de las Fortalezas, y a la vez minimizar el impacto de las Amenazas.	En este caso se trata de estrategias Mini-Mini . Se relacionan a evitar tanto amenazas como debilidades.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

B. ESTUDIO DE MERCADO

Contextualización

En el Plan de Negocios es necesario que se señale los resultados arrojados de la recopilación y análisis la información procedente del mercado.

Por medio del Estudio de Mercado, el emprendedor podrá comprobar en gran medida la factibilidad comercial del proyecto emprendedor, y diseñar el resto de los capítulos de la mejor manera posible, adaptándose a la realidad del mercado.

ELEMENTOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

- Producto o servicio a ofertarse.
- Mercado.
- Oferentes del producto y/o servicio en el Mercado.
- Demandantes del producto y/o servicio en el Mercado.

OBJETIVOS

- Entender la realidad del Mercado.
- Demostrar la factibilidad del nuevo negocio.
- Establecer estrategias para aprovechar la información obtenida.

METODOLOGÍA

Es pertinente ejecutar el siguiente proceso para obtener la información adecuada del mercado:

i. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El emprendedor debe recopilar la información tanto de fuentes primarias como secundarias, tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- Definición y descripción del bien y/o servicio.
- Delimitación del Mercado
- Análisis de la Demanda
 - ✓ Mercado potencial
 - ✓ Mercado objetivo
- Análisis de la oferta.

- Estructuración de instrumentos de recolección de información (ficha de observación, cuestionarios,).
- Cálculo de la Muestra

ii. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Tabulación de encuestas y análisis.
- Análisis y proyección de ventas.
- Estudio Cualitativo del Mercado.

iii. CONCLUSIONES

iv. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias

El emprendedor deberá obtener información de manera directa, mediante la utilización de diversas técnicas, entre las más comunes: observación, entrevistas y encuestas. Direccionadas a los clientes potenciales, con el fin de detectar algunos rasgos de interés para la construcción del plan de negocios.

Es importante tomar en cuenta que las técnicas se complementan con instrumentos.

Fuentes secundarias

En esta investigación es vital recopilar información existente sobre el tema, desde el punto de vista del mercado. Los emprendedores pueden encontrar esta información de instituciones dedicadas a redactar y acopiar documentos, datos e información sobre cada uno de los sectores productivos y de emprendimiento,

pudiendo ser en la provincia las siguientes:



Gráfico 6.8: Fuentes Secundarias.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

i. RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL MERCADO

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

En primer lugar, es importante precisar qué tipo de bien o servicio es el que se desea producir. Para esto, se pueden considerar los siguientes aspectos:



Gráfico 6.9: Clasificación de los Bienes.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Definición del Mercado.

Para poder desarrollar de manera adecuada el estudio de mercado, el emprendedor debe conocer la definición de la palabra “Mercado”.

En el trabajo titulado “Elaboración de Proyectos de Inversión”, realizado por el Instituto Hacendario del Estado de México, el término estudiado hace referencia “al área geográfica en el cual concurren oferentes y demandantes que se interrelacionan para el intercambio de productos” (2003).

De manera sencilla, el concepto de “Mercado” se puede sintetizar en el siguiente gráfico:

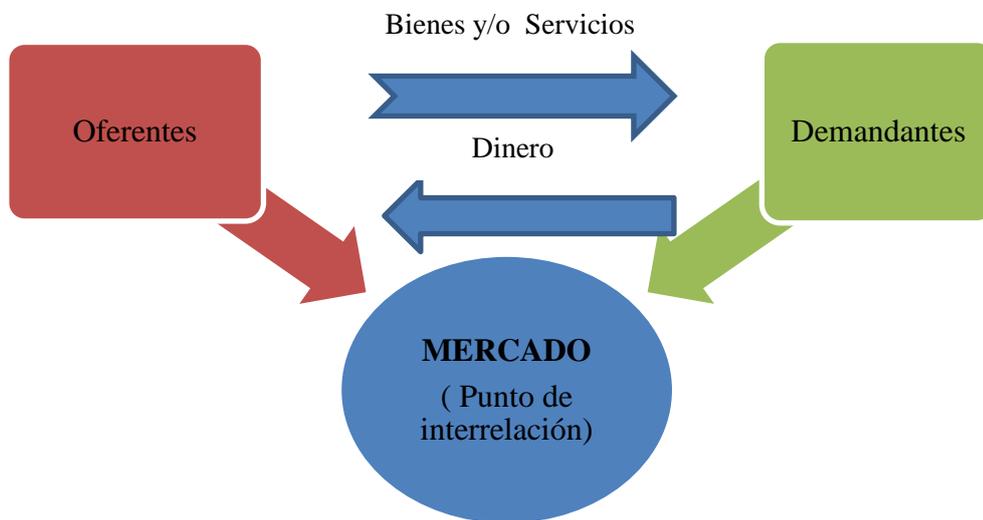


Gráfico 6.10: Definición de Mercado.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Delimitación del Mercado

En este punto es pertinente establecer cuál va a ser el mercado (de manera general) al que la nueva empresa desea dirigirse.

En ese sentido, es importante que se analice los siguientes factores:

- Área geográfica que cubrirá el producto o servicio.
- Tamaño del mercado.

- Información demográfica y psicográfica de posibles consumidores (grupos de edad, niveles de ingresos, si el mercado potencial está reduciéndose o expandiéndose).
- Tendencias, necesidades y preferencias, etc.

Análisis de la Demanda

La demanda es el número de productos y/o servicios que un mercado requiere y exige con el fin de satisfacer una necesidad o deseo, y por el que se encuentra dispuesto a pagar un precio determinado.

Analizar la demanda permite establecer cuáles son los aspectos que afectan y varían los requerimientos de los consumidores en relación a un bien o servicio, y de esta manera determinar la factibilidad y el grado de éxito que podrá tener un nuevo negocio.

Es fundamental que el emprendedor delimite en primer lugar su Mercado Potencial, y posteriormente su Mercado Objetivo.

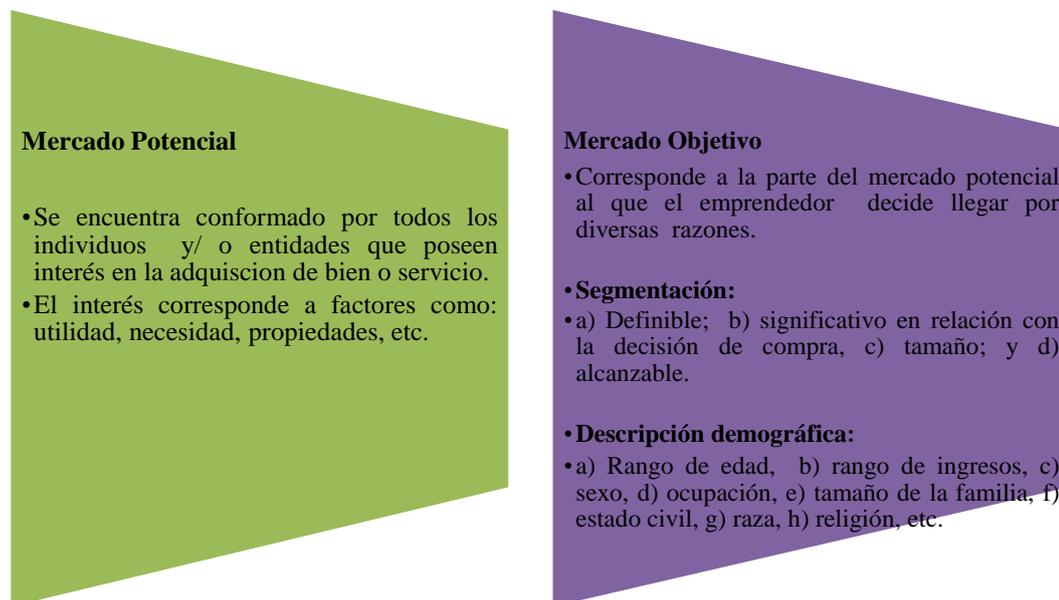


Gráfico 6.11: Mercado Potencial y Mercado Objetivo.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Aspectos a ser investigados:

El emprendedor debe considerar los siguientes aspectos a ser investigados por el lado de la demanda:

- Número de veces que adquieren el bien o servicio.
- Cuáles son los patrones de compra.
- Características del producto (Precio, calidad, marca).
- Motivo de la primera adquisición.
- Intervalo de tiempo entre nuevas compras.
- Cantidad usual que adquieren.
- Motivación para el uso continuado.
- Medio por el cual el consumidor supo por primera vez sobre el producto.
- Lugar de compra.
- Modo de uso del bien o servicio.
- Forma de pago.
- Fuerza de ventas.
- Medios de promoción y publicidad.
- Características y detalles de los puntos de venta (localización, decoración, etc).
- Servicio al consumidor y de postventa.
- Garantía y política de devolución.

ANÁLISIS DE OFERTA

La oferta se define como la cantidad de bienes y / o servicios que las empresas ponen a disposición de los consumidores en determinadas cantidades, precios, tiempo y lugares.

Con este análisis, por un lado, el emprendedor puede determinar cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al mercado, y establecer si cumple con las características deseadas y requeridas por los consumidores.

Por otro lado, puede definir la cantidad de industrias que se encuentran ofertando el mismo bien o servicio, o a su vez los sustitutos. Con el objeto de determinar qué cantidad está recibiendo el mercado, cuánto más puede aceptar, cuáles las características deben poseer los bienes o servicios y el cuál es el precio usual de venta.

Como herramienta de recolección de información, el emprendedor puede utilizar el siguiente cuadro:

Cuadro 6.8: Análisis de la competencia

Aspecto	Empresa					
	E1	E2	E3	E4	E5	En
Localización						
Años de funcionamiento						
% de utilización de Capacidad Instalada						
Precios al consumidor						
Inversión fija estimada						
Número de trabajadores						
Volumen de ventas						
Volumen de Utilidades						

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Asimismo, es pertinente realizar un análisis cualitativo de los aspectos que afectan la oferta del producto o servicio en el mercado objetivo. Considerando variables que aquejan la industria, tales como:

Tecnológicas: Existencia de nuevos productos en uno de los eslabones de la cadena de valor que provoca cambios en otro.

Económicas: Crisis, recesiones, tipo de cambio, inflación, riesgo país, subvenciones, impuestos, etc.

Políticas: Inestabilidad política, clima de inversiones.

Socioculturales: Requerimientos asociados a la religión, género, etc. Modalidades de vida, hábitos de consumo.

Es vital que el emprendedor considere que la determinación de la existencia o no de un lugar en el mercado para una nueva empresa ocurre cuando existe una diferencia positiva entre la demanda esperada y la oferta que proporcionan las industrias existentes.

En el caso de que el resultado entre la demanda esperada y la oferta fuese negativo se aconseja invertir en otros tipos de empresa o a su vez cambiar de mercado objetivo; a excepción de que el técnico considere que el emprendedor considere posee la habilidad de diferenciar los bienes o servicios, y pueda capturar consumidores de la competencia.

Cálculo de la Muestra

Calcular la muestra es obtener una parte representativa de la población (Mercado Meta definido por el emprendedor) que constituye el mercado objetivo, para por medio de la aplicación de cualquier tipo de técnica de recolección de información, conseguir las características, aspectos particulares, y datos peculiares que aporten de manera significativa a los resultados pretendido a través del análisis del mercado, pudiéndose establecer conclusiones cercanas a la realidad.

Se recomienda la utilización de la fórmula matemática:

$$n = \frac{z^2 p \cdot q \cdot N}{Z^2 p \cdot q + N e^2}$$

Dónde:

n : Se refiere a la muestra que se está buscando.

z: Indica el nivel de confianza a utilizarse. El cual será de 95% y por lo tanto mantendrá un valor de 1,96.

p: Describe a la probabilidad de que el fenómeno ocurra, poseerá un valor de 0,5.

q: Al igual que “p”, q tendrá un valor de 0,5 y hace referencia a la probabilidad de que el fenómeno no ocurra.

N: Corresponderá al total de la población a estudiar.

e: Es el error que existirá al calcular la muestra, y será en este caso de 0,05.

ii. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

En este segmento el emprendedor debe procesar la información recolectada mediante la herramienta e instrumento usado en el Estudio de Mercado, con el objetivo de ordenarla y presentarla de la forma más lógica y clara, mostrando los resultados del estudio.

Lo más recomendable en primer lugar, es plasmar la información de cada pregunta en una tabla de Excel, similar a la mostrada a continuación:

Cuadro 6. 9: Ejemplo de Tabla para procesamiento de información.

PREGUNTA " x "		
Opción de Respuesta	FS	% FS
Opción 1.	# Opción de respuesta 1.	%Op1 sobre el Total.
Opción 2.	# Opción de respuesta 2.	%Op2 sobre el Total.
Opción 3.	# Opción de respuesta 3.	%Op3 sobre el Total.
<u>TOTAL</u>	<u>Σ FS</u>	<u>100%</u>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Posteriormente, es pertinente mostrar los datos en gráficos estadísticos, que permitan su mejor apreciación e interpretación. Estos pueden ser de varios tipos, y son generados de manera sencilla a través de la opción “Insertar Gráfico” en Excel.

Tipos de Gráficos estadísticos:

Cuadro 6.10: Tipos de Gráficos Estadísticos.

GRÁFICO	CARACTERÍSTICA	DISEÑO VISUAL
Diagramas de Barras,	Se utilizan para variables cualitativas y discretas. Eje "x" Variable cualitativa y Eje "y" Valores V. Discreta.	
Diagramas de Sectores	Variable cualitativa y Eje "y" Valores V. Discreta.	
Histogramas	Se utilizan para variables continuas, o agrupadas en intervalos. El eje "x" Intervalos de clase.	

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis y Proyección de Ventas

Las posibles ventas del nuevo negocio se proyectan tomando en cuenta la diferencia obtenida entre análisis de la demanda y el análisis de la oferta. Es decir, corresponde a la demanda que no está siendo satisfecha. Por lo general las ventas se proyectan de manera mensual, bimensual, trimestral, semestral o anual.

En la encuesta es recomendable insertar varias interrogantes que posean como objetivo preguntar directamente al potencial consumidor si desearía adquirir, el bien o servicio, en qué cantidad y cuánto estaría dispuesto a pagar por el mismo.

Es demasiado importante intentar que la proyección de las ventas sea lo más real posible, puesto que de este punto del estudio de mercado se determinan los ingresos que por concepto de ventas se podrán obtener en el plan de negocios, para posteriormente ser mostrados en el estudio económico-financiero.

Métodos de Proyección de la Demanda:

La proyección de la Demanda se la puede realizar por varios métodos, el equipo técnico elegirá el más idóneo acorde a los antecedentes y características del proyecto de emprendimiento.

Los métodos más comunes son los siguientes:

Cuadro 6.11: Métodos de Proyección de la Demanda.

MÉTODO	CARACTERÍSTICA	FÓRMULA
CUALITATIVO	Se basa en opiniones de expertos sobre el comportamiento de una tendencia en el futuro. Los datos obtenidos son subjetivos y poco confiables. Se incurre en un costo operativo bajo para su realización.	
<ul style="list-style-type: none"> Investigación de Mercados 	Se interroga a posibles clientes sobre sus planes de compra, para generalizar los resultados es necesario aplicar la encuesta a un número significativo de la población establecida.	N/A
<ul style="list-style-type: none"> Método Delphi 	Consiste en la reunión de un panel de expertos, quienes llegan a un consenso sobre la proyección de la demanda.	N/A
CUANTITATIVO	Se necesita la recopilación de datos de venta del producto o servicio de distintas fuentes. (Primarias como secundarias).	
<ul style="list-style-type: none"> Series temporales 	Requiere registros históricos en alguna escala de tiempo (años, estaciones, meses, semanas, días, otros).	

<ul style="list-style-type: none"> Tasa de crecimiento simple 	<p>Es el cálculo de la media aritmética de las tasas de crecimiento por período de cálculo.</p>	$T_{CS} = \frac{\sum \text{tasa anual}}{n}$ <p>La Tasa Anual se calcula:</p> $T_{CS} = \frac{\sum \text{tasa anual}}{n}$
<p>Regresiones</p>	<p>Requiere observaciones en función de variables (tiempo, ventas de productos similares, productos sustitutos, etc.)</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Regresión Lineal 	<p>Se refiere a una técnica de proyección y ajuste de una variable "Y" (desconocida) a partir de una variable conocida "X", en este caso es el tiempo.</p> <p>El método más común para regresiones es el de los mínimos cuadrados, que plantea que la suma de las diferencias, elevadas al cuadrado, de la serie "Y real" y las teóricas de la línea recta se haga mínima.</p>	<p>Ecuación General: $Y = a + bx$.</p>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Estudio Cual-Cuantitativo del Mercado:

Finalmente, el emprendedor debe recopilar la información del mercado al que se desea penetrar, enmarcándose en las cuatro "P", es decir:

- Producto (características y propiedades físicas, envases, embalaje, presentaciones, funcionalidades, entre otras).
- Precio (precio adecuado para los bienes y servicios de acuerdo a los costos de producción y los segmentos de mercado).
- Plaza (Puntos de distribución y ventas).
- Promoción (Herramientas publicitarias, medios de promoción, campañas de difusión, entre otros).

Será necesario que el estudio de mercado sea realizado para todos los involucrados en el funcionamiento de un negocio, siendo estos.

- Proveedores
- Competidores
- Consumidores (empresas y familias).

Los análisis de los resultados se deberán expresar mediante el uso de gráficos (barras, de dispersión, pasteles entre otros).

iii. Conclusiones

Se evidencian los resultados a los que se ha llegado por medio del estudio, dando prioridad a los más relevantes. Las conclusiones se redactan de forma clara y concisa.

iv. Análisis de la Comercialización

Conceptualización.

Producto:

Para poder establecer las estrategias de Marketing adecuadas para el Producto se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Marca

La Marca le permite a una empresa diferenciarse de sus competidores, siendo una herramienta primordial para el posicionamiento de un bien o servicio en un mercado. Además es un factor legal que posibilita defender los derechos de la organización cuando sea el caso.

En una marca se debe desarrollar un nombre y un logotipo.

El nombre es el elemento que se pronuncia, mientras que el logotipo es el grafismo que incluye gráficos, colores, tipos y formas de letra, detalles, etc, que distinguen a una marca de otra.

El concepto de manera simple se detalla a continuación:



Gráfico 6.12: La Marca
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Tips para la creación de una marca

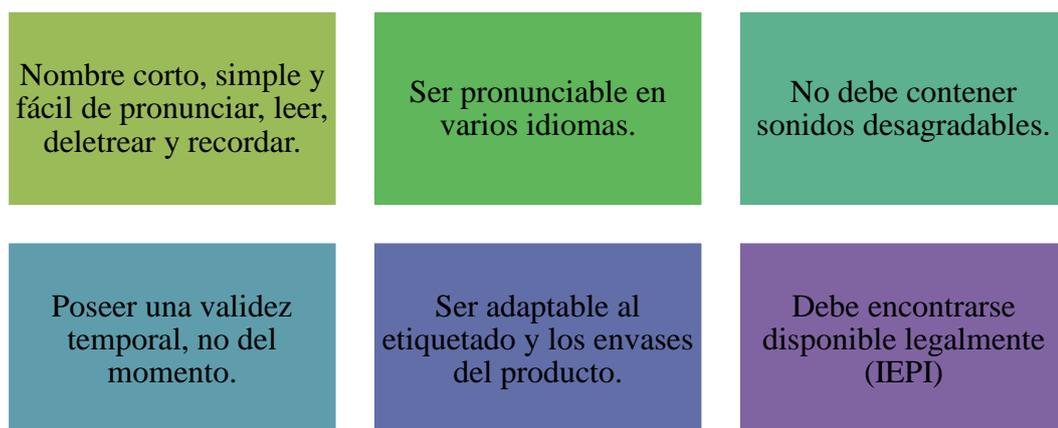


Gráfico 6.13: Tips para la creación de una marca
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Etiqueta

La etiqueta es una parte del bien que posee información escrita sobre las características del mismo.

El emprendedor debe tomar en cuenta que la información que espera el consumidor de una etiqueta debe ser verídica, clara, comprensible, y englobar todos los aspectos informativos necesarios. Además, es pertinente que expliquen el contenido, el uso y los ingredientes del producto.

Tips para la creación de una etiqueta

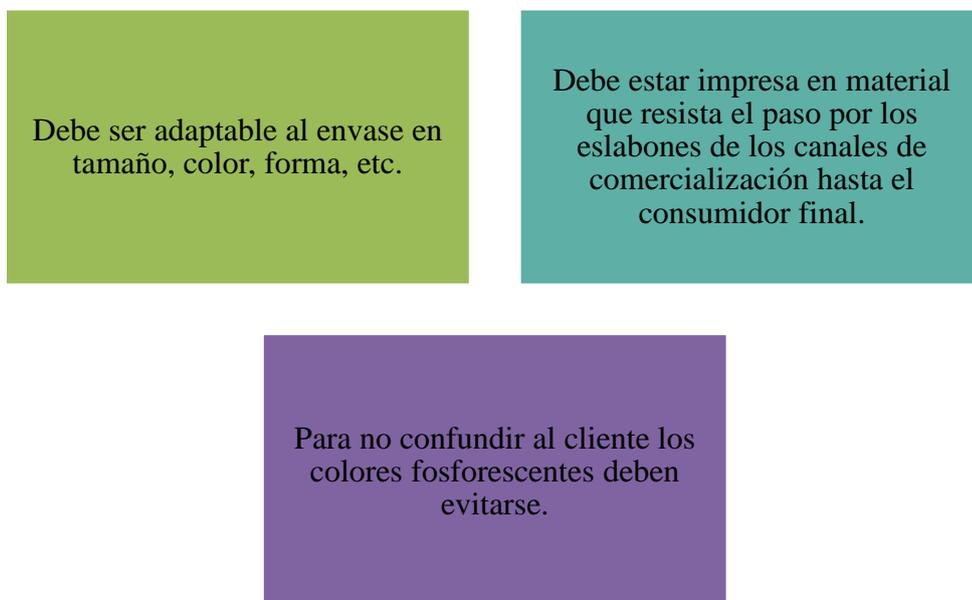


Gráfico 6.14: Tips para la creación de una etiqueta.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Envase

Se refiere al elemento que contiene al producto y que por ende es parte integral del mismo. Su función principal es la de dar protección al bien, y a la vez diferenciarlo de otros de su mismo tipo.

Tips para la creación de un envase

Para crear un envase de manera idónea, el emprendedor puede considerar tres aspectos:



Gráfico 6.15: Tips para la creación de un envase.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Es recomendable que al momento de elaborar los envases, el emprendedor elija materiales biodegradables o que puedan ser reprocesados tales como: el papel, el cartón, la madera, etc, puesto le brindan a la empresa una imagen positiva para con sus consumidores, cumpliendo con procesos de Responsabilidad Social.

Embalaje

Son las cajas o envolturas con las que se protegen los productos para facilitar su transporte y almacenamiento. Engloban a todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para condicionar, presentar, manipular, conservar y transportar una mercancía.

Tips para el establecimiento del embalaje

Es pertinente considerar los elementos mostrados a continuación:

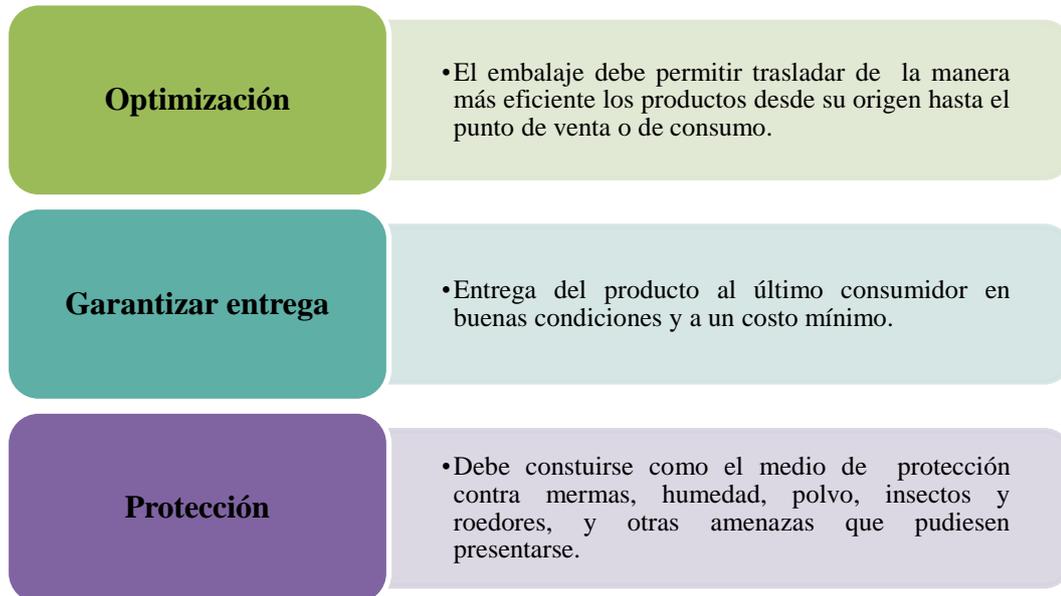


Gráfico 6.16: Tips para la creación de una etiqueta.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

PRECIO:

Acorde a David Pérez e Isabel Pérez Martínez “*El precio no es sólo una herramienta de obtención de beneficios, sino también una herramienta clave para la estrategia global de la empresa*” (2006). En esta aseveración radica, lo importante de manejar estrategia de fijación de precios dentro de una organización.

Una estrategia de fijación de precios hace referencia a un modelo de establecimiento de precios iniciales para un bien o servicio, y su maniobra de variación a lo largo del ciclo productivo.

Las estrategias de precios que los emprendedores pueden considerar son:

Cuadro 6.12: Estrategias de Precio.

ESTRATEGIA	COTEXTUALIZACIÓN	OBJETIVOS
Descremado de Precios	Consiste en establecer un precio inicial alto a un bien, con el fin de que sea comprado por los consumidores compradores que poseen la capacidad económica para hacerlo. En lo posterior el precio puede ser disminuido para captar otros nichos de mercado.	-Recuperar mediante una utilidad buena, los costos de investigación y desarrollo del producto. -Producir con alta calidad. -Proporcionar flexibilidad a la empresa (puesto que es más factible disminuir un precio inicial elevado que incrementarlo si es demasiado bajo para hacer frente a los costos de producción).
Precios de Penetración	Hace referencia a fijar un precio de introducción bajo para con el fin de acaparar de manera veloz una parte considerable del mercado. Además, el amplio volumen de ventas reduce los costes de producción.(Economía de escalas).	-Penetrar de manera ágil en el mercado masivo. -Generar un volumen elevado producción y de ventas. -Manejar economías de escala.
Precios de Prestigio	Se relaciona a establecer precios altos, para que consumidores los adquiera por mantener un estatus y prestigio.	-Proyectar una imagen de exclusividad de productos. -Manejar precios muy por encima de los costos.
Precios Orientados a la Competencia	Es una estrategia que fija la atención en el accionar de los competidores.	-Diferenciarse poco de la competencia (muchos productos similares en el mercado).
Precios por Áreas Geográficas	El acceso y costo del transporte es un elemento vital en el establecimiento de los precios.	-El valor de un producto se eleva a la par de la distancia del lugar de producción.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Plaza

La plaza es también conocida como la forma de distribución. Hace referencia a la selección de los lugares o puntos de venta en donde se ofertarán los bienes o servicios a los clientes. De la misma manera, se relaciona con la manera en qué los productos llegarán hasta los consumidores finales.

Para poder establecer las estrategias adecuadas para la distribución de un producto, el emprendedor debe tomar en cuenta los siguientes elementos:



Gráfico 6.17: Formas de distribución de los productos:
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Promoción

De acuerdo a lo manifestado por Ignacio Acosta, la promoción radica en: *“informar, convencer y difundir en forma amplia, contundente y persuasiva, la existencia de un producto, de una marca de una idea, de una persona de una empresa o de una institución, hacia un mercado meta o target, en base a objetivos, estrategias y planes de acción bien definidos para el logro de los mismos en forma redituable”* (2010).

Es importante que se consideren las herramientas que integran a la mezcla promocional y que son:

- Las Relaciones Públicas, (Mantienen la demanda).
- La Promoción de Ventas, (Incentivan a la demanda).
- La Venta Personal y, (Satisfacen la demanda).
- La Publicidad (Genera demanda).

Tips para las estrategias de Promoción

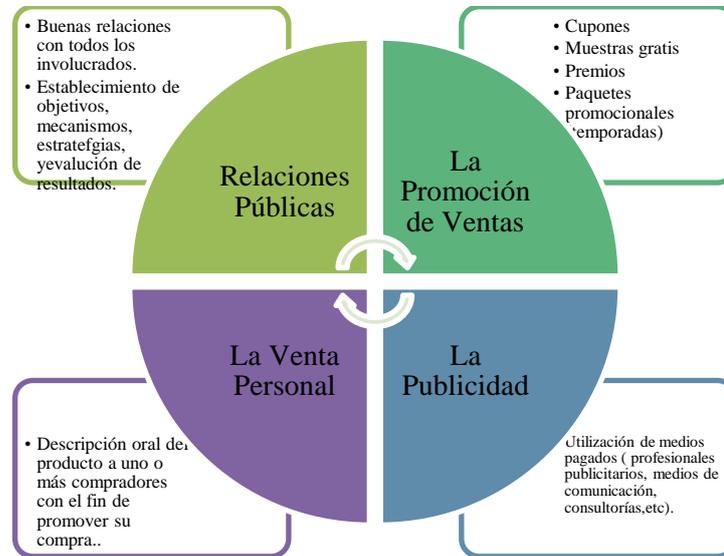


Gráfico 6.18: Estrategias de Promoción
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

De la misma manera, las estrategias de Promoción deben formularse de acuerdo a la Plaza, es decir en concordancia con la forma en que se planea realizar la distribución del bien o servicio.

Tips para las estrategias de Promoción en función de la Plaza

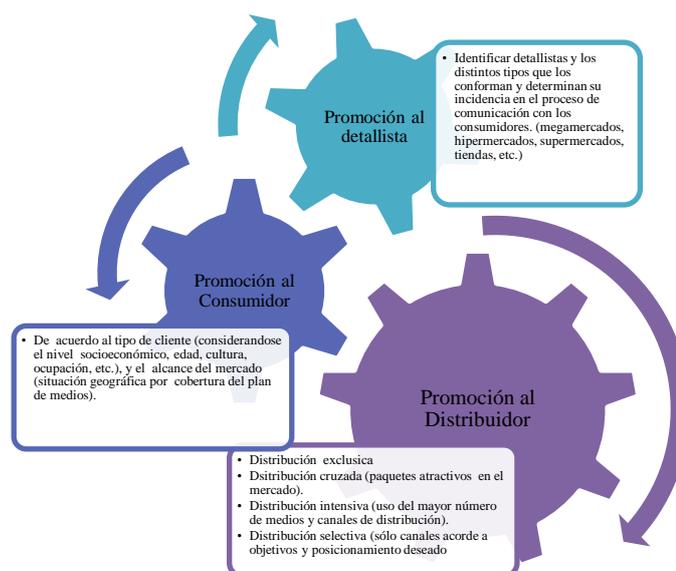


Gráfico 6.19: La Promoción de acuerdo a la Plaza.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

C. ESTUDIO TÉCNICO Y ANÁLISIS DE PROCESOS

Contextualización

Es menester recalcar que el estudio técnico es particular para cada emprendimiento, puesto que varía de acuerdo a la esencia misma de los diversos negocios.

En este capítulo, el emprendedor debe plasmar todo lo que se relaciona al funcionamiento y operatividad del negocio.

Para esto se debe considerar aspectos como:

- Disponibilidad de los recursos para la producción del bien o servicio.
- Localización óptima para el desarrollo del emprendimiento.
- Tamaño adecuado de la planta de producción.
- Determinación y descripción del proceso técnico productivo.

Localización óptima para el desarrollo del emprendimiento.

El análisis para establecer la ubicación idónea para la instalación y funcionamiento de la nueva empresa, considera dos tipos de estudio:

- **Método Cualitativo.-** Mediante la asignación de características relevantes a cada de las opciones y la comparación cualitativa de las mismas. El emprendedor puede basarse en la matriz mostrada a continuación:

Cuadro 6.13: Localización del emprendimiento. Método Cualitativo.

Característica	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN n
Ubicación geográfica.			
Costo del suelo.			
Obtención de Permisos de funcionamiento.			
Acceso vial.			
Distancia de puntos de venta.			
Condiciones ambientales.			
Acceso a servicios básicos.			
Otros.			
TOTAL			

Valoración: Excelente (3), Bueno (2), Malo (1).

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

- **Método Cuantitativo.-** El emprendedor debe realizar entre las opciones con mejor calificación en el estudio cualitativo un análisis de los costos de transporte de los productos terminados a los puntos de venta, al igual que de las adquisiciones de materia prima, eligiendo el que le represente una inversión menor.

Tamaño adecuado de la planta de producción.

El tamaño de la planta para la producción, debe ir en función de la demanda existente en el mercado elegido.

La demanda debe ser mayor al tamaño que se propone, si la demanda es igual, el emprendedor asume un riesgo elevado, por lo que no es recomendable ejecutarlo. Para establecer la tendencia de la demanda en los posteriores ciclos productivos, es necesario que se realice un análisis de comparativo entre la oferta y la demanda, esto basándose en los resultados obtenidos en el Estudio de Mercado.

Otros factores a considerarse para establecer el tamaño del emprendimiento:

- Capacidad de inversión (financiamiento)
- Costos y acceso a tecnología requerida.
- Tamaño que hace más rentable a la inversión.
- Sugerencias de los proveedores de activos fijos.

Determinación y descripción del proceso técnico productivo.

Un proceso técnico productivo es la transformación de materias primas (insumos) en productos finales, a través de la utilización de un tipo determinado de tecnología.

El concepto de un proceso se puede sintetizar de manera sencilla en el siguiente esquema:



Gráfico 6.20: Descripción Proceso de Producción.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Descripción del Proceso Productivo

La descripción y configuración del proceso de producción se la puede realizar mediante un diagrama de flujos (flujograma). Cabe recalcar que el proceso es distinto para cada tipo de emprendimiento y se considera de manera acentuada el criterio del técnico.

Los Flujogramas o Diagramas de Flujos se encuentran integrados por símbolos, a través de ellos se representa de manera gráfica diferentes operaciones que conforman un determinado proceso, en este caso uno productivo.

Principales elementos de un Flujograma:

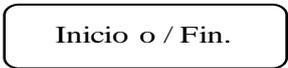
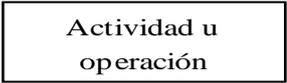
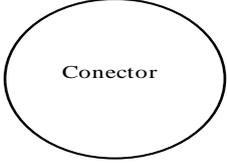
	<p>Principio o terminación del Diagrama.</p>
	<p>Indica un cambio de la información (forma, valor, disposición, etc).</p>
	<p>Indica dos alternativas diferentes, que se vinculan con caminos distintos dentro del flujograma.</p>
	<p>Permite representar un documento cualquiera (listado, ficha, etc). Si un documento posee varias copias, se las debe representar numeradas desde el 0.</p>
	<p>Se utiliza cuando es necesario continuar el diagrama en otro gar, o cuando se requiera unir informaciones aisladas dentro del gráfico</p>
	<p>Flechas de dirección del diagrama.</p>

Gráfico 6.21: Principales elementos del Flujograma.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

D. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Contextualización

Dentro de este capítulo, el emprendedor deberá plasmar lo referente a la administración del nuevo negocio, considerando herramientas como el organigrama estructural y funcional, la planeación, descripción y distribución del talento humano, con la finalidad de alcanzar el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Por otro lado, el capítulo incluye los factores legales a los cuales debe enmarcarse y acogerse el emprendimiento, de acuerdo al lugar (país, provincia y ciudad), en donde van a desarrollarse las actividades productivas. Esto en cuanto a: tipo de organización, permisos de funcionamiento, relaciones laborales, aspectos ambientales y ecológicos, entre otros.

Estudio Administrativo

El emprendedor debe desarrollar los siguientes elementos:

- Organigrama Estructural y Funcional.
- Descripción y especificación de puestos.
- Plantilla de personal.

Organigramas

Los organigramas permiten describir de forma gráfica la estructura orgánica de una entidad empresarial, de manera ordenada, clara y sencilla. Representa niveles jerárquicos, áreas de la empresa, líneas de autoridad y de asesoría.

Es importante señalar que los organigramas son elementos esenciales dentro de una empresa, por eso es fundamental que todos sus integrantes los sepan comprender, manejar y ejecutar.

Organigrama Estructural

Simboliza de forma gráfica los bloques administrativos de una empresa, y sus conexiones de dependencia o de jerarquía

A continuación se presenta de manera sencilla un organigrama de este tipo:

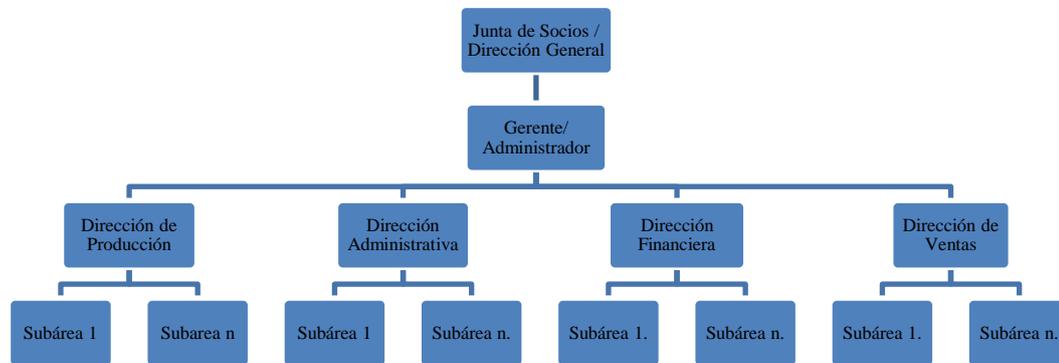


Gráfico 6.22: Organigrama Estructural.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Organigrama Funcional

Este tipo de organigrama engloba a las funciones primordiales que poseen cada una de las áreas de la empresa, además de las unidades y sus interrelaciones.

Es importante recalcar que este tipo de organigrama se puede utilizar dentro de una empresa para presentarla de manera rápida y sencilla ante inversionistas, posibles socios o clientes. Además, es útil para brindar capacitaciones al talento humano, sobre sus funciones, tareas y objetivos de puestos de trabajo.

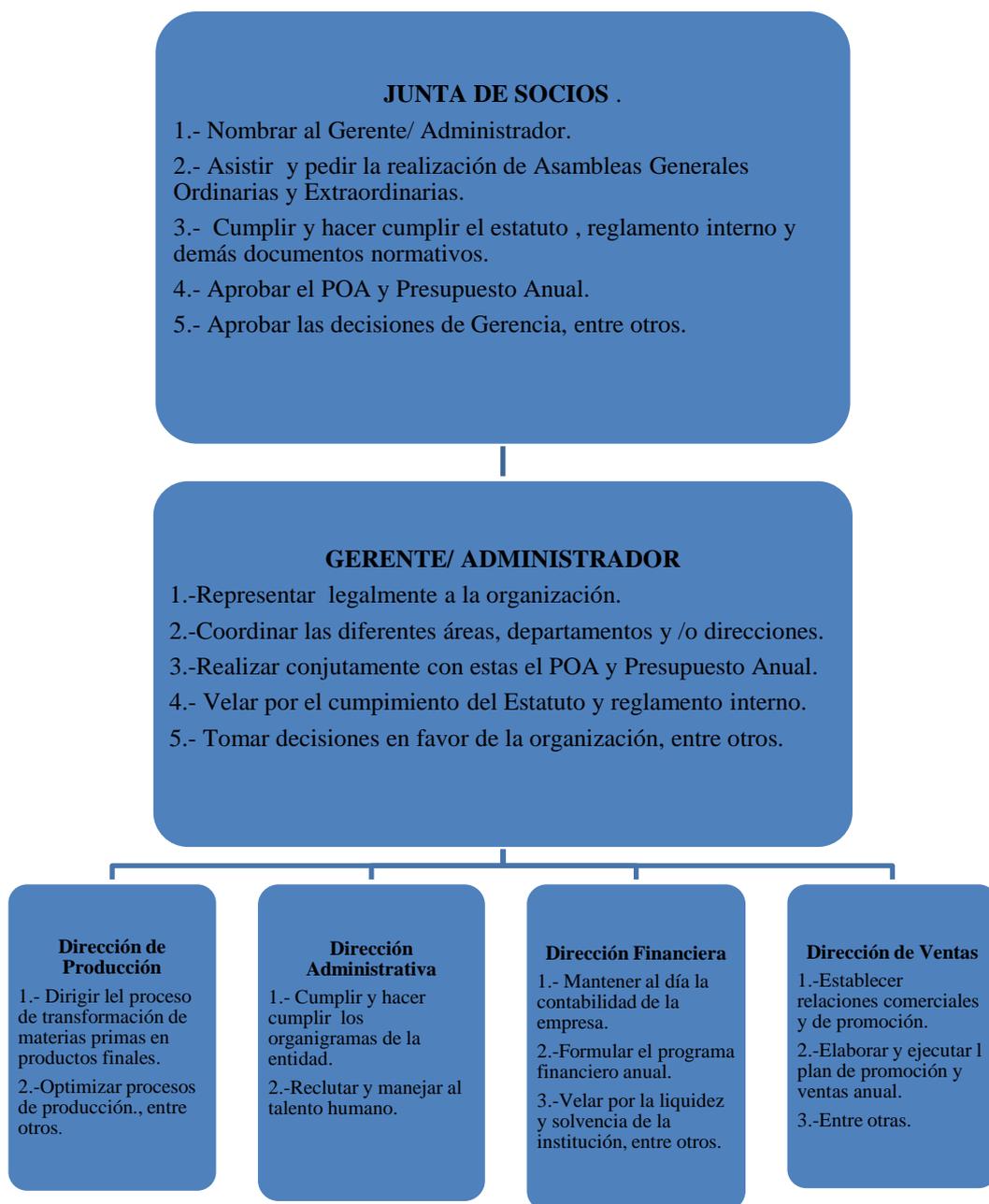


Gráfico 6.23: Organigrama Funcional
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Descripción y especificación de puestos

En este proceso se incluye todo lo relacionado al análisis de los diferentes cargos dentro de una empresa, para esto es necesario que se determinen y describan las aptitudes, requisitos y tareas que exige un puesto de trabajo, además del perfil que debe cumplir un profesional para ocuparlo.

El desarrollar un estudio de los puestos de trabajo facilita medir el desempeño de quienes los ocupan, así como proporcionar guías estratégicas a los empleados para corrección de errores y obtención de mejores rendimientos.

Por otro lado, realizar este análisis serán de mucha utilidad para el emprendedor en:

- La convocatoria, reclutamiento y selección del talento humano.
- La estimación de bonos, incentivos, compensaciones salariales, etc.
- La asignación de responsabilidades organizacionales.
- La planificación de capacitación para profesionales de acuerdo al cargo.
- La definición de indicadores para la evaluación del desempeño.

El emprendedor deberá ejecutar este ítem, de acuerdo a la descripción expuesta a continuación:

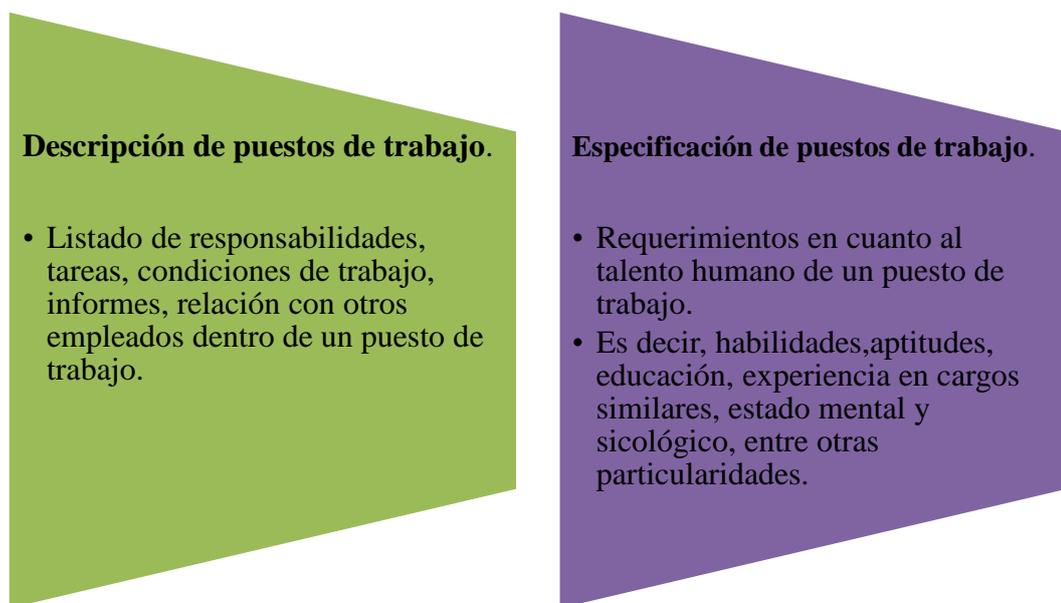


Gráfico 6.24: Descripción y especificación de puestos.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Tips para la elaboración de la descripción de un puesto de trabajo.

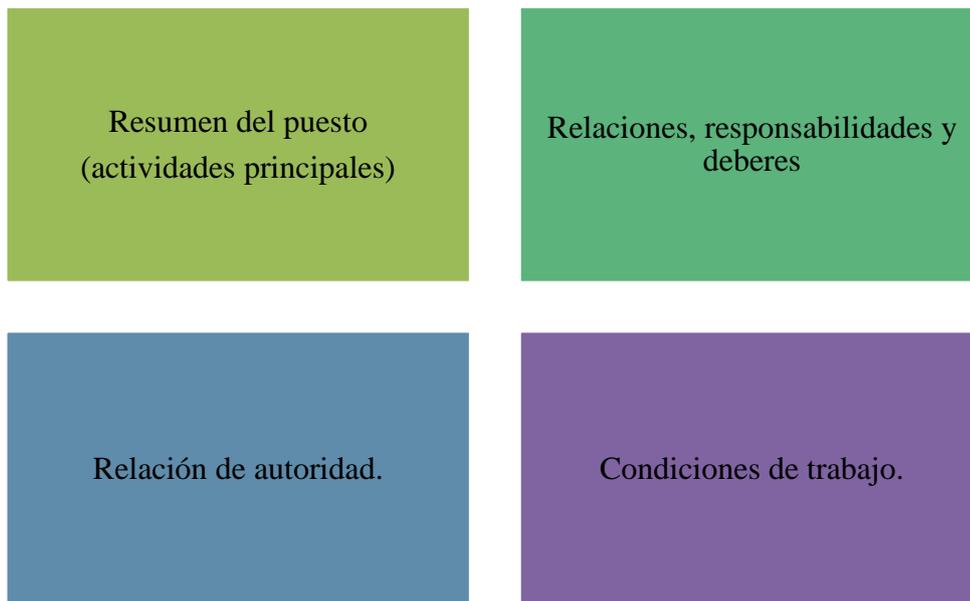


Gráfico 6.25: Tips para la elaboración de la descripción de un puesto de trabajo.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Tips para la recolección de información dentro de la especificación de puestos de trabajo.



Gráfico 6.26: Tips para la recolección de información dentro de la especificación de puestos.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Plantilla de personal.

Es una lista de todo el personal en las diferentes áreas que conforma una empresa, y hace referencia a los cargos u ocupaciones de cada uno de los empleados.

El objetivo es tener una visión clara de los individuos que laboran en la empresa para una mejor planeación, en relación a cuántos y qué tipo de personal se requiere para cubrir las demandas de crecimiento de la misma.

Datos de una plantilla:

- El nombre del puesto
- El nivel del mismo
- El área donde se ubica el puesto
- El total de personal, sea en el área o en la organización entera

Estudio Legal

Conforme a lo mencionado por Carlos Morales, *“El objetivo del estudio legal es determinar las implicaciones técnicas y económicas que se deriven de la normativa legal que regula la instalación y operación del proyecto”* (2010).

El estudio legal tiene como objetivo establecer la viabilidad de un emprendimiento en cuanto a cumplimiento de las normas que lo rigen de acuerdo a su naturaleza, en lo que se refiere a permisos, licencias, patentes, y legislación laboral.

Dentro de este estudio los emprendedores deben considerar dos áreas importantes:



Gráfico 6.27: Estudio Legal
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Viabilidad Legal

Es el análisis y estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas a la naturaleza del emprendimiento y de la actividad económica que desarrollará, las cuales pueden determinar la viabilidad legal del mismo.

Cuadro 6.14: Viabilidad Legal

DOCUMENTO LEGAL	DEFINICIÓN	REQUISITOS	TIPOS DE EMPRESAS	LINKS DE APOYO (MAYOR INFORMACIÓN, COSTOS)
Patente Bien o Servicio	Conjunto de atribuciones exclusivas otorgados por el gobierno a un inventor o a su cesionario, por un lapso de 20 años a cambio de la divulgación de una invención.	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de antecedentes del bien (cumpla con parámetros patentables). • Solicitud IEPI. Exámenes (patentabilidad, de fondo). • Documentos varios (naturaleza del emprendimiento). 	Las empresas que pueden patentar sus productos, son las que elaboren bienes nuevos (novedad), que tengan nivel inventivo y puedan ser aplicadas a nivel industrial.	http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/
Patente Municipal (Ambato)	El GAD Municipalidad de Ambato establece la patente municipal, que es un documento obligatorio para ejercer un negocio en Ambato, y su pago es anual.	<ul style="list-style-type: none"> • Original y copia de la cédula de ciudadanía • Original y copia del certificado de votación • Declaración del Impuesto a la Renta y/ o Balances Financieros • Copia del R.U.C. quienes ya poseen • Copia de contrato de arrendamiento • Calificación Artesanal (para quienes son Artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano) • Autorización de ocupación de la vía pública, para quienes corresponda • Para las personas jurídicas presentar copia de escritura de constitución y, nombramiento del representante legal • Documento de patente del año anterior 	Todas las personas que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales, domiciliadas o con establecimiento en el cantón Ambato	http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1549-patente-municipal-ambato
Permiso de Funcionamiento (Establecimientos comerciales y de servicios).	El permiso de funcionamiento, es un documento otorgado por el Ministerio de Salud Pública a los establecimientos sujetos de Control y Vigilancia Sanitaria, que cumplen con los requisitos determinados de acuerdo al tipo de establecimiento. Además, es necesario cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, y de acuerdo con los reglamentos correspondientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario. • Copia del registro único de contribuyentes (RUC). • Copia de la cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento. • Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda. • Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento. • Plano del establecimiento a escala 1:50. • Croquis de ubicación del establecimiento. • Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. • Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. 	<ul style="list-style-type: none"> • De servicios de salud públicos y privados. • Farmacéuticos. • De medicamentos homeopáticos. • De productos naturales de uso medicinal. • De cosméticos y productos higiénicos. • De atención veterinaria. • De alimentos. • Comerciales y de servicios. • Servicios de turismo. • Escenarios permanentes de espectáculos. • Servicios funerarios. • Estaciones para expendio de combustibles y lubricantes. • Estaciones de envasado y comercialización de gas doméstico e industrial. • Establecimiento de plaguicidas. • Establecimientos de productos veterinarios • Otros establecimientos sujetos a control sanitario descritos en el Ac. Ministerial No. 818 del 19 de diciembre del 2008. 	http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf
Permiso de Funcionamiento. (Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos de Ambato).	De acuerdo a lo manifestado por la Empresa Municipal Cuerpo de Bomberos, es requisito a obtenerse por los emprendedores, previo el funcionamiento de su establecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> • Copia del RUC. • Copia del Permiso del año anterior (para verificación). • Informe de Inspección, elaborado por el personal autorizado del Departamento de Prevención de la EMBA-EP. • Para centros de abastecimiento, embajadoras, centros de acopio y depósitos de distribución de GLP el permiso de la DNH, del año inmediato anterior. 	Para todo tipo de locales	http://www.bomberosmunicipalesdeambato.com/pagina.php?id=3

		<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud dirigida al Gerente General de la EMBA-EP, en la que se indique el área total de construcción, números de pisos, dirección y demás datos generales del proyecto. • Copia de planos hidrosanitarios aprobados por EP-EMAPA- A • Dos juegos de copias de los planos del Proyecto donde conste el conjunto de instalaciones del sistema de prevención y control de incendios • Memoria técnica del o los sistemas de prevención y control de incendios con la firma del profesional responsable. • Isometría del sistema contra incendios. • Copia de la carta de pago del impuesto predial del año presente. 	<p>Para aprobación de planos (construcción de planta)</p>	
--	--	---	---	--

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Constitución y formalización de la empresa.

Tipos de Compañías existentes en Ecuador:

El siguiente cuadro muestra los diferentes tipos de compañías que existen en el país. En función de las características básicas mostradas (número de socios, capital mínimo, etc), el emprendedor deberá establecer cuál es la más viable para su proyecto.

Cuadro 6.15: Tipos de compañías en el Ecuador.

TIPO DE COMPAÑÍA /SOCIEDAD	DEFINICIÓN	REQUISITOS	CAPITAL INICIAL	RESPONSABILIDA DE LOS SOCIOS	OBSERVACIONES
En nombre colectivo.	Es un forma de compañía caracterizada por la confianza entre los socios.	<ul style="list-style-type: none"> • Conformarse por 2 o más personas. • Escritura Pública aprobada por un juez de lo Civil. • El nombre debe ser una razón social. 	<ul style="list-style-type: none"> • La Ley no exige un mínimo de capital inicial. • Los aportes de capital no están representadas por títulos negociables. 	Los socios deben hacer frente a las obligaciones de forma SOLIDARIA E ILIMITADA.	No rinde cuentas a la superintendencia de compañías.
En comandita simple y dividida por acciones.	Posee dos clases de socios: Comanditados y Comanditarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Se constituye de la igual manera que una en nombre colectivo. • Existe amparada en una razón social que se encuentra compuesta por el nombre de uno o varios de los socios comanditados añadiéndose las palabras "Compañía en comandita". 	-No existe un mínimo de capital fundacional	Se constituye con uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables (comanditados) y uno o más socios suministradores de fondos (comanditarios), cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.	No rinde cuentas a la superintendencia de compañías.
De responsabilidad limitada;	Es una compañía cuyo capital se encuentra dividido en varias acciones factibles de negociar.	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2 personas y máximo 15. • Reserva de nombre en la Superintendencia de compañías. • Solicitud de aprobación escritura (3 copias certificadas). 	•Capital mínimo de 400 dólares.	Los socios responden sólo por las obligaciones sociales hasta por el valor de sus inversiones individuales.	Sujeta a la superintendencia de compañías.
Anónima	Es una compañía cuyo capital se encuentra dividido en varias acciones factibles de negociar.	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo dos socios y máximo ilimitado. 	•Capital mínimo 800 dólares.	Sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones.	Sujeta a la superintendencia de compañías.
De economía mixta.	Este tipo de compañías lo conforman instituciones públicas y privadas.	<ul style="list-style-type: none"> • No existe un número determinado de socios. 	• El presidente del directorio es el que tenga el 51% de capital.		Sujeta a la superintendencia de compañías.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Cuadro 6.16: Tipos de Organizaciones EPS en el Ecuador.

ORGANIZACIÓN EPS.	DEFINICIÓN	REQUISITOS	CAPITAL INICIAL	OBSERVACIONES
Organizaciones Comunitarias	<i>“Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y el consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Al menos 10 socios fundadores. • Solicitud a SEPS. • Acta constitutiva. • Copia de Cédula representante provisional. 	N/D	Regulado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
Asociaciones	<i>“Conformada por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de constitución. • Reserva de denominación. • Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores. • Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial. • Estatuto social, en dos ejemplares. • Certificado de depósito del aporte del capital. 	Tres salarios mínimos vitales.	Regulado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.
Cooperativas	<i>“Sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social”.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio técnico, económico y financiero • Declaración simple efectuada y firmada por los socios de no encontrarse incursos en impedimento para pertenecer a la cooperativa; y, • Informe favorable de autoridad competente. 	Cuatro salarios mínimos vitales.	Regulado por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Fuente: Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. 2012

E. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

La finalidad del estudio Económico-Financiero es determinar:

- Costos y gastos monetarios del emprendimiento.
- Posibles beneficios de la actividad productiva. (retorno-rentabilidad).

Para realizar este estudio, el emprendedor deberá considerar la información recopilada en los capítulos anteriores, de manera especial en el Estudio de Mercado y el Estudio Técnico. Para esto se debe trasladar todos los datos recogidos a unidades monetarias, a manera de que puedan ser comparables entre sí.

Por otro lado, el estudio económico-financiero condescenderá establecer si el emprendimiento poseerá un grado de liquidez aceptable durante un periodo de tiempo determinado, el cual le permita hacer frente a todos los egresos tanto operacionales como no operacionales.

Conceptos básicos:

Conceptos contables:

Activos.-Hace referencia a todos los bienes y derechos que le pertenecen a la organización empresarial, mismos que pueden convertirse en dinero líquido en un periodo determinado de tiempo.

Activos fijos operativos.- Forman parte del proceso productivo de una empresa. Por lo general poseen una larga vida útil. Ejemplos: edificio, planta, instalaciones, equipos y maquinarias, entre otros.

Activos fijos de Administración y Ventas.- No forman parte del proceso de producción de manera directa. Ejemplos: Construcciones para dirección de administración y ventas, puntos de venta, vehículos para la distribución y comercialización, etc.

Activos diferidos.-Este tipo de activos no son tangibles y se deben amortizar en los estados financieros. Son necesarios para poder ejecutar el emprendimiento y poner en marcha la empresa. Ejemplos: Gastos de constitución, promoción y mercadeo pre-operacional, permisos, licencias y patentes, entre otros.

Pasivos.- Corresponde a las obligaciones (monetarios, de bienes o servicios) que posee una empresa con terceros (instituciones financieras, proveedores, clientes, SRI etc).

Pasivo corriente.-Está integrado por aquellas deudas de la empresa, cuyo vencimiento es en el plazo de un año o del ciclo financiero.

Pasivo no corriente.-Corresponde a las obligaciones (deudas) a cargo de la organización, que vencen en un plazo mayor a un año o a un ciclo financiero.

Patrimonio.-Está integrado por todos los recursos que posee una empresa para poder desempeñar sus objetivos, los cuales que han sido aportados por fuentes internas de la organización (dueños o propietarios, socios o accionistas, etc.).

Costos.- Son todos los valores monetarios en los que es necesario invertir para poder producir un bien o servicio.

Costos de Producción.- Son aquellos costos que se añaden en los bienes producidos y se capitalizan dentro de ellos en los inventarios.

Los costos de producción engloban a:

- Materiales Directos
- Mano de Obra Directa
- Costos Generales / Indirectos e Fabricación

Gastos.-Los gastos son egresos o salidas de efectivo que la empresa debe de realizar para poder llevar a cabo sus labores diarias.

Gastos de Administración y Gastos de Venta.- Contrariamente a los costos, no se capitalizan sino que se gastan en el período en el cual se incurren, en todo lo relacionado a las direcciones de administración y ventas.

Período de proyección.- Se lo determina en función de la vida útil del principal activo necesario para la producción.

Plan de Inversiones.- Matriz de análisis que contiene los activos tanto fijos (operativos y de administración), como diferidos y el capital de trabajo (requerimientos de caja para el proceso productivo).

Factor Caja.- Hace referencia al período de días existentes entre los desembolsos (egresos) realizados para el abastecimiento de insumos (materias primas), y los ingresos generados por ventas en una empresa.

Capital de Trabajo.- Corresponde a los requerimientos de caja que son indispensables para poder realizar el proceso productivo, y además poder otorgar (de acuerdo a la naturaleza del emprendimiento), crédito a los clientes.

Proceso del Estudio Económico-Financiero:



Gráfico 6.28: Proceso Estudio Económico Financiero.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Desarrollo del Estudio Económico-Financiero:

1.-Establecimiento de la

Demanda.

Es necesario que el emprendedor traslade al manual de Excel los datos obtenidos en el Estudio de Mercado. La demanda proyectada se constituye como las ventas en unidades de los productos.

Cuadro 6.17. Demanda Proyectada (Unidades).

AÑOS	1	2	3	4	5 (normal)
Producto 1					
Producción bruta por período	Ventas proyectadas para el AÑO 1. (Estudio de Mercado).	Ventas proyectadas para el AÑO 2. (Estudio de Mercado).	Ventas proyectadas para el AÑO 3. (Estudio de Mercado).	Ventas proyectadas para el AÑO 4. (Estudio de Mercado).	Ventas proyectadas para el AÑO n. (Estudio de Mercado).
Producción neta total	Producción bruta AÑO 1 * % de desperdicio asignado.	Producción bruta AÑO 2 * % de desperdicio asignado	Producción bruta AÑO 3 * % de desperdicio asignado	Producción bruta AÑO 4 * % de desperdicio asignado	Producción bruta AÑO n * % de desperdicio asignado
Precios mercado local	Precio estimado del producto en el mercado nacional. (Se obtiene en base al Estudio de Mercado). Es recomendable que se mantenga constante durante los años proyectados.				
Ventas mercado local	Producción neta AÑO 1 * Precio de Venta Mercado Local.	Producción neta AÑO 2 * Precio de Venta Mercado Local.	Producción neta AÑO 3 * Precio de Venta Mercado Local.	Producción neta AÑO 4 * Precio de Venta Mercado Local.	Producción neta AÑO n * Precio de Venta Mercado Local.
Precios mercado internacional	Precio estimado del producto en el mercado internacional al que se pretenda exportar. (Se obtiene en base al Estudio de Mercado). Es recomendable que se mantenga constante durante los años proyectados.				
Ventas mercado internacional	Producción neta AÑO 1 * Precio de Venta Mercado Internacional.	Producción neta AÑO 2 * Precio de Venta Mercado Internacional.	Producción neta AÑO 3 * Precio de Venta Mercado Internacional.	Producción neta AÑO 4 * Precio de Venta Mercado Internacional.	Producción neta AÑO n * Precio de Venta Mercado Internacional.
<u>SUBTOTAL ESTIMADO DE VENTAS PRODUCTO 1</u>	<u>V. M Local + V. M. Internacional (AÑO 1)</u>	<u>V. M Local + V. M. Internacional (AÑO 2)</u>	<u>V. M Local + V. M. Internacional (AÑO 3)</u>	<u>V. M Local + V. M. Internacional (AÑO 4)</u>	<u>V. M Local + V. M. Internacional (AÑO n)</u>
TOTAL ESTIMADO POR VENTAS	V Producto 1 + V Producto 2 + Producto n.	V Producto 1 + V Producto 2 + Producto n.	V Producto 1 + V Producto 2 + Producto n.	V Producto 1 + V Producto 2 + Producto n.	V Producto 1 + V Producto 2 + Producto n.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

El cálculo de las ventas proyectadas se lo debe realizar para los productos que haya arrojado el Estudio de Mercado, es por eso que el Total de Ventas involucra la sumatoria de los productos establecidos, luego de realizado el cálculo individual en el Mercado Nacional e Internacional (sí este existiese).

2. -Ciclo de Caja del Proyecto.

El ciclo de caja permite establecer de manera adecuada el “Factor Caja”.

Para obtener el Factor Caja, es necesario que se consideren los siguientes parámetros:

- (+) Promedio de días de inventario de insumos
 - (+) Promedio de días de duración del proceso productivo
 - (+) Promedio de días de productos terminados
 - (+) Promedio de días de crédito a clientes
 - (-) Promedio de días de crédito de proveedores.
- = **Factor Caja**

El factor caja, indica que la empresa debe contar con liquidez suficiente para hacer frente a obligaciones por al menos ese número de días de producción obtenidos.

Se debe recalcar que el Factor Caja se lo realiza en base a la **Política de cobros, pagos y existencias** que vaya a manejar la empresa. Estos datos se los define en función de sugerencias de especialistas y comportamiento del mercado.

De la misma manera, contempla en días los siguientes aspectos:

- Factor Caja
- Crédito a clientes
- Crédito de proveedores
- Inventario de productos terminados
- Inventario de materias primas
- Inventario de materiales indirectos
- Período de amortización activos fijos (Años de vida útil activo principal producción).

Promedio Inventario de insumos = Promedio (Inventario de M. indirectos + Inventario de M. Primas).

3.- Capital de Trabajo

Para poder establecer el Capital de Trabajo que se requerirá, el emprendedor debe considerar que existe:

Capital de Trabajo Operativo.-Comprende el dinero necesario para los pagos correspondientes a los procesos de producción en la etapa inicial.

Capital de Trabajo de administración y ventas.- Corresponde al dinero necesario para los requerimientos de administración y ventas en la fase inicial.

El Capital de Trabajo, se refleja en un cuadro que contiene los elementos detallados a continuación:

Cuadro 6.18: Capital de Trabajo

FACTOR CAJA (número de días establecidos)	VALOR
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO (Del primer año de producción).	Total de inversión en:
<ul style="list-style-type: none"> • Materiales Directos (Forman parte misma del producto) 	XXX, xx
<ul style="list-style-type: none"> • Materiales Indirectos (Empaque, embalaje, etc.) 	XXX, xx
<ul style="list-style-type: none"> • Suministros y Servicios (Energía eléctrica, agua, combustible, etc.) 	XXX, xx
<ul style="list-style-type: none"> • Mano de Obra Directa (Operarios) 	XXX, xx
<ul style="list-style-type: none"> • Mano de Obra Indirecta (Supervisores) 	XXX, xx
<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento y seguros (Primas) 	XXX, xx
<ul style="list-style-type: none"> • Otros costos indirectos 	XXX, xx
<u>SUBTOTAL</u>	<u>Σ C.T.O</u>
Requerimiento diario	Subtotal /360 días
Requerimiento ciclo de caja	Requerimiento diario* factor caja.
Inventario Inicial de Materias Primas	Por definirse, luego del cálculo de Costos.
<u>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO</u>	Inv. M. Prima + Req. Ciclo de Caja

CAPITAL DE TRABAJO DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS (Del primer año de producción)	
• Gastos Administrativos que representan desembolso (Remuneraciones, auditorías externas, honorarios, etc).	XXX, xx
• Gastos de Ventas que representan desembolso. (Remuneraciones, movilización, viáticos, comisiones, etc).	XXX, xx
<u>SUBTOTAL</u>	<u>Σ C.T.A.V</u>
Requerimiento diario	Subtotal /360 días
<u>TOTAL Capital de Trabajo Administración y Ventas</u>	Requerimiento diario* factor caja.
<u>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</u>	<u>Σ CTO+CTAV</u>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Nota Importante:

En un primer momento se elabora la plantilla del Capital de Trabajo. Sin embargo se la puede desarrollar únicamente cuando se concluya con la estructuración del Estado de Pérdidas y Ganancias, puesto que es cuando se han realizado todos los cálculos de Costos y Gastos del proyecto.

4.- Plan de Inversiones

El plan de inversiones contendrá lo indicado en el cuadro mostrado:

Cuadro 6.19: Plan de Inversiones.

RUBRO	VALOR
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS (Lo constituyen los bienes tangibles cuya vida es superior a un periodo operacional, además se incorporan contablemente al producto por medio de la depreciación (a excepción de los terrenos, son parte misma del proceso de producción))	
• Terreno	XXX, xx
• Construcción (planta, fábrica, galpones, etc)	XXX, xx
• Maquinaria	XXX, xx
• Muebles y enseres (escritorios, sillas, mesas, etc)	XXX, xx
• Equipos de acuerdo al giro del negocio (de computo, etc)	XXX, xx
• Vehículo	XXX, xx
ACTIVOS FIJOS ADMINISTRACIÓN (Corresponden a todos los bienes a utilizarse en el departamento administrativo de la organización)	
• Muebles y enseres administración (escritorios, sillas, mesas, etc)	XXX, xx
• Equipos oficina (Computadores, impresoras, copiadoras, etc).	XXX, xx
<u>SUBTOTAL</u>	<u>A. F. O + A.F.A</u>
ACTIVOS DIFERIDOS (Son intangibles, susceptibles de amortización, adquiridos por los servicios o derechos básicos para la puesta en marcha del proyecto)	
• Gastos de Constitución.	XXX, xx
• Gastos Preoperativos (En este punto se encuentran: gastos de constitución, capacitación preoperacional, pruebas de maquinarias, etc.)	XXX, xx
• Intereses Preoperativos (Se originan de créditos otorgados antes del inicio de actividades operacionales.) El valor se establece, luego de realizar la tabla de amortización del posible crédito	XXX, xx
• Imprevistos Es un porcentaje (alrededor del 5% de los activos diferidos), destinado a gastos que pudieran presentarse en el desarrollo del proyecto.	XXX, xx
<u>SUBTOTAL</u>	<u>Σ AD</u>
CAPITAL DE TRABAJO (Combustible del proceso productivo de las empresas)	
• Capital de trabajo operativo (Costos del período de producción que implican salida de efectivo).	El valor se define luego de desarrollar el cuadro detalle del Capital de Trabajo.
• Capital de trabajo de Administración y Ventas. (Gastos del período de producción utilizados en Administración que implican salida de efectivo.)	El valor se define luego de desarrollar el cuadro detalle del Capital de Trabajo
<u>SUBTOTAL</u>	<u>CTO+CTAV</u>
INVERSIÓN TOTAL	<u>Σ</u> <u>SUBTOTALES</u>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Determinación de los activos diferidos:

Para realizar el cálculo de los Activos Diferidos, el emprendedor debe en un inicio establecer los valores estimados correspondientes a los Gastos Preoperativos, basándose en la siguiente tabla:

Cuadro 6.20: Gastos Preoperativos.

GASTOS PREOPERATIVOS	
Gastos que representan desembolso:	
Gastos de Constitución	Valor a cancelar al profesional en derecho, escritura pública, patentes, licencias, permisos, entre otros requerimientos para la constitución de la empresa.
Gastos de oficina	Materiales utilizados antes de las operaciones: impresiones, esferos, carpetas, sobres, teléfono, etc.
Mantenimiento y seguros	De existir una póliza de seguros pagada antes del inicio de las operaciones. (Oficina y /o planta).
Imprevistos X %	% (Entre el 1 y 5) de la sumatoria de los anteriores rubros.
<u>SUBTOTAL</u>	<u>Σ G PRE. O.</u>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Seguidamente, se desarrollará el siguiente cuadro:

Cuadro 6.21. Activos Diferidos.

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos Preoperativos	Sumatoria del Rubro ya estimado.
Intereses Preoperativos	De existir financiamiento de instituciones crediticias, y empezar a pagarlo antes del inicio de la producción.
Imprevistos X%	% (Entre el 1 y 5) de la sumatoria de los anteriores rubros.
SUBTOTAL	Σ ACTIVOS DIFERIDOS

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

5.- Costos y Gastos. (Estudio Técnico y de Mercado).

Previo al cálculo de los costos y gastos del emprendimiento, es pertinente realizar un análisis de los activos tanto operativos como de administración que se adquirirán. Para esto es necesario revisar el Plan de Inversiones expuesto en el punto anterior.

Se sugiere realizar el análisis de la siguiente manera:

Cuadro 6.22. Condiciones de los Activos Fijos.

CONDICIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	Vida útil	% Inversión en Mantenimiento	% Inversión en Seguros
Activos fijos operativos			
Terreno	n/a	n/a	n/a
Construcción	20 años	3%	5%
Maquinaria	10 años	5%	5%
Activos fijos administración			
Muebles y enseres administración	5 años	5%	n/a
Equipos oficina	5 años	5%	3%

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

- Los años de vida útil de los activos inmuebles como muebles, van en función de un análisis técnico. Sin embargo, existe una determinación estándar que explica lo siguiente:

Cuadro 6.23: Porcentajes de Depreciación de Activos Fijos.

ACTIVO FIJO	Anual	Depreciación total en
Edificios (sin terreno)	5%	20 años.
Muebles y enseres	10%	10 años
Maquinaria y equipo	10%	10 años
Vehículos	20%	5 años

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

- Los porcentajes asignados para inversión en Mantenimiento de los Equipos, se obtienen de los precios referenciales del mercado para este rubro. El técnico los debe estimar.
- Los porcentajes asignados para inversión, deben ir en función de las primas ofertadas por las aseguradoras, de acuerdo a cada activo.

Como se observa los terrenos, no sufren depreciación, al contrario su valor se aprecia a lo largo del tiempo.

De manera seguida, es necesario que se realicen los cálculos tanto de depreciaciones como de seguros de los activos, clasificándoles en costos y en gastos:

Cuadro 6.24: Cálculo depreciaciones, mantenimiento y seguros AF.

	INVERSIONES					
	V.UTIL	MANTENI	SEGURO	DEPREC.	MANT.	SEGUROS
	L	M.	S			
	AÑOS	%	%	\$		
COSTO DE PRODUCCION:						
Terreno	n/a	n/a	n/a	No sufre depreciación	No necesita mantenimiento.	No requiere seguro (del bien en sí)
Construcción	20	3%	5%	Valor del Bien / Años de Vida Útil	Valor del bien * % establecido.	Valor del Bien * % de Prima
Maquinaria	10	3%	5%	Valor del Bien / Años de Vida Útil	Valor del bien * % establecido.	Valor del Bien * % de Prima
Subtotal				Σ Deprecia CP.	Σ Mant CP.	Σ Seg CP.
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS:						
Muebles y enseres admini.	5	5%		Valor del Bien / Años de Vida Útil	Valor del bien * % establecido.	Valor del Bien * % de Prima
Equipos oficina	5	5%	3%	Valor del Bien / Años de Vida Útil	Valor del bien * % establecido.	Valor del Bien * % de Prima

Subtotal	Σ Deprecia GAV.	Σ Mant GAV.	Σ Seg GAV
TOTAL	Σ SUBT 1 + SUBT 2	Σ SUBT 1 + SUBT 2	Σ SUBT 1 + SUBT 2

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Costos

Materias Primas

Para calcular, ordenar y plasmar las inversiones que se realizan por concepto de adquisición de Materias Primas, se sugiere que el emprendedor desarrolle el cuadro detallado a continuación:

Cuadro 6.25: Cálculo Materias Primas.

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO POR PRODUCTO	VOLUMEN MATERIAS PRIMAS (USD monetario)				
					1	2	3	4	5(normal)
PRODUCTO "X"									
Material 1	litros	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material 1
Material 2	gramos	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material 2
Material 3	paquetes	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material 3
Material n	rollos, etc	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material n
TOTAL				Σ	Σ	Σ	Σ	Σ	Σ

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Materiales Indirectos

Cuadro 6.26: Cálculo de Materiales Indirectos.

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO POR PRODUCTO	VOLUMEN MATERIALES INDIRECTOS (USD monetario)				
					1	2	3	4	5(normal)
PRODUCTO "X"									
Material 1	litros	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material 1	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material 1
Material 2	gramos	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material 2	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material 2
Material 3	paquetes	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material 3	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material 3
Material n	rollos, etc	XX, xx	Cantidad necesaria para un ejemplar del producto.	Costo Unitario * Cantidad	Volumen de Ventas Año 1 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año 2 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año 3 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año 4 (unidades) *Costo por Producto Material n	Volumen de Ventas Año n (unidades) *Costo por Producto Material n
TOTAL				Σ	Σ	Σ	Σ	Σ	Σ

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Suministros

Cuadro 6.27. Suministros.

Detalle	Unidad	Precio	AÑOS				
			1	2	3	4	5 (n)
Energía eléctrica	consumo-mes	Valor estimado a pagar mensualmente por el suministro. (Calculado por análisis técnico).	Valor mensual (c/suministro) * 12				
Agua	consumo-mes						
Teléfono	consumo-mes						
Internet, oros	consumo-mes						

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Mano de obra directa:

Cuadro 6.28. Cálculo Mano de obra directa.

PRODUCTO X	DETALLE	SALARIO	SALARIO ANUAL (12MESES)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO (SALARIO BÁSICO)	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS	FONDOS DE RESERVA (8,33% DEL SALARIO)	NÚMERO	TOTAL MANO DE OBRA ANUAL
Año 1	Descripción de obreros (cargos, en relación al proceso, etc)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 12		# Obreros (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 1
Año 2	Descripción de obreros (cargos, en relación al proceso, etc)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 13	8,33 % del Salario *12	# Obreros (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 2
Año 3	Descripción de obreros (cargos, en relación al proceso, etc)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 14	8,33 % del Salario *13	# Obreros (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 3
Año 4	Descripción de obreros (cargos, en relación al proceso, etc)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 15	8,33 % del Salario *14	# Obreros (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 4
Año n (normal)	Descripción de obreros (cargos, en relación al proceso, etc)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 16	8,33 % del Salario *15	# Obreros (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO n

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Mano de Obra Indirecta .Personal de Ventas

Cuadro 6.29: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Ventas)

PRODUCTO X	DETALLE	SALARIO	SALARIO ANUAL (12MESES)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO (SALARIO BÁSICO)	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS	FONDOS DE RESERVA (8,33% DEL SALARIO)	NÚMERO	TOTAL MANO DE OBRA ANUAL
Año 1	Vendedores	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 12		# Vendedores (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 1
Año 2	Vendedores	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 13	8,33 % del Salario *12	# Vendedores (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 2
Año 3	Vendedores	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 14	8,33 % del Salario *13	# Vendedores (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 3
Año 4	Vendedores	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 15	8,33 % del Salario *14	# Vendedores (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 4
Año n (normal)	Vendedores	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 16	8,33 % del Salario *15	# Vendedores (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO n

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Personal Administrativo (Nivel asistencial)

Cuadro 6.30: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Administrativo-Nivel Asistencial).

PRODUCTO X	DETALLE	SALARIO	SALARIO ANUAL (12MESES)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO (SALARIO BÁSICO)	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS	FONDOS DE RESERVA (8,33% DEL SALARIO)	NÚMERO	TOTAL MANO DE OBRA ANUAL
Año 1	Secretarias, Asistentes, etc. (mismo rango)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 12		# Empleados Administrativos (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 1
Año 2	Secretarias, Asistentes, etc. (mismo rango)	Igual o superior al Mfínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 13	8,33 % del Salario *12	# Empleados Administrativos (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 2
Año 3	Secretarias, Asistentes, etc. (mismo rango)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 14	8,33 % del Salario *13	# Empleados Administrativos (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 3
Año 4	Secretarias, Asistentes, etc. (mismo rango)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 15	8,33 % del Salario *14	# Empleados Administrativos (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 4
Año n (normal)	Secretarias, Asistentes, etc. (mismo rango)	Igual o superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 16	8,33 % del Salario *15	# Empleados Administrativos (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO n

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Personal Administrativo (Nivel Gerencial)

Cuadro 6.31: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Administrativo-Nivel Gerencial).

PRODUCTO X	DETALLE	SALARIO	SALARIO ANUAL (12MESES)	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO (SALARIO BÁSICO)	VACACIONES	APORTE PATRONAL IESS	FONDOS DE RESERVA (8,33% DEL SALARIO)	NÚMERO	TOTAL MANO DE OBRA ANUAL
Año 1	Funcionarios del Nivel Gerencial	Se recomienda un salario considerablemente superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 12		# Gerentes (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 1
Año 2	Funcionarios del Nivel Gerencial	Se recomienda un salario considerablemente superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 13	8,33 % del Salario *12	# Gerentes (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 2
Año 3	Funcionarios del Nivel Gerencial	Se recomienda un salario considerablemente superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 14	8,33 % del Salario *13	# Gerentes (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 3
Año 4	Funcionarios del Nivel Gerencial	Se recomienda un salario considerablemente superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 15	8,33 % del Salario *14	# Gerentes (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO 4
Año n (normal)	Funcionarios del Nivel Gerencial	Se recomienda un salario considerablemente superior al Mínimo Vital (2014= USD 340,00).	Salario * 12	Igual valor que el Salario asignado	Salario Mínimo Vital		11,15% del Salario * 16	8,33 % del Salario *15	# Gerentes (estimado por el técnico de acuerdo al volumen proyectado de ventas)	Σ (Salario Anual; Décimo Tercero; Décimo Cuarto; Vacaciones; Aporte IESS;F. Reserva) AÑO n

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Personal Administrativo (Contratos por Servicios Profesionales)

Cuadro 6. 32: Cálculo Mano de Obra Indirecta. (Personal de Administrativo-Contratos de Servicios Profesionales.).

	DETALLE	HONORARIOS POR SERVICIOS PROFESIONALES	IVA	HONORARIOS TOTALES AL AÑO (12 MESES)
Año 1	Contadora, Auditoría externa, consultor, etc.	Valor del honorarios por servicio profesionales	Valor + 12 %	Valor incluido IVA *12
Año 2	Contadora, Auditoría externa, consultor, etc.	Valor del honorarios por servicio profesionales	Valor + 12 %	Valor incluido IVA *12
Año 3	Contadora, Auditoría externa, consultor, etc.	Valor del honorarios por servicio profesionales	Valor + 12 %	Valor incluido IVA *12
Año 4	Contadora, Auditoría externa, consultor, etc.	Valor del honorarios por servicio profesionales	Valor + 12 %	Valor incluido IVA *12
Año 5	Contadora, Auditoría externa, consultor, etc.	Valor del honorarios por servicio profesionales	Valor + 12 %	Valor incluido IVA *12

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Gastos:

Cuadro 6.33: Cálculo de Gastos.

PERIODO (AÑOS)		1	2	3	4	5 (normal)
GASTOS DE ADMINISTRACION	% depreciación imputado	80 (% didáctico)	80	80	80	80
Gastos que representan desembolso:						
Remuneraciones		Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Administración". AÑO 1.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Administración". AÑO 2.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Administración". AÑO 3.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Administración". AÑO 4.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Administración". AÑO n.
Gastos de oficina		Valor estimado asignado para gastos de papelería, etc. AÑO 1.	Valor estimado asignado para gastos de papelería, etc. AÑO 2.	Valor estimado asignado para gastos de papelería, etc. AÑO 3.	Valor estimado asignado para gastos de papelería, etc. AÑO 4.	Valor estimado asignado para gastos de papelería, etc. AÑO n.
Arriendos de oficina		Valor estimado asignado para el arriendo de un local (punto de venta, oficina, etc), en caso de requerirlo. AÑO 1.	Valor estimado asignado para el arriendo de un local (punto de venta, oficina, etc), en caso de requerirlo. AÑO 2.	Valor estimado asignado para el arriendo de un local (punto de venta, oficina, etc), en caso de requerirlo. AÑO 3.	Valor estimado asignado para el arriendo de un local (punto de venta, oficina, etc), en caso de requerirlo. AÑO 4.	Valor estimado asignado para el arriendo de un local (punto de venta, oficina, etc), en caso de requerirlo. AÑO n.
Mantenimiento y seguros		Valor de Prima de seguro-Incendio, Robos, etc. (local de venta, oficina, etc) AÑO 1. No de la planta.	Valor de Prima de seguro-Incendio, Robos, etc. (local de venta, oficina, etc) AÑO 2. No de la planta.	Valor de Prima de seguro-Incendio, Robos, etc. (local de venta, oficina, etc) AÑO 3. No de la planta.	Valor de Prima de seguro-Incendio, Robos, etc. (local de venta, oficina, etc) AÑO 4. No de la planta.	Valor de Prima de seguro-Incendio, Robos, etc. (local de venta, oficina, etc) AÑO n. No de la planta.
Imprevistos	X %	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de Administración que representan desembolso. AÑO 1.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de Administración que representan desembolso. AÑO 2.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de Administración que representan desembolso. AÑO 3.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de Administración que representan desembolso. AÑO 4.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de Administración que representan desembolso. AÑO n.
<u>SUBTOTAL</u>		<u>Σ Gastos Administración (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (Desembolso)</u>
Gastos que no representan desembolso:						
Depreciaciones		(Subtotal de depreciación de Activos de Administración y Ventas) * % de depreciación imputado (80%). SE MANTIENE CONSTANTE DURANTE LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DE LOS ACTIVOS				
Amortizaciones		Gastos Preoperativos / Años de Amortización. SE MANTIENE CONSTANTE DURANTE LOS AÑOS DE AMORTIZACIÓN ESTABLECIDOS				
<u>SUBTOTAL</u>		<u>Σ Gastos Administración (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Administración (NO Desembolso)</u>
GASTOS DE VENTAS	% depreciación imputado	20 (% didáctico)	20	20	20	20

Gastos que representan desembolso:						
Remuneraciones		Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Ventas". AÑO 1.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Ventas". AÑO 2.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Ventas". AÑO 3.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Ventas". AÑO 4.	Sumatoria Mano de Obra indirecta, "Personal de Ventas". AÑO n.
Comisiones sobre ventas	X %	Porcentaje de comisión asignado * Ventas. AÑO 1	Porcentaje de comisión asignado * Ventas. AÑO 2	Porcentaje de comisión asignado * Ventas. AÑO 3	Porcentaje de comisión asignado * Ventas. AÑO 4	Porcentaje de comisión asignado * Ventas. AÑO n.
Publicidad		Valor anual destinado a publicidad (flyers, prensa escrita, radial y/o televisada, spots, etc). En función de estrategias de Promoción.	Valor anual destinado a publicidad (flyers, prensa escrita, radial y/o televisada, spots, etc). En función de estrategias de Promoción.	Valor anual destinado a publicidad (flyers, prensa escrita, radial y/o televisada, spots, etc). En función de estrategias de Promoción.	Valor anual destinado a publicidad (flyers, prensa escrita, radial y/o televisada, spots, etc). En función de estrategias de Promoción.	Valor anual destinado a publicidad (flyers, prensa escrita, radial y/o televisada, spots, etc). En función de estrategias de Promoción.
Otros		Valor estimado de Gastos de Ventas varios (papelería, etc). AÑO 1	Valor estimado de Gastos de Ventas varios (papelería, etc). AÑO 2	Valor estimado de Gastos de Ventas varios (papelería, etc). AÑO 3	Valor estimado de Gastos de Ventas varios (papelería, etc). AÑO 4	Valor estimado de Gastos de Ventas varios (papelería, etc). AÑO n.
Movilizaciones		Valor estimado designado a movilización de vendedores. AÑO 1.	Valor estimado designado a movilización de vendedores. AÑO 2.	Valor estimado designado a movilización de vendedores. AÑO 3.	Valor estimado designado a movilización de vendedores. AÑO 4.	Valor estimado designado a movilización de vendedores. AÑO n.
Imprevistos	X %	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de ventas que representan desembolso.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de ventas que representan desembolso.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de ventas que representan desembolso.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de ventas que representan desembolso.	Se asigna un % (De 1 a 5%), del subtotal de gastos de ventas que representan desembolso.
<u>SUBTOTAL</u>		<u>Σ Gastos Ventas. (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (Desembolso)</u>
Gastos que no representan desembolso:						
Depreciaciones		(Subtotal de depreciación de Activos de Administración y Ventas) * % de depreciación imputado (20%). SE MANTIENE CONSTANTE DURANTE LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DE LOS ACTIVOS				
<u>SUBTOTAL</u>		<u>Σ Gastos Ventas. (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (NO Desembolso)</u>	<u>Σ Gastos Ventas. (NO Desembolso)</u>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Gastos Financieros:

Corresponden a los intereses que se deben pagar en el caso de que se financie el proyecto mediante recursos provenientes de instituciones crediticias.

El valor a pagar por concepto de Gastos Financieros en cada período se obtiene de las tablas de Pagos del o los préstamos.

Las tablas de pagos de los préstamos pueden ser de dos tipos:

- Pagos en Cuotas Fijas.
- Pagos en Cuotas Variables (Decrecientes).

El emprendedor puede utilizar los cálculos mostrados a continuación:

Cuadro 6.34. Tabla de Pagos Cuota Decreciente.

TABLA DE PAGOS DEL PRESTAMO (Cuota decreciente)				
MONTO (USD MILES)		Valor del proyecto a financiarse por terceros (instituciones crediticia), establecido en el Plan de Inversiones		
PLAZO (AÑO)		Número de Años a los que se pretende hacer el préstamo		
PERIODO DE GRACIA (SEMESTRE)		De existir períodos de gracia para el pago otorgados por la institución financiera.		
TASA DE INTERES (ANUAL)		% Interés establecido por la institución financiera.		
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	Monto Inicial	Monto Principal 1 * % tasa de interés.	Monto Inicial / # períodos de plazo.	Interés 1 + Amortización 1
2	Monto Inicial - Amortización Año 1	Monto Principal 2 * % tasa de interés.	Monto Inicial / # períodos de plazo.	Interés 2 + Amortización 2
3	Monto Inicial - Amortización Año 2	Monto Principal 3 * % tasa de interés.	Monto Inicial / # períodos de plazo.	Interés 3 + Amortización 3
4	Monto Inicial - Amortización Año 3	Monto Principal 4 * % tasa de interés.	Monto Inicial / # períodos de plazo.	Interés 4 + Amortización 4
5	Monto Inicial - Amortización Año 4	Monto Principal 5 * % tasa de interés.	Monto Inicial / # períodos de plazo.	Interés 5 + Amortización 5
n	Monto Inicial - Amortización Año 9	Monto Principal n* % tasa de interés.	Monto Inicial / # períodos de plazo.	Interés n + Amortización n
TOTAL		Σ INTERES	Σ AMORTIZACIÓN	Σ INTERES + Σ AMORTIZACIÓN

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Cuadro 6.35: Tabla de Pagos Cuota Fija.

TABLA DE PAGOS DEL PRESTAMO (Cuota Fija)				
MONTO (USD MILES)		Valor del proyecto a financiarse por terceros (instituciones crediticia), establecido en el Plan de Inversiones		
PLAZO (AÑO)		Número de Años a los que se pretende hacer el préstamo		
PERIODO DE GRACIA (SEMESTRE)		De existir períodos de gracia para el pago otorgados por la institución financiera.		
TASA DE INTERES (ANUAL)		% Interés establecido por la institución financiera.		
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	Monto Inicial	Monto Principal 1 * % tasa de interés.	Cuota - Interés 1	$A = P \left[\frac{i((1+i)^n)}{((1+i)^n) - 1} \right]$
2	Monto Inicial - Amortización Año 1	Monto Principal 2 * % tasa de interés.	Cuota - Interés 2	
3	Monto Inicial - Amortización Año 2	Monto Principal 3 * % tasa de interés.	Cuota - Interés 3	
4	Monto Inicial - Amortización Año 3	Monto Principal 4 * % tasa de interés.	Cuota - Interés 4	
5	Monto Inicial - Amortización Año 4	Monto Principal 5 * % tasa de interés.	Cuota - Interés 5	
n	Monto Inicial - Amortización Año 9	Monto Principal n * % tasa de interés.	Cuota - Interés 6	
TOTAL		Σ INTERES	Σ AMORTIZACIÓN	Σ INTERES + Σ AMORTIZACIÓN

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Resumen de Costos y Gastos:

Con el objetivo de ordenar la información previamente calculada y para facilitar la estructuración del Estado Financiero de “Pérdidas y Ganancias”, el emprendedor debe compilar los datos de la siguiente manera:

Cuadro 6.36 .Resumen de Costos y Gastos.

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	
AÑO	Los períodos proyectados.
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN	
Mano de Obra Directa	Transcripción de los costos directos ya calculados.
Materiales Directos	
Imprevistos x%	
SUBTOTAL	
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN	
Costos que representan desembolso:	Transcripción de los costos indirectos ya calculados.
Mano de Obra Indirecta	
Materiales indirectos	
Suministros y Servicios	
Mantenimiento y Seguros	
Imprevistos x%	

<u>Subtotal</u>	
Costos que no representan desembolso: Depreciaciones	Depreciaciones calculadas de los activos involucrados en el proceso de producción.
Amortizaciones	Intereses preoperativos (de existirlos) + imprevistos de activos diferidos / # de años de amortización de activos.
<u>SUBTOTAL</u>	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Gastos que representan desembolso Remuneraciones	Transcripción de los Gastos de Administración ya calculados.
Gastos de oficina	
Arriendos de oficina	
Mantenimiento y seguros	
Imprevistos x%	
<u>Subtotal</u>	
Gastos que no representan desembolso Depreciaciones	% asignado de Depreciaciones calculadas para activos relacionados con la Administración.
Amortizaciones	Gastos de constitución / # de años de amortización de activos.
<u>SUBTOTAL</u>	
GASTOS DE VENTAS	
Gastos que representan desembolso: Remuneraciones	Transcripción de los Gastos de Administración ya calculados.
Comisiones	
Publicidad	
Otros	
Movilización	
Imprevistos x%	
<u>Subtotal</u>	
Gastos que no representan desembolso: Depreciaciones	% asignado de Depreciaciones calculadas para activos relacionados con las Ventas.
<u>Subtotal</u>	
GASTOS FINANCIEROS	Transcripción de Intereses calculados correspondientes al período. (Financiamiento instituciones crediticias).
<u>SUBTOTAL</u>	
GRAN TOTAL	<u>Σ CDP;CIP;GAD;GV;GF</u>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

6.- Estado de Pérdidas y Ganancias:

Para elaborar el Estado de Pérdidas y Ganancias, es necesario en un primer momento obtener el “COSTO DE VENTA”, para esto se recomienda desarrollar de manera previa las siguientes tablas:

Cuadro 6.37. Tablas auxiliares a los Estados Financieros.

AÑOS	Preoperac.	1	2	3	4	5 (normal)
RECUPERACION DE VENTAS						
Ventas	N/A	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 1.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 2.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 3.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 4.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO n.
Días de crédito a clientes	N/A	# de días establecidos de crédito a los clientes Política de Cobros y Pagos de la empresa.				
Cuentas por cobrar	N/A	Días de crédito a clientes * Ventas AÑO 1.	Días de crédito a clientes * Ventas AÑO 2.	Días de crédito a clientes * Ventas AÑO 3.	Días de crédito a clientes * Ventas AÑO 4.	Días de crédito a clientes * Ventas AÑO n.
Recuperación por ventas	N/A	(Ventas - Cuentas por Cobrar). AÑO 1	(Ventas - Cuentas por Cobrar). AÑO 2	(Ventas - Cuentas por Cobrar). AÑO 3	(Ventas - Cuentas por Cobrar). AÑO 4	(Ventas - Cuentas por Cobrar). AÑO n.
COSTO DE FABRICACION/PRODUCCION Y VENTAS						
Materias primas consumidas	N/A	Total de Materias Primas (Cuadro de Resumen de Costos y Gastos). AÑO 1.	Total de Materias Primas (Cuadro de Resumen de Costos y Gastos). AÑO 2.	Total de Materias Primas (Cuadro de Resumen de Costos y Gastos). AÑO 3.	Total de Materias Primas (Cuadro de Resumen de Costos y Gastos). AÑO 4.	Total de Materias Primas (Cuadro de Resumen de Costos y Gastos). AÑO n.
Mano/obra/directa+imprevistos (costos directos)	N/A	Mano de obra directa+imprevistos (costos directos). AÑO 1.	Mano de obra directa+imprevistos (costos directos). AÑO 2.	Mano de obra directa+imprevistos (costos directos). AÑO 3.	Mano de obra directa+imprevistos (costos directos). AÑO 4.	Mano de obra directa+imprevistos (costos directos). AÑO n.
Costos indirectos de fabricación	N/A	Total Costos Indirectos de Fabricación. AÑO 1.	Total Costos Indirectos de Fabricación. AÑO 2.	Total Costos Indirectos de Fabricación. AÑO 3.	Total Costos Indirectos de Fabricación. AÑO 4.	Total Costos Indirectos de Fabricación. AÑO n.
TOTAL COSTO DE FABRICACION	N/A	(Σ COSTOS DE FABRICACIÓN) AÑO 1	(Σ COSTOS DE FABRICACIÓN) AÑO 2	(Σ COSTOS DE FABRICACIÓN) AÑO 3	(Σ COSTOS DE FABRICACIÓN) AÑO 4	(Σ COSTOS DE FABRICACIÓN) AÑO n
(+) inventario inicial de productos en proceso	N/A	Se establece un valor, si entre un periodo fiscal y otro, existen productos que se encuentran en proceso. El inventario final de un año, constituye el inicial del siguiente.				
(-) inventario final de productos en proceso	N/A					
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	N/A	(COSTOS DE FABRICACIÓN - Inv. Inicial de Prod en proceso- Inv. Final de Prod en proceso.) AÑO 1.	(COSTOS DE FABRICACIÓN - Inv. Inicial de Prod en proceso- Inv. Final de Prod en proceso.) AÑO 2.	(COSTOS DE FABRICACIÓN - Inv. Inicial de Prod en proceso- Inv. Final de Prod en proceso.) AÑO 3.	(COSTOS DE FABRICACIÓN - Inv. Inicial de Prod en proceso- Inv. Final de Prod en proceso.) AÑO 4.	(COSTOS DE FABRICACIÓN - Inv. Inicial de Prod en proceso- Inv. Final de Prod en proceso.) AÑO n.
(+) inventario inicial de productos terminados	N/A	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 1.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 2.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 3.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 4.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO n.
(-) inventario final de productos terminados	N/A	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 1.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 2.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 3.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO 4.	Valor del rubro calculado en el Programa de Producción. AÑO n.
TOTAL COSTO DE VENTAS	N/A	(COSTO DE PRODUCCIÓN + Inv. Inicial Prod Terminados - Inv. Final Prod Terminados.) AÑO 1	(COSTO DE PRODUCCIÓN + Inv. Inicial Prod Terminados - Inv. Final Prod Terminados.) AÑO 2	(COSTO DE PRODUCCIÓN + Inv. Inicial Prod Terminados - Inv. Final Prod Terminados.) AÑO 3	(COSTO DE PRODUCCIÓN + Inv. Inicial Prod Terminados - Inv. Final Prod Terminados.) AÑO 4	(COSTO DE PRODUCCIÓN + Inv. Inicial Prod Terminados - Inv. Final Prod Terminados.) AÑO n.
INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS						
Inventario inicial materias primas	0,00	Inventario Final de Materias Primas Año anterior.	Inventario Final de Materias Primas Año anterior.	Inventario Final de Materias Primas Año anterior.	Inventario Final de Materias Primas Año anterior.	Inventario Final de Materias Primas Año anterior.
(+) Compras	(Materias Primas consumidas AÑO 1 / 360) * Política de Inventario de M. Primas.	(Consumo Año 2 /360* # de días Política de Inventarios de Materia Prima)+((Consumo Año 1/360)* (360- # días de Política de Inventarios de	(Consumo Año 3 /360* # de días Política de Inventarios de Materia Prima)+((Consumo Año 2/360)* (360- # días de Política de Inventarios de	(Consumo Año 4 /360* # de días Política de Inventarios de Materia Prima)+((Consumo Año 3/360)* (360- # días de Política de Inventarios de	(Consumo Año n /360* # de días Política de Inventarios de Materia Prima)+((Consumo Año 4/360)* (360- # días de Política de Inventarios de	(Consumo Año n /360* # de días Política de Inventarios de Materia Prima)+((Consumo Año n/360)* (360- # días de Política de Inventarios de

		Materia Prima)				
(-) Consumo	0,00	Materias Primas Consumidas en AÑO 1.	Materias Primas Consumidas en AÑO 2.	Materias Primas Consumidas en AÑO 3.	Materias Primas Consumidas en AÑO 4.	Materias Primas Consumidas en AÑO n.
Inventario final de materias primas	INV. INICIAL MP+ COMPRAS - CONSUMO. AÑO 0.	INV. INICIAL MP+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 1.	INV. INICIAL MP+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 2.	INV. INICIAL MP+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 3.	INV. INICIAL MP+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 4.	INV. INICIAL MP+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO n.
INVENTARIOS MATERIALES INDIRECTOS						
Inventario inicial materiales	0,00	Inventario Final de Materiales Indirectos Año anterior.				
(+) Compras	(Materias Primas consumidas AÑO 1 / 360) * Política de Inventario de M. Indirectos.	Consumo Año 1 /360*(360 - # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos)+(Consumo Año 2/360* # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos).	Consumo Año 2 /360*(360 - # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos)+(Consumo Año 3/360* # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos).	Consumo Año 3 /360*(360 - # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos)+(Consumo Año 4/360* # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos).	Consumo Año 4 /360*(360 - # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos)+(Consumo Año n/360* # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos).	Consumo Año n /360*(360 - # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos)+(Consumo Año n/360* # días Inv. Materiales Indirectos en Política Cobros Y Pagos).
(-) Consumo	0,00	Materiales Indirectos consumidos en AÑO 1.	Materiales Indirectos consumidos en AÑO 2.	Materiales Indirectos consumidos en AÑO 3.	Materiales Indirectos consumidos en AÑO 4.	Materiales Indirectos consumidos en AÑO n.
Inventario final de materiales	INV. INICIAL MID+ COMPRAS - CONSUMO. AÑO 0.	INV. INICIAL MID+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 1.	INV. INICIAL MID+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 2.	INV. INICIAL MID+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 3.	INV. INICIAL MID+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO 4.	INV. INICIAL MID+ COMPRAS-CONSUMO. AÑO n.
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN						
Inventario inicial de productos terminados	N/A	Inv. Final Año Anterior.				
(+) Producción	N/A	Ventas + Inv. Final de Productos terminados. AÑO 1.	Ventas + Inv. Final de Productos terminados. AÑO 2.	Ventas + Inv. Final de Productos terminados. AÑO 3.	Ventas + Inv. Final de Productos terminados. AÑO 4.	Ventas + Inv. Final de Productos terminados. AÑO n.
(-)Ventas	N/A	Valor de las Ventas. AÑO 1.	Valor de las Ventas. AÑO 2.	Valor de las Ventas. AÑO 3.	Valor de las Ventas. AÑO 4.	Valor de las Ventas. AÑO n.
Inventario final de productos en terminados	0,00	Ventas AÑO 1 / 360 * días Inv. Productos Terminados en Política Cobros Y Pagos	Ventas AÑO 2 / 360 * días Inv. Productos Terminados en Política Cobros Y Pagos	Ventas AÑO 3 / 360 * días Inv. Productos Terminados en Política Cobros Y Pagos	Ventas AÑO 4 / 360 * días Inv. Productos Terminados en Política Cobros Y Pagos	Ventas AÑO n / 360 * días Inv. Productos Terminados en Política Cobros Y Pagos

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Una vez establecido el Costo de Venta, tablas auxiliares, se procede a armar el Estado de Pérdidas y Ganancias, también conocido como Estado de Resultados

Cuadro 6.38: Estado de Pérdidas y Ganancias.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
AÑO	1	2	3	4	n
Ventas Netas	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 1.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 2.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 3.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO 4.	Total Estimado de Ventas Netas AÑO n.
Costo de ventas	Valor calculado Costo de Ventas AÑO 1.	Valor calculado Costo de Ventas AÑO 2.	Valor calculado Costo de Ventas AÑO 3.	Valor calculado Costo de Ventas AÑO 4.	Valor calculado Costo de Ventas AÑO n.
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	(VENTAS NETAS - COSTO DE VENTAS) AÑO 1.	(VENTAS NETAS - COSTO DE VENTAS) AÑO 2.	(VENTAS NETAS - COSTO DE VENTAS) AÑO 3.	(VENTAS NETAS - COSTO DE VENTAS) AÑO 4.	(VENTAS NETAS - COSTO DE VENTAS) AÑO n.
Gastos de ventas	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Venta. AÑO 1.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Venta. AÑO 2.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Venta. AÑO 3.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Venta. AÑO 4.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Venta. AÑO n.
Gastos de administración	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Administración. AÑO 1.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Administración. AÑO 2.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Administración. AÑO 3.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Administración. AÑO 4.	Valor calculador como Subtotal de Gastos de Administración. AÑO 5.
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	(UTILIDAD BRUTA - GV-GA). AÑO 1	(UTILIDAD BRUTA - GV-GA). AÑO 2	(UTILIDAD BRUTA - GV-GA). AÑO 3	(UTILIDAD BRUTA - GV-GA). AÑO 4	(UTILIDAD BRUTA - GV-GA). AÑO n.
Gastos financieros	Valor calculado como subtotal de Gastos Financieros. AÑO 1.	Valor calculado como subtotal de Gastos Financieros. AÑO 2.	Valor calculado como subtotal de Gastos Financieros. AÑO 3.	Valor calculado como subtotal de Gastos Financieros. AÑO 4.	Valor calculado como subtotal de Gastos Financieros. AÑO n.
Otros ingresos	En el caso de que existiesen otros ingresos que no provengan de la actividad productiva principal de la empresa. (Venta de desperdicios, sobrantes, etc).				
Otros egresos	En el caso de que existiesen otros gastos que no provengan de la actividad productiva principal de la empresa.				
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	(UTILIDAD OPERACIONAL - GF + OI- OG). AÑO 1.	(UTILIDAD OPERACIONAL - GF + OI- OG). AÑO 2.	(UTILIDAD OPERACIONAL - GF + OI- OG). AÑO 3.	(UTILIDAD OPERACIONAL - GF + OI- OG). AÑO 4.	(UTILIDAD OPERACIONAL - GF + OI- OG). AÑO n.
15% Participación utilidades	Rubro del 15% (DEL TOTAL DE UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACIÓN DE CADA AÑO), destinado a los trabajadores de la empresa, en razón de 10 % de manera individual y 5% cargas familiares.				
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMPUESTO RENTA	(UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACIÓN - 15% DE UTILIDADES). AÑO 1.	(UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACIÓN - 15% DE UTILIDADES). AÑO 2.	(UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACIÓN - 15% DE UTILIDADES). AÑO 3.	(UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACIÓN - 15% DE UTILIDADES). AÑO 4.	(UTILIDAD ANTES DE LA PARTICIPACIÓN - 15% DE UTILIDADES). AÑO n.
Impuesto a la renta (22%)	22% Del Rubro anterior (Impuesto establecido por el Gobierno Central).				
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	(UTILIDAD ANTES DE LA RENTA - IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 1.	(UTILIDAD ANTES DE LA RENTA - IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 2.	(UTILIDAD ANTES DE LA RENTA - IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 3.	(UTILIDAD ANTES DE LA RENTA - IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 4.	(UTILIDAD ANTES DE LA RENTA - IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 5.
Reserva Legal (x %)	% Establecido como reserva legal de acuerdo al tipo de compañía formada. Usualmente no supera el 5% de la Utilidad Neta.				
UTILIDAD (PERDIDA) DISTRIBUIBLE	UTILIDAD NETA AÑO 1 - % DE RESERVA LEGAL	UTILIDAD NETA AÑO 1 - % DE RESERVA LEGAL	UTILIDAD NETA AÑO 1 - % DE RESERVA LEGAL	UTILIDAD NETA AÑO 1 - % DE RESERVA LEGAL	UTILIDAD NETA AÑO 1 - % DE RESERVA LEGAL

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Nota importante:

- Concluido el cálculo de los Costos y Gastos del proyecto de emprendimiento, se puede llenar los casilleros pendientes en el Cuadro del Capital de Trabajo, revisado y estructurado en el punto 3.
- De la misma manera los rubros del Plan de Inversiones, desarrollado en el punto 4, y referidos a “**CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO Y DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS**”, pueden ser llenados una vez que se haya concluido con el cuadro de Capital de Trabajo.

7.- Flujo de Caja

Se constituye como una herramienta de evaluación utilizada de manera usual en la elaboración de proyectos de emprendimiento y de inversión. Indica el movimiento del dinero líquido dentro de las diferentes actividades de una empresa, es decir, operacionales o no operacionales. Al tratarse de efectivo, no se toman en cuenta los costos y gastos de tipo contable, tales como: amortizaciones y depreciaciones.

Previo al desarrollo del Flujo de Caja, es pertinente elaborar un cuadro con cálculos auxiliares que apoyarán en este cuadro. El emprendedor puede guiarse en la tabla mostrada a continuación:

Cuadro 6.39: Cálculos Auxiliares para el Flujo de Caja

PAGO DE MATERIALES Y MATERIA PRIMA	Preoperac.	1	2	3	4	5 (normal)
Saldo inicial de proveedores	0,00	Saldo final Proveedores año anterior.				
(+) Compras	(Compras Inv. M. Primas + Compras Inv. M Indirectos). AÑO 0.	(Compras Inv. M. Primas + Compras Inv. M Indirectos). AÑO 1.	(Compras Inv. M. Primas + Compras Inv. M Indirectos). AÑO 2.	(Compras Inv. M. Primas + Compras Inv. M Indirectos). AÑO 3.	(Compras Inv. M. Primas + Compras Inv. M Indirectos). AÑO 4.	(Compras Inv. M. Primas + Compras Inv. M Indirectos). AÑO n.
(-) Pagos	COMPRAS AÑO 0 /360* (360 - # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos.)	(COMPRAS AÑO 0 /360)* # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos.) + (COMPRAS AÑO 1 /360)*(360- # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos).	(COMPRAS AÑO 1 /360)* # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos.) + (COMPRAS AÑO 2 /360)*(360- # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos).	(COMPRAS AÑO 2 /360)* # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos.) + (COMPRAS AÑO 3 /360)*(360- # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos).	(COMPRAS AÑO 3 /360)* # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos.) + (COMPRAS AÑO 4 /360)*(360- # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos).	(COMPRAS AÑO 4 /360)* # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos.) + (COMPRAS AÑO n /360)*(360- # Promedio Crédito Proveedores, en base a la Política de Cobros y Pagos).
Saldo final de proveedores (cuentas por pagar)	Saldo Inicial +Compras -Pagos (AÑO 0)	Saldo Inicial +Compras - Pagos (AÑO 1)	Saldo Inicial +Compras - Pagos (AÑO 2)	Saldo Inicial +Compras - Pagos (AÑO 3)	Saldo Inicial +Compras - Pagos (AÑO 4)	Saldo Inicial +Compras -Pagos (AÑO n)
PAGO A PROVEEDORES	Preoperac.	1	2	3	4	5 (normal)
Pago por materias primas y materiales indirectos	Pago por materias primas y materiales indirectos AÑO 0.	Pago por materias primas y materiales indirectos AÑO 1.	Pago por materias primas y materiales indirectos AÑO 2.	Pago por materias primas y materiales indirectos AÑO 3.	Pago por materias primas y materiales indirectos AÑO 4.	Pago por materias primas y materiales indirectos AÑO n.
Suministros y servicios	0,00	Valor total estimado en Suministros y servicio. AÑO 1.	Valor total estimado en Suministros y servicio. AÑO 2.	Valor total estimado en Suministros y servicio. AÑO 3.	Valor total estimado en Suministros y servicio. AÑO 4.	Valor total estimado en Suministros y servicio. AÑO n.
Pago a proveedores	Σ PAGO A PROVEEDORES. AÑO 0.	Σ PAGO A PROVEEDORES. AÑO 1.	Σ PAGO A PROVEEDORES. AÑO 2.	Σ PAGO A PROVEEDORES. AÑO 3.	Σ PAGO A PROVEEDORES. AÑO 4.	Σ PAGO A PROVEEDORES. AÑO n.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Una vez calculado el valor de Pago a Proveedores, se puede continuar con la elaboración del Flujo de Caja, proyectado a los años establecidos desde un inicio.

Para esto, el emprendedor debe considerar los siguientes aspectos:

Cuadro 6.40: Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA						
A. INGRESOS OPERACIONALES						
AÑOS	Preop.	1	2	3	4	5 (normal)
Recuperación por Ventas	N/A	Corresponde al valor obtenido al restar de las Ventas Netas las Cuentas por Cobrar. AÑO 1.	Corresponde al valor obtenido al restar de las Ventas Netas las Cuentas por Cobrar. AÑO 2.	Corresponde al valor obtenido al restar de las Ventas Netas las Cuentas por Cobrar. AÑO 3.	Corresponde al valor obtenido al restar de las Ventas Netas las Cuentas por Cobrar. AÑO 4.	Corresponde al valor obtenido al restar de las Ventas Netas las Cuentas por Cobrar. AÑO n.
<u>SUBTOTAL</u>	N/A	Σ INGRESOS OPERACIONALES. AÑO 1.	Σ INGRESOS OPERACIONALES. AÑO 2.	Σ INGRESOS OPERACIONALES. AÑO 3.	Σ INGRESOS OPERACIONALES. AÑO 4.	Σ INGRESOS OPERACIONALES. AÑO n.
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	Valor calculado en la tabla auxiliar. AÑO 0.	Valor calculado en la tabla auxiliar. AÑO 1.	Valor calculado en la tabla auxiliar. AÑO 2.	Valor calculado en la tabla auxiliar. AÑO 3.	Valor calculado en la tabla auxiliar. AÑO 4.	Valor calculado en la tabla auxiliar. AÑO n.
Mano de obra directa e imprevistos	N/A	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Directa + % establecido de Imprevistos en los Costos Directos de Producción. AÑO 1.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Directa + % establecido de Imprevistos en los Costos Directos de Producción. AÑO 2.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Directa + % establecido de Imprevistos en los Costos Directos de Producción. AÑO 3.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Directa + % establecido de Imprevistos en los Costos Directos de Producción. AÑO 4.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Directa + % establecido de Imprevistos en los Costos Directos de Producción. AÑO n.
Mano de obra indirecta	N/A	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Indirecta. AÑO 1.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Indirecta. AÑO 2.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Indirecta. AÑO 3.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Indirecta. AÑO 4.	Total establecido en el Rubro Mano de Obra Indirecta. AÑO n.
Gastos de ventas	N/A	Total de Gasto por Ventas. (Capital de Trabajo.) AÑO 1.	Total de Gasto por Ventas. (Capital de Trabajo.) AÑO 2.	Total de Gasto por Ventas. (Capital de Trabajo.) AÑO 3.	Total de Gasto por Ventas. (Capital de Trabajo.) AÑO 4.	Total de Gasto por Ventas. (Capital de Trabajo.) AÑO n.
Gastos de administración	N/A	Total de Gasto por Administración (Capital de Trabajo.) AÑO 1.	Total de Gasto por Administración (Capital de Trabajo.) AÑO 2.	Total de Gasto por Administración (Capital de Trabajo.) AÑO 3.	Total de Gasto por Administración (Capital de Trabajo.) AÑO 4.	Total de Gasto por Administración (Capital de Trabajo.) AÑO n.
Costos de fabricación	N/A	Valor estimado para Mantenimiento y Seguros e imprevistos, dentro de los Costos Indirectos de Producción. AÑO 1.	Valor estimado para Mantenimiento y Seguros e imprevistos, dentro de los Costos Indirectos de Producción. AÑO 2.	Valor estimado para Mantenimiento y Seguros e imprevistos, dentro de los Costos Indirectos de Producción. AÑO 3.	Valor estimado para Mantenimiento y Seguros e imprevistos, dentro de los Costos Indirectos de Producción. AÑO 4.	Valor estimado para Mantenimiento y Seguros e imprevistos, dentro de los Costos Indirectos de Producción. AÑO n.
<u>SUBTOTAL</u>	Σ EGRESOS OPERACIONALES. AÑO 0.	Σ EGRESOS OPERACIONALES. AÑO 1.	Σ EGRESOS OPERACIONALES. AÑO 2.	Σ EGRESOS OPERACIONALES. AÑO 3.	Σ EGRESOS OPERACIONALES. AÑO 4.	Σ EGRESOS OPERACIONALES. AÑO n.
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B) Movimiento de efectivo en la actividad central del Negocio.	(INGRESOS OPERACIONALES - EGRESOS OPERACIONALES). AÑO 0.	(INGRESOS OPERACIONALES - EGRESOS OPERACIONALES). AÑO 1.	(INGRESOS OPERACIONALES - EGRESOS OPERACIONALES). AÑO 2.	(INGRESOS OPERACIONALES - EGRESOS OPERACIONALES). AÑO 3.	(INGRESOS OPERACIONALES - EGRESOS OPERACIONALES). AÑO 4.	(INGRESOS OPERACIONALES - EGRESOS OPERACIONALES). AÑO n.
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						

Crédito de proveedores de activos fijos	Total de dinero proveniente de la realización de cualquiera de las opciones de crédito.	No se representan los ingresos No operacionales en los años de actividades, únicamente en el período preoperacional.				
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a mediano plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo						
Aportes de capital	Valor del Capital inyectado por los socios, o inversionistas. (estipulado en el Plan de Inversiones)					
<u>SUBTOTAL</u>	Σ INGRESOS NO OPERACIONALES. AÑO 0.					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses	Corresponde al valor de Gasto Financiero (Pago de intereses del crédito) establecido para el AÑO 0.	Corresponde al valor de Gasto Financiero (Pago de intereses del crédito) establecido para el AÑO 1.	Corresponde al valor de Gasto Financiero (Pago de intereses del crédito) establecido para el AÑO 2.	Corresponde al valor de Gasto Financiero (Pago de intereses del crédito) establecido para el AÑO 3.	Corresponde al valor de Gasto Financiero (Pago de intereses del crédito) establecido para el AÑO 4.	Corresponde al valor de Gasto Financiero (Pago de intereses del crédito) establecido para el AÑO n.
Pago de créditos de corto plazo	De existir algún crédito de esta naturaleza, se lo debe incluir en el periodo que correspondan.					
Pago de créditos de mediano plazo	De existir algún crédito de este tipo, se lo debe incluir en los periodos que correspondan.					
Pago de porción corriente de deuda a largo plazo	Puede o no reflejarse en el período pre operativo, depende de lo estipulado en el crédito realizado.	Amortización de la deuda que se mantienen con la institución financiera.	Amortización de la deuda que se mantienen con la institución financiera.	Amortización de la deuda que se mantienen con la institución financiera.	Amortización de la deuda que se mantienen con la institución financiera.	Amortización de la deuda que se mantienen con la institución financiera.
Pago participación de trabajadores	N/A	Valores establecidos en el Estado de Pérdidas y Ganancias, para cada periodo de operación.				
Pago de impuesto a la renta (x %)	N/A					
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS; Y DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS :	Valores estimados en el Plan de Inversiones.	No se representan en los años de actividades, únicamente en el período preoperacional. Vuelven a establecerse una vez que se deprecien en su totalidad y sea necesario adquirirlos nuevamente.				
Terreno						
Construcción (planta, fábrica, galpones, etc)						
Maquinaria						
Muebles y enseres (escritorios, sillas, mesas, etc)						
Equipos de acuerdo al giro del negocio (de computo, etc)						
Vehículo						

<u>SUBTOTAL</u>	Σ EGRESOS NO OPERACIONALES. AÑO 0.					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	(INGRESOS NOOPERACIONALES - EGRESOS NO OPERACIONALES). AÑO 0.	(INGRESOS NOOPERACIONALES - EGRESOS NO OPERACIONALES). AÑO 1.	(INGRESOS NOOPERACIONALES - EGRESOS NO OPERACIONALES). AÑO 2.	(INGRESOS NOOPERACIONALES - EGRESOS NO OPERACIONALES). AÑO 3.	(INGRESOS NOOPERACIONALES - EGRESOS NO OPERACIONALES). AÑO 4.	(INGRESOS NOOPERACIONALES - EGRESOS NO OPERACIONALES). AÑO n.
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	Es el saldo de liquidez de un proyecto en cada período. (FLUJO OPERACIONAL + FLUJO NO OPERACIONAL) de cada año					
H. SALDO INICIAL DE CAJA	Corresponde al valor del Saldo Final del Período anterior.	Corresponde al valor del Saldo Final del Período anterior.	Corresponde al valor del Saldo Final del Período anterior.	Corresponde al valor del Saldo Final del Período anterior.	Corresponde al valor del Saldo Final del Período anterior.	Corresponde al valor del Saldo Final del Período anterior.
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	FLUJO NETO + SALDO INICIAL. CADA AÑO. Representa la capacidad de liquidez del emprendimiento, es decir es la disponibilidad de efectivo para cada periodo. Para el Estado de Situación se representa como Caja y Bancos. . Debe ser positivo para que el proyecto sea alentador.					
REQUERIMIENTO DE CAJA	N/A	SALDO FINAL DE CAJA AÑO 1 / 360	SALDO FINAL DE CAJA AÑO 2 / 361	SALDO FINAL DE CAJA AÑO 3 / 362	SALDO FINAL DE CAJA AÑO 4 / 363	SALDO FINAL DE CAJA AÑO n / 364

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

8.- Balance General

El Balance General, es también llamado Estado de Situación Inicial. Este estado financiero muestra los Activos, Pasivos y Patrimonios de una empresa, de acuerdo a su clasificación y de manera detallada, organizada y estructurada.

Para la estructuración de este instrumento de información financiera, y considerando los conceptos básicos revisados al iniciar el Capítulo Financiero, el emprendedor se puede basar en:

Cuadro 6.41. Balance General o Estado de Situación proyectado.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO						
CUENTA	Preop (saldo inicial)	1	2	3	4	5 (normal)
ACTIVOS CORRIENTE						
Caja y bancos	Corresponde a los valores establecidos para cada período como Saldos Finales de Caja en el Flujo de Efectivo.					
Inversiones temporales	N/A	De existir este tipo de activo dentro de la organización se establecerá su valor de rendimiento por período.				
Cuentas y docum. x cobrar mercado local	N/A	Valor obtenido de las Cuentas por Cobrar cada año , en la tabla auxiliar N° 6.39				
Cuentas y docum. x cobrar mercado extranj.	N/A	Valor correspondiente a las cuentas por cobrar en el exterior (si el caso fuese, es decir si se pretendiese exportar).				
Inventarios:	Valor obtenido en la tabla auxiliar N° 6.39					
Productos terminados	N/A	Valor calculado como Inventario Final de productos terminados, para cada periodo.				
Productos en proceso	N/A	Valor calculado como inventario Final de productos en proceso, para cada periodo.				
Materias primas	Valor calculado como inventario final de Materias Primas, para cada periodo.					
Materiales indirectos	Valor calculado como inventario final de Materiales Indirectos, para cada periodo.					
<u>SUBTOTAL</u> <u>ACTIVOS</u> <u>CORRIENTES</u>	Σ ACTIVOS CORRIENTES. AÑO 0.	Σ ACTIVOS CORRIENTES. AÑO 1.	Σ ACTIVOS CORRIENTES. AÑO 2.	Σ ACTIVOS CORRIENTES. AÑO 3.	Σ ACTIVOS CORRIENTES. AÑO 4.	Σ ACTIVOS CORRIENTES. AÑO n.
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS.						
Terreno	Valores establecidos en el Plan de Inversiones y en el Flujo de Caja. Corresponden a todos los Activos Fijos de la Empresa, es decir que incluyen a los Operativos como a los de Administración y Ventas.					
Construcción						
Maquinaria						
ACTIVOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.						
Muebles y enseres administración						
Equipos oficina						
<u>SUBTOTAL</u> <u>ACTIVOS FIJOS</u>	Σ ACTIVOS FIJOS AÑO 0.	Σ ACTIVOS FIJOS AÑO 1.	Σ ACTIVOS FIJOS AÑO 2.	Σ ACTIVOS FIJOS AÑO 3.	Σ ACTIVOS FIJOS AÑO 4.	Σ ACTIVOS FIJOS AÑO n.
(-) depreciaciones	N/A	Valor total calculado en tabla N° correspondiente a depreciaciones.	Valor total calculado en tabla N° correspondiente a depreciaciones + Valor AÑO 1.	Valor total calculado en tabla N° correspondiente a depreciaciones + Valor AÑO 1.	Valor total calculado en tabla N° correspondiente a depreciaciones + Valor AÑO 1.	Valor total calculado en tabla N° correspondiente a depreciaciones + Valor AÑO 1.
<u>TOTAL ACTIVOS</u> <u>FIJOS NETOS</u>	Σ ACTIVOS FIJOS NETOS AÑO 0.	Σ ACTIVOS FIJOS NETOS AÑO 1.	Σ ACTIVOS FIJOS NETOS AÑO 2.	Σ ACTIVOS FIJOS NETOS AÑO 3.	Σ ACTIVOS FIJOS NETOS AÑO 4.	Σ ACTIVOS FIJOS NETOS AÑO n.
ACTIVOS DIFERIDOS						
Amortización acumulada	N/A	(Amortización Total /# años de amortización de la Política de Cobros y Pagos).	(Amortización Total /# años de amortización de la Política de Cobros y Pagos) + Valor AÑO 1.	Valor AÑO 2+ Valor AÑO 1.	Valor AÑO 3+ Valor AÑO 1.	Valor AÑO 4+ Valor AÑO 1.
<u>TOTAL ACTIVO</u> <u>DIFERIDO NETO</u>	Σ ACTIVOS DIFERIDO NETOS AÑO 0.	Σ ACTIVOS DIFERIDO NETOS AÑO 1.	Σ ACTIVOS DIFERIDO NETOS AÑO 2.	Σ ACTIVOS DIFERIDO NETOS AÑO 3.	Σ ACTIVOS DIFERIDO NETOS AÑO 4.	Σ ACTIVOS DIFERIDO NETOS AÑO n.

TOTAL DE ACTIVOS	(Σ AC.CORRIENTE; AC. FIJOS; AC.DIFERIDO). AÑO 0	Σ (AC.CORRIENTE; AC. FIJOS; AC.DIFERIDO). AÑO 1	(Σ AC.CORRIENTE; AC. FIJOS; AC.DIFERIDO). AÑO 2	(Σ AC.CORRIENTE; AC. FIJOS; AC.DIFERIDO). AÑO 3	(Σ AC.CORRIENTE; AC. FIJOS; AC.DIFERIDO). AÑO 4	(Σ AC.CORRIENTE; AC. FIJOS; AC.DIFERIDO). AÑO n.
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones (créditos corto/mediano plazo).	Valor establecido (existirlo) en el Flujo de Caja.					
Porción corriente deuda largo plazo	Puede o no reflejarse en el período pre operativo, depende de lo estipulado en el crédito realizado.	Amortización de la deuda que se mantienen con la institución financiera. Valor establecido en los Egresos No Operacionales del Flujo de Caja, que a su vez proviene de la tabla de Amortización del crédito.				
Cuentas y docum. por pagar proveedores	Valor del Saldo final de proveedores. AÑO 0.	Valor del Saldo final de proveedores. AÑO 1.	Valor del Saldo final de proveedores. AÑO 2.	Valor del Saldo final de proveedores. AÑO 3.	Valor del Saldo final de proveedores. AÑO 4.	Valor del Saldo final de proveedores. AÑO n.
Gastos acumulados por pagar	N/ A	Σ (% DE PARTICIPACIÓN UTILIDADES; % IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 1	Σ (% DE PARTICIPACIÓN UTILIDADES; % IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 2	Σ (% DE PARTICIPACIÓN UTILIDADES; % IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 3	Σ (% DE PARTICIPACIÓN UTILIDADES; % IMPUESTO A LA RENTA). AÑO 4	Σ (% DE PARTICIPACIÓN UTILIDADES; % IMPUESTO A LA RENTA). AÑO n.
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	Σ PASIVOS CORRIENTES AÑO 0.	Σ PASIVOS CORRIENTES AÑO 1.	Σ PASIVOS CORRIENTES AÑO 2.	Σ PASIVOS CORRIENTES AÑO 3.	Σ PASIVOS CORRIENTES AÑO 4.	Σ PASIVOS CORRIENTES AÑO n.
PASIVO LARGO PLAZO	Monto Total de Crédito.	Monto Total del crédito - porción de deuda corriente AÑO 1	Monto Total del crédito - porción de deuda corriente AÑO 2	Monto Total del crédito - porción de deuda corriente AÑO 3	Monto Total del crédito - porción de deuda corriente AÑO 4	Monto Total del crédito - porción de deuda corriente AÑO n
TOTAL PASIVO	Σ (PASIVO CORRIENTE; PASIVO LARGO PLAZO). AÑO 0.	Σ (PASIVO CORRIENTE; PASIVO LARGO PLAZO). AÑO 1.	Σ (PASIVO CORRIENTE; PASIVO LARGO PLAZO). AÑO 2.	Σ (PASIVO CORRIENTE; PASIVO LARGO PLAZO). AÑO 3.	Σ (PASIVO CORRIENTE; PASIVO LARGO PLAZO). AÑO 4.	Σ (PASIVO CORRIENTE; PASIVO LARGO PLAZO). AÑO n.
PATRIMONIO						
Capital social pagado	Aporte Capital establecido en el Plan de Inversiones es igual para todos los períodos. (Incluido el preoperacional).					
Reserva legal (x %)	N/A	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 1.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 2.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 3.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 4.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO n.
Futuras capitalizaciones	Posibles valores aportados por los socios para incrementar el capital.					
Utilidad (pérdida) retenida	N/ A	N/A	Es igual al Valor de Utilidad Neta del año anterior.	Es igual al Valor de Utilidad Neta del año anterior.	Es igual al Valor de Utilidad Neta del año anterior.	Es igual al Valor de Utilidad Neta del año anterior.
Utilidad (pérdida) neta	N/A	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 1.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 2.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 3.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO 4.	(Valor establecido en el Estado de Pérdidas y Ganancias). AÑO n.
TOTAL PATRIMONIO	Σ PATRIMONIO AÑO 0.	Σ PATRIMONIO AÑO 1.	Σ PATRIMONIO AÑO 2.	Σ PATRIMONIO AÑO 3.	Σ PATRIMONIO AÑO 4.	Σ PATRIMONIO AÑO n.
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	(PASIVO + MATRIMONIO) AÑO 0	(PASIVO + MATRIMONIO) AÑO 1	(PASIVO + MATRIMONIO) AÑO 2	(PASIVO + MATRIMONIO) AÑO 3	(PASIVO + MATRIMONIO) AÑO 4	(PASIVO + MATRIMONIO) AÑO n
COMPROBACION BALANCE	ACTIVO - (PASIVO + PATRIMONIO) = 0					

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

9.- Indicadores Financieros:

Los indicadores financieros se realizan a partir de la información recolectada en los Estados Financieros. Para esto, se aplican diferentes formulas, los resultados obtenidos permiten tomar decisiones acertadas para impulsar la marcha correcta de la empresa a lo largo de los períodos operativo proyectados. En el caso de los emprendimientos, los indicadores financieros son parte importante para establecer o no la factibilidad de emprender el negocio, puesto que permiten además reflejar el grado estimado de éxito o fracaso que podría tener.

Los indicadores financieros más utilizados son:

Indicadores de Liquidez.	Indicadores de Actividad.	Indicadores de Endeudamiento	Indicadores de Rentabilidad
<ul style="list-style-type: none">• Permiten determinar la capacidad que poseerá una empresa para poder cubrir sus obligaciones (deudas) a corto plazo.	<ul style="list-style-type: none">• Permiten medir la eficiencia con la que una empresa hace uso de sus activos.	<ul style="list-style-type: none">• Permiten establecer el nivel de financiamiento que posee una empresa.• Son importantes, puesto que permiten medir el % de participación de los acreedores en la empresa.	<ul style="list-style-type: none">• Permiten medir la efectividad que tiene la administración en cuanto al manejo de costos y gastos.• Sirven para tomar decisiones propendiendo a elevar el margen de utilidad neto.

Gráfico 6.28: Clasificación Indicadores Financieros.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida

Posterior a la elaboración de los Estados Financieros, tanto de Situación Inicial como de Pérdidas y Ganancias; el emprendedor puede calcular los diversos tipos de Indicadores Financieros. Se recomienda utilizar la tabla siguiente:

Cuadro 6.42: Indicadores Financieros.

INDICADORES DE LIQUIDEZ					
INDICADOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5 (año normal)
<ul style="list-style-type: none"> • Capital trabajo 	<p align="center">(Activo Corriente - Pasivo Corriente).</p> <p>Logra determinar la disponibilidad de recursos que tendrá la empresa para poder cubrir sus obligaciones a corto plazo, en cada período. Siempre debe ser positivo.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Índice de solvencia 	<p align="center">(Activo Corriente / Pasivo Corriente).</p> <p>Refleja el # de unidades monetarias (es decir en dólares) con los que contará la empresa para afrontar sus deudas a corto plazo dentro de cada período de producción. Debe ser mayor que 1.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Índice de Prueba Ácida 	<p align="center">(Caja y Bancos + Inver. Temporales + Ctas x cobrar) / Pasivo Corriente.</p> <p>Permite medir la disponibilidad de recursos de fácil conversión en dinero, en relación con los pasivos que vencen antes de un período productivo. Debe ser superior a 1.</p>				
INDICADORES DE ACTIVIDAD					
<ul style="list-style-type: none"> • Rotación de activo total 	<p align="center">(Ventas Netas/ Activo Total).</p> <p>Indica el número de veces que la empresa va a hacer uso de sus activos para generar las ventas. Es recomendable que período tras período, este índice crezca.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Rotación de cuentas por cobrar 	<p align="center">(Ventas a Crédito / Cuentas por cobrar).</p> <p>Muestra el número de veces que la empresa recuperará sus ventas a crédito dentro de cada ciclo de productivo. Se prefiere una rotación rápida.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Rotación de materias primas 	<p align="center">(Costo de materia prima / Inventario de materia prima).</p> <p>Indica el número de veces que la empresa renueva las materias primas dentro de cada período productivo. Es recomendable una alta rotación.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Rotación de cuentas por pagar 	<p align="center">(Compras a crédito / Cuentas por pagar).</p> <p>Permite calcular el número de veces que la empresa ha pagado sus compras a crédito en cada período.</p>				
INDICADORES DE APALANCAMIENTO					
<ul style="list-style-type: none"> • Índice de solidez 	<p align="center">(Pasivo total / Activo total).</p> <p>Logra establecer el nivel de endeudamiento que se encuentran financiando a los activos de la empresa. A mayor endeudamiento mayor riesgo.</p>				
<ul style="list-style-type: none"> • Índice de pasivo a largo plazo 	<p align="center">(Pasivo a largo plazo) / (Pasivo a largo plazo + Patrimonio).</p> <p>Indica la relación entre el pasivo a largo plazo y el total de fuentes de fondos. Es adecuada si supera el 50%.</p>				

INDICADORES DE RENTABILIDAD	
<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad global 	<p>(Utilidad Operacional / Ventas).</p> <p>Permite medir la recuperación porcentual media de la empresa en términos de la utilidad con relación a la operación.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad sobre patrimonio 	<p>(Utilidad neta / Patrimonio).</p> <p>Señala la remuneración % que la empresa otorga a los accionistas por los recursos invertidos. Debe ser mayor que otra inversión similar en la que se podría desembolsar el dinero.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Rentabilidad sobre activos 	<p>(Utilidad neta / Activos).</p> <p>Permite medir el rendimiento que genera la empresa por cada unidad monetaria invertida. Entre más elevada es mejor.</p>

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

10.- Punto Equilibrio:

Es el nivel de ventas de una organización que le permite cubrir los costos, tanto fijos como variables. Dicho de manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, su beneficio es igual a cero.

El emprendedor deberá calcularlo con la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Cf}}{\text{Contribución Marginal}}$$

Donde:

Contribución Marginal : P – Cv
Cf: Costo Fijo
P: Precio de Venta
Cv: Costos y gastos variables.

Para poder desarrollar este calculo, es necesario tener claro cuáles costos y gastos son variables y cuáles son fijos:

Cuadro 6.43: Clasificación de Costos y Gastos.

Clasificación de Costos y Gastos	
Fijos	Variables
• Mano de Obra Indirecta	• Mano de Obra Directa
• Mantenimiento y seguros	• Materiales Directos
• Depreciaciones	• Materiales Indirectos
• Amortizaciones	• Suministros y Servicios
• Gastos Administrativos	• Costos indirectos
• Gastos de Ventas	
• Gastos Financieros.	

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

11.- Cálculo del TIR y el VAN

Cálculo del VAN

El Valor Actual Neto permite descontar los flujos generados a una tasa que permita reconocer el costo de oportunidad del dinero, haciendo que los flujos futuros puedan ser trasladados a valor presente, para ser comparados con la inversión inicial.

La fórmula que se debe utilizar, es la siguiente:

$$VAN = -I_0 + \frac{F_1}{(1+i)^1} + \frac{F_2}{(1+i)^2} + \frac{F_3}{(1+i)^3} + \frac{F_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

I₀: Inversión Inicial

F₁, F₂, etc.: Flujos operacionales de los períodos correspondientes (FLUJO DE CAJA).

F_n: Flujo operacional del último período.

VS: Valor de Salvamento de los activos.

i: Tasa de descuento.

Conceptos básicos:

Valor de Salvamento.- Corresponde a una parte del costo de un activo que es posible recuperarse por medio de su venta o permuta al finalizar su vida útil.

Tasa de descuento.- Hace referencia al descuento realizado al flujo de dinero esperado en el futuro. Porcentaje que equipara los flujos futuros en términos presentes.

Para poder calcular el VAN, el primer paso que debe realizar el emprendedor es establecer el porcentaje correspondiente a la “Tasa de Descuento”, utilizando el siguiente formato:

Cuadro 6.44: Cálculo Tasa de Descuento

Tasa de Descuento	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
ACCIONISTAS	% de la inversión, financiada por los socios y/o accionistas.	% Estimado de rendimiento	% de aportación Accionistas * % TMAR Accionistas.
CREDITO	% de la inversión, financiada por instituciones crediticias.	% Estimado de rendimiento	% de aportación Crédito * % TMAR Crédito.
TMAR GLOBAL			Σ PONDERACIÓN

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Una vez obtenida la Tasa de Descuento, se puede reemplazar la fórmula del VAN, descrita previamente.

Análisis de resultados del VAN:

- **VAN > 0:** Se acepta el proyecto, puesto que los flujos transportados al presente superan la inversión realizada.
- **VAN < 0:** No es recomendable aceptar el proyecto, puesto que los flujos trasladados al presente son inferiores a la inversión realizada.
- **VAN=0:** Es posible aceptar el proyecto, sin embargo el riesgo es elevado; por lo que se recomienda un análisis más minucioso de los aspectos técnicos, de mercado, entre otros.

Calculo del TIR:

El TIR se constituye como la tasa de descuento con la cual el VAN es igual a 0. Permite determinar de manera porcentual cuánto el proyecto entrega a los inversionistas y financistas, en relación a la inversión realizada.

Para calcular el TIR, se recomienda que el emprendedor utilice las opciones de cálculo de Excel. Siendo la fórmula:

TIR (rango de valores de flujos operacionales netos).

Cuadro 6.45: Cálculo del TIR.

FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5 (normal).
Flujos Operacionales Netos.	Valores calculados en el Flujo de Caja.					
TIR	(rango de valores flujos operacionales netos)					

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Análisis de resultados del TIR:

TIR > tasa de descuento: El VAN es positivo, por lo que se recomienda aceptar el proyecto.

TIR < tasa de descuento: El VAN es negativo, se recomienda no aceptar el proyecto.

12.-Conclusiones:

Exposición de resultados de la evaluación financiera del proyecto, para la toma de decisiones.

IV. INCUBACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

Cuadro 6.46: Modelo Operativo Fase IV. Incubación de emprendimientos.

FASE IV:	Incubación de emprendimientos			
Objetivo:	Poner en marcha nuevos negocios de emprendedores.			
Actividades	Recursos		Presupuesto	Responsable
	Materiales	Humanos		
1) Apoyo técnico en la obtención de la figura jurídica, documentos legales y permisos de funcionamiento. Y en la consolidación de la Estructura Organizativa interna, de acuerdo a Plan de Negocios.	Copias, computador, servicio telefónico, internet, movilizaciones.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	555,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
2) Acceso al financiamiento	Solicitudes instituciones de financiamiento (Públicas, privadas y ONGS), computador, impresiones, copias.	Gerencia, Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	400,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
3) Apoyo técnico en la adquisición de maquinarias, edificios, herramientas e instrumentos, etc, propias de la naturaleza del emprendimiento.	Impresiones, copias, computador, servicio telefónico, internet, movilizaciones.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	380,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
5) Apoyo técnico en Adquisición de Materia Prima e inicio de Actividades	Impresiones, copias, computador, servicio telefónico, internet, boletines de prensa (evento de inauguración).	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	375,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
6) Apoyo técnico en inicio de Actividades	Impresiones, copias, computador, servicio telefónico, internet, movilizaciones.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	370,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
7) Apoyo técnico durante primer año de vida empresarial	Impresiones, copias, computador, servicio telefónico, internet.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	1680,00	Equipo Técnico de emprendimientos.
8) Evaluación del impacto en el desarrollo socioeconómico del emprendedor	Impresiones, copias, computador, servicio telefónico, internet.	Equipo Técnico de emprendimientos y emprendedores.	33,75	Equipo Técnico de emprendimientos.
TOTAL			3.760,00	

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Apoyo técnico en la Constitución de la empresa y en la Estructura Organizativa interna, de acuerdo a Plan de Negocios

Los técnicos de emprendimiento brindarán soporte en la constitución jurídica de la organización que realizará el emprendimiento.

Cabe recalcar que no necesariamente debe ser una entidad la ejecute el emprendimiento, por temas como el financiamiento es lo más recomendable. Sin embargo, una persona natural puede mantener un emprendimiento unipersonal y acogerse para el desarrollo de su actividad al RUC o RISE, documentos que van acompañados de la patente municipal y el manejo de documentos de compra y /o venta de bienes y servicios. Tales como: facturas, notas de venta, liquidaciones.

En el caso de las compañías los emprendedores deberán seguir los siguientes pasos para dar formalidad a su organización.

Procedimiento para la constitución de una compañía

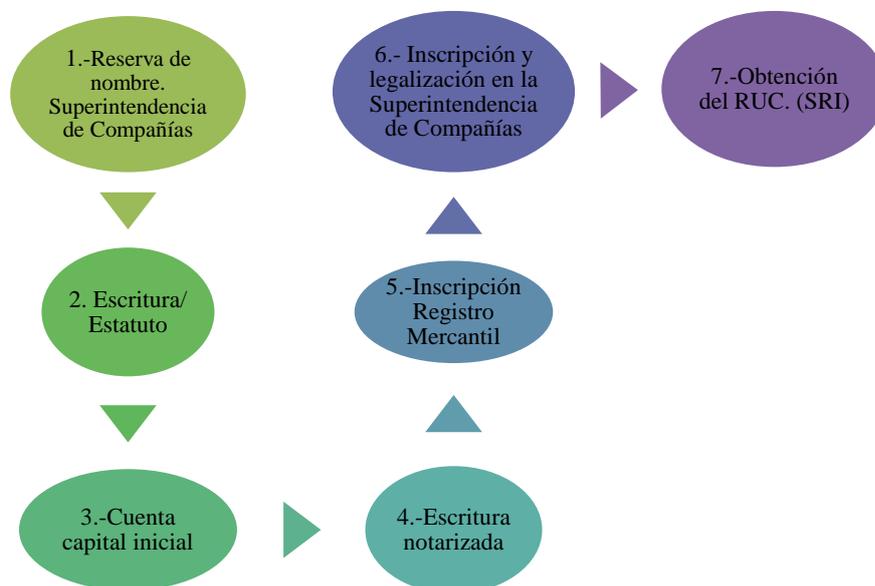


Gráfico 6.29: Procedimiento para la constitución de una compañía.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Procedimiento para Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria:

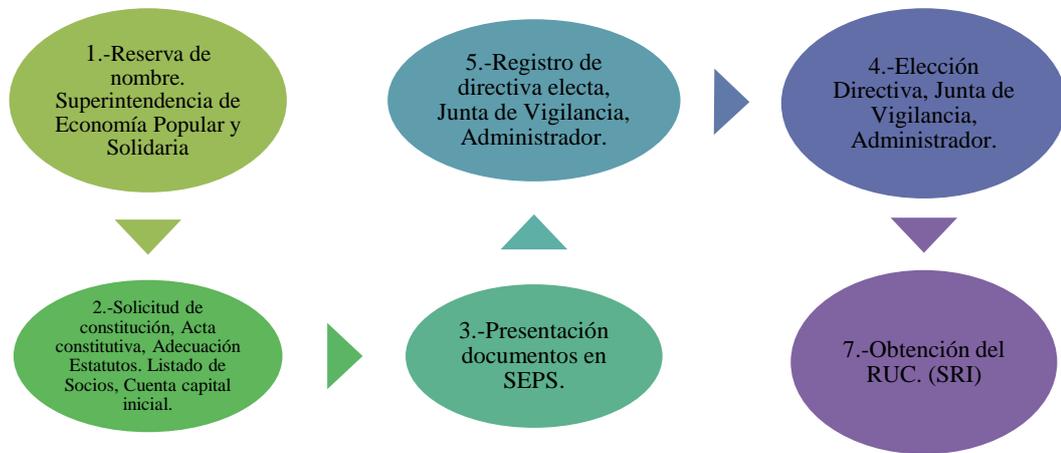


Gráfico 6.30: Procedimiento para la constitución de una organización EPS.
Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Acceso al financiamiento

El personal técnico de CorpoAmbato, podrá contactarse y gestionar financiamiento de la base de datos sugerida a continuación:

Cuadro 6.47: Matriz de posibles Fuentes de Financiamiento.

INSTITUCIÓN	REPRESENTANTE	E-MAIL	TELÉFONO	DIRECCIÓN	CIUDAD	PÁGINA WEB	SECTORES DE INTERVENCIÓN
Child Fund International	Janet Cruz Granda	jacruz@ecuador.childfund.org	(02) 246 5492	El Batán E10-61 y Av. 6 de Diciembre.	Quito	www.childfund.org	AMBIENTE, SALUD, EDUCACIÓN, ADMINISTRATIVO, DESARROLLO SOCIAL, DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA, DESARROLLO SOCIAL, APOYO PRODUCTIVO, CULTURA, TURISMO, ADMINISTRATIVO
Asociación por la Paz y el Desarrollo	Maria Elena Alconchel	ecuador@pazydesarrollo.org	(02) 5117623	Calle la isla 27-24 y José Valentín	Quito	www.pazydesarrollo.org	DESARROLLO SOCIAL, SEGURIDAD ALIMENTARIA, SALUD, APOYO PRODUCTIVO, GESTIÓN DE RIESGOS
The Nature Conservancy	Galo Medina	gmedina@tnc.org	(02) 225 7138	Calle los Naranjos N44-491 y Azucenas, sector Monteserrín.	Quito	www.nature.org	AMBIENTE, APOYO PRODUCTIVO, REFUGIADOS, TURISMO
Fundación CODESPA	Ferrán Gelis Escala	ecuador@codespa.org	(02) 256 8037	Av. 12 de Octubre N25-18 y Av. Coruña Edificio Artigas, Mezzanine.	Quito	www.codespa.org	APOYO PRODUCTIVO
Fundación Instituto de Promoción y Apoyo al Desarrollo	Juan José Vidal	ecuador@fundacion-ipade.org	097619553	Av. Remigio Crespo y Guayas esquina, edificio San José Oficina 201	Cuenca	www.fundacion-ipade.org	ADMINISTRATIVO, GESTIÓN DE RIESGOS, AMBIENTE, APOYO PRODUCTIVO
Fundación de Cooperación Rural en Africa y América Latina	Ilaria Manfredi	ilariamanfredi@acraccs.org ; monicamosquera@acraccs.org	(02) 252 9692 (02) 254 6023	Alemania N31-118 y Mariana de Jesús.	Quito	www.acra.it	AMBIENTE, DESARROLLO SOCIAL, TURISMO, AGROPECUARIO, SANEAMIENTO AMBIENTAL, APOYO PRODUCTIVO
Catholic Relief Services	Brian Goonan	rene.rubianes@crs.org	(02) 250 0808	Av. América 1830 y Mercadillo. Ed. Radio Católica 3er piso	Quito	www.crs.org	GESTIÓN DE RIESGOS, AMBIENTE, APOYO PRODUCTIVO, DESARROLLO SOCIAL, AYUDA HUMANITARIA, EDUCACIÓN, REFUGIADOS, SALUD, ASUNTOS DEL EXTERIOR, JUSTICIA Y SEGURIDAD
Christoffe IBlindenmission International	Martin Ruppenthal	cbmlaro@cbm-laro.org ; irene.rivadeneira@cbm-laro.org	(02) 226 4813 (02) 226 4942	Gregorio Munga N39-249 y Gaspar de Villaroel esquina, Edificio Dinastía, PHA.	Quito	www.cbm.org	SALUD, EDUCACIÓN, DESARROLLO SOCIAL, APOYO PRODUCTIVO, DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA
Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli	María Amparo Eguiguren Eguiguren	eguiguren@cisp-ngo.org	(02) 602 4520 0998763081	Calle Isla San Cristóbal 514 y Giovanni Farina, Edificio Alcázar del Valle, 3er piso, Departamento 12, San Rafael. (VALLE DE LOS CHILLOS)	Quito	www.cisp-ngo.org	APOYO PRODUCTIVO, TURISMO, GESTIÓN DE RIESGOS, AMBIENTE, AGROPECUARIO

Fundación Suiza de Cooperación al Desarrollo	Lilián Vallejo Gordón	ofcoord@swissaid.org.ec;lvallejo@swissaid.org.ec	(02) 289 4950 (02) 289 0766	Urb. Los Guabos, Calle B, Casa No 57, Cumbaya.	Quito	www.swissaid.org.ec	AMBIENTE, DESARROLLO SOCIAL, APOYO PRODUCTIVO, SANEAMIENTO AMBIENTAL, AGROPECUARIO
Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico	Régula María Theresia Chávez-Malgiaritta	administrador@swisscontact.org.ec	(02) 292 3101	Flores Jijón 240 (E17-185) y Sotomayor.	Quito	www.swisscontact.org.ec	APOYO PRODUCTIVO, AGROPECUARIO, SANEAMIENTO AMBIENTAL, FINANZAS
Corporación Financiera Nacional	María Soledad Barrera	ambato@cfn.fin.ec	(593) 03 242 1319 / 03 242 1626 / 03 282 8709	Simón Bolívar 21-06 y Guayaquil esquina	Ambato	http://www.cfn.fin.ec/	APOYO PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO "CRÉDITO SOCIO EMPRESA" MICROCREDITO DE \$20000,00. MICROCREDITO ASOCIATIVO HASTA \$100000,00
Banco Nacional de Fomento.	N/D	N/D	03) 2828112 / 2828036	Simón Bolívar y Mera.	Ambato	www.bnf.fin.ec	CRÉDITOS DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO CON TASAS DE INTERÉS PREFERENCIALES.
Fundación Crisfe. (Banco del Pichincha)	N/D	crisfe@crisfe.org	02 280-255/02 282-764	Av. la Coruña y San Ignacio Edificio Crisfe	Quito	http://www.emprendefe.org/Crisfe/inicio.do	PROGRAMA EMPRENDEFE. CREDITOS CON TASAS PREFERENCIALES A EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES.
CORPEI	Estrella Lozada María LiggiaGiuselly	lestrell@corpei.org.ec	PBX: (593-2) 246 0606	Av. De las Américas # 406, Centro de Convenciones Simón Bolívar PB. Oficina 1.	Guayaquil	http://www.corpei.org/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=80	"CORPEI CAPITAL". DINERO DE TERCEROS INVERTIDOS EN UN PROYECTO.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

Fuente: Secretaria de Cooperación Internacional (Ecuador).

Además de las actividades citadas, los técnicos deberán continuar con la asistencia a los emprendimientos exitosos, en las siguientes fases:

- Adquisición de maquinarias, edificios, herramientas e instrumentos, etc, propias de la naturaleza del emprendimiento.
- Adquisición de Materia Prima e inicio de Actividades.
- Inicio de Actividades

Las tareas que se cumplirán irán en función de la naturaleza de cada uno de los emprendimientos incubados, no pudiendo citarse una metodología estándar por la amplitud de temas de cada sector productivo.

Para estas actividades, es recomendable que la institución incorpore de manera temporal a un profesional en mecánica industrial.

Evaluación del impacto del emprendimiento en el desarrollo socioeconómico del emprendedor.

A fin de comparar los resultados obtenidos luego de la aplicación del presente Plan. Se sugiere realizar una encuesta a los nuevos emprendedores con preguntas similares a las del cuestionario utilizado en el Análisis e Interpretación de Datos de la investigación.

Los resultados más relevantes a obtenerse, son los que se detallan en la siguiente matriz, con estos se podrá establecer conclusiones sumamente importantes tanto en la medición de la gestión de la incubadora, como en el impacto generado en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores vinculados a la misma.

Cuadro 6.48: Matriz de Evaluación a Emprendimientos Incubados

Gestión de los emprendimientos	Nivel de Éxito de Emprendimientos	Gestión del financiamiento	Niveles de Ingresos Económicos	Nivel de satisfacción de necesidades de los emprendedores (Salud, alimentación, educación, ocio y recreación)
Número total de emprendimientos ejecutados.	Número de emprendimientos vigentes	% de emprendimientos que recibieron financiamiento (Reembolsable o no reembolsable).	% de emprendedores que elevaron sus ingresos económicos.	% de emprendedores que sienten que satisfacen sus necesidades.
Número total de emprendedores vinculados a la entidad.	Número de emprendimientos fallidos	% de emprendimientos que no recibieron financiamiento (Reembolsable o no reembolsable).	% de emprendedores que disminuyeron sus ingresos económicos.	% de emprendedores que sienten que no satisfacen sus necesidades.

Elaborado por: CHÁVEZ, Lida.

6.8 Administración de la Propuesta

La presente propuesta se encontrará administrada por la Corporación Civil para el Desarrollo Económico de Ambato y Tungurahua-CorpoAmbato, por medio de sus directivos y en coordinación con instituciones públicas y privadas de la sociedad

6.9 Evaluación de la Propuesta

Para asegurar que la propuesta siga su camino correcto es indispensable realizar una permanente evaluación para controlar toda clase de imprevistos, contemplando una planificación estratégica, por la misma razón que se debe tener en cuenta las siguientes preguntas:

Preguntas Básicas.	Explicación.
1.- ¿Quiénes solicitan Evaluar?	Todos los participantes en la ejecución de la Propuesta.
2.- ¿Por qué Evaluar?	Porque las autoridades locales, nacionales, públicas, privadas y sociedad en general debe velar por el bienestar y desarrollo económico de los emprendedores y la sociedad en su conjunto.
3.- ¿Para qué Evaluar?	Para conocer si se va cumpliendo con los objetivos planteados de la propuesta, tales como el incremento de empresas nuevas ancladas al mercado.

4.- ¿Qué Evaluar?	El cumplimiento de las funciones y actividades propuestas para los funcionarios de CorpoAmbato.
5.- ¿Quién Evalúa?	El directorio de CorpoAmbato.
6.- ¿Cuándo Evaluar?	Inicial, Formativa y Final.
7.- ¿Cómo Evaluar?	A través de la Auto evaluación, Coevaluación y Heteroevaluación.
8.- ¿Con qué Evaluar?	Mediante reuniones en las cuales se basará al avance de las actividades realizadas. Además de presentación de informes acordados.

BIBLIOGRAFÍA

- Diario La Hora. (2 de Febrero de 2006). *Un paso para incubadoras*, pág. A5.
- Acosta, I. (2010). *Estrategias de Promoción y Ventas*. Recuperado el 10 de 07 de 2013, de http://moodle.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/MM/PV/PVS01/ActDes/PVS01CaracteristicasPromo.pdf
- Aguirre, M., Encalada, J., & Piedra, P. (2012). *Los Factores Económicos y su incidencia en el Desarrollo Empresarial*. Recuperado el 04 de Abril de 2013, de <http://www.unl.edu.ec/juridica/wp-content/uploads/2010/03/M%C3%B3dulo-2-Los-Factores-Econ%C3%B3micos-y-su-Incidencia-en-El-Desarrollo-Empresarial1.pdf>
- Anzil, F. (Noviembre de 2004). *Definición de crecimiento económico*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2012, de <http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución Política del Ecuador 2008*. Montecristi.
- Asián, R. (2005). *La Innovación en los servicios empresariales en conocimiento (KIBS). Posibilidades para la economía regional*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2012, de <http://.ucm.es/info/ec/jec9/pdf/A08%20%20Asi%Eln%20Chavez,%20Rosario.pdf>
- Ayala, S. (2011). *La economía como ciencia, y objeto y las categorías fundamentales*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de pdf
- Banco Interamericano de Desarrollo Fundes Internacional. (2004). *Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1572456652.pdf>
- Berreta, N. (2008). *Competitividad y Empresarialidad*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de <http://decon.edu.uy/ec2soc/Clase%206%20Competitividad%20y%20empresarialidad.pdf>
- Beruete, P. (16 de Enero de 2008). *Crecimiento Empresarial y Estrategia Corporativa*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategia-corporativa-y-crecimiento-empresarial.htm>

- Brito Torres, J. M. (Noviembre de 2010). *Características del proceso de desarrollo socioeconómico en el cantón Morona*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2013, de <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/3226/1/TFLACSO-2010JMBT.pdf>
- Burke, E. (2012). *Los Fundamentos de la Economía*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448151542.pdf>
- Buschmann, A. (Mayo de 2006). *WEBISLAM*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2013, de http://www.webislam.com/articulos/29198-desarrollo_socioeconomico_sostenible.html
- Bustamante , J. C. (Enero de 2004). Crecimiento económico, nuevos negocios y actividad emprendedora. *Visión gerencial*, 3(1), 3-15.
- Bustos, J. (10 de Marzo de 2012). Recuperado el 09 de Diciembre de 2012, de http://es.over-blog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.html
- Carpi, J. (09 de Abril de 2004). *El objeto de la economía. Economía Política y Hacienda Pública*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2012, de http://www.uib.es/depart/deaweb/webpersonal/javiercapo/derecho/temas/concepto_ec.pdf
- CEPAL. (02 de Julio de 2004). *Desarrollo empresarial y encadenamientos productivos*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2012, de <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/14980/DGE-2234-Cap7.pdf>
- Cómite de Donantes para las Pequeñas Empresas. (08 de 2001). *Servicios de desarrollo empresarial para pequeñas empresas: Principios rectores de la intervención de los donantes*. Recuperado el 09 de Abril de 2013, de <http://www.ilo.org/images/empent/static/seed/donor/bds-donCom-gui-esp.pdf>
- Córdova Efrén, J. (09 de Noviembre de 2007). *ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN*. Recuperado el 03 de Enero de 2013, de <http://www.emagister.com/curso-elaboracion-proyectos-investigacion/nivel-investigacion>
- Di Filippo, M., & Mathey, D. (Febrero de 2008). *Los Indicadores Sociales en la Formulación de Proyectos de Desarrollo con enfoque territorial*. Recuperado el 29 de Abril de 2014, de <http://inta.gob.ar/documentos/los-indicadores-sociales-en-la-formulacion-de-proyectos-de-desarrollo-con->

enfoque-territorial/at_multi_download/file/INTA%20-%20Indicadores%20sociales.pdf

- Diario El Hoy. (27 de Octubre de 2008). *Un fondo para impulsar el desarrollo empresarial del Ecuador*. Recuperado el 08 de 12 de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/un-fondo-para-impulsar-el-desarrollo-empresarial-del-ecuador-314440.html>
- Díaz de Salazar, J. R. (2006). *Diseño de una incubadora de empresas de base tecnológica, basado en la metodología de los sistemas suaves*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2012, de http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/2637/1/1352_2006_ESIME-ZAC_MAESTRIA_Diaz_Salazar.pdf
- Dubois, A. (2004). *Un Concepto de Desarrollo para la Cooperación del Siglo XXI*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://www.alboan.org/archivos/287.pdf>
- Emprender. (2007). *La corporación de una incubadora de empresas de Tungurahua como centro de formación de pymers*. Ambato.
- Fernández Fernández, M. T., & Blanco Jiménez, F. J. (2011). *INCUBACIÓN DE EMPRESAS Y SOFT LANDING EMPRESARIAL EN LOS PAÍSES SOCIO MEDITERRÁNEOS*. Recuperado el 27 de Octubre de 2012, de http://www.revistasice.com/CachePDF/ICE_861_161-176__437C543A141EC25ACCE546901FC1D088.pdf
- Garay Zurita, M. A., & Jácome Armendariz, S. A. (2005). *“ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO A LA EMPRESA OLMEDO ARIAS DISTRIBUCIONES CIA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, AÑOS 2004-2005, PARA REDUCIR EL RIESGO DE INVERSIÓN*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2012, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/489/1/52T00130.pdf>
- García Martínez, J. (2011). *Factores que influyen en la transferencia de conocimientos a través de las incubadoras universitarias : dos casos de estudio*. Recuperado el 04 de Abril de 2013, de <http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/3335/3/TFLACSO-01-2011JCGM.pdf>
- Global Entrepreneurship Monitor . (2010). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2010*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de <http://www.gemconsortium.org/docs/download/483>

- Gómez, L. (2002). *Evaluación del impacto de las incubadoras de empresas estudios realizados*. Recuperado el 23 de 10 de 2012, de http://maaz.ihmc.us/rid=1177390614203_1717588426_1282/EvaluaciondeImpactodelasIncubadorasdeEmpresasGOMEZ_2002.pdf
- González , J. (09 de 04 de 2006). *Análisis Exploratorio de los Recursos Necesarios para implementar una Incubadora de Empresas de Base Tecnológica en la Universidad de las Américas, Puebla*. Recuperado el 04 de Diciembre de 2013, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/gonzalez_m_jl/capitulo2.pdf
- González-Moro Zincke, M. E., & Caldero Fernández, J. (Junio de 2010). *Las Ciencias Sociales: Concepto y Clasificación*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2013, de http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/69061/1/Las_ciencias_sociales_concepto_y_clasifi.pdf
- Harman Canalle, Ú. A. (Abril de 2012). *UN ESTUDIO DE LOS FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO EN EMPRENDEDORES DE UN PROGRAMA DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS: CASO DEL PROYECTO RAP PERÚ*. Recuperado el 23 de Octubre de 2012
- Incubadora de empresas de Innovación y Base Tecnológica del Huila. (Diciembre de 2005). *Programa de Cultura Empresarial para competir*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2013, de <http://www.huila.gov.co/documentos/M/ModuloEspirituEmpresarialIES.pdf>
- INSTITUTO HACENDARIO DEL ESTADO DE MÉXICO. (2003). *SERIE DE GUÍAS TÉCNICAS PARA LAS TESORERÍAS MUNICIPALES*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2013, de <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ZOOT%20C3%89CNICAS/CARRERA%20DE%20INGENIER%20C3%8DA%20ZOOT%20C3%89CNICA/08/PROYECTOS%20INVERSION/ELABORACI%20C3%93N%20Y%20EVALUACI%20C3%93N%20DE%20PROYECTOS%20DE%20INVERSI%20C3%93N.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS. (2012). *RESULTADO CENSO 2010. POBLACIÓN Y VIVIENDA. FASCÍCULO PROVINCIAL TUNGURAHUA*. Recuperado el 30 de Enero de 2014, de http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculos_provinciales/tungurahua.pdf

- Internet. (2005). *Centro de Incubación de Empresas del Tec*. Recuperado el 02 de Diciembre de 2012, de <http://www.cietec.org/cie.htm>
- Internet. (2008). *Definición de microeconomía*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de <http://definicion.de/microeconomia/>
- Internet. (04 de Febrero de 2011). *CONSULTING CREDIT*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2012, de <http://www.consultingcredit.com/glosario/i/indicadores-economicos.html>
- Jhoel, W. (2010). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN*. Recuperado el 03 de Enero de 2013, de www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml
- Kantis (ed.), H. (2004). *Desarrollo Emprendedor, América Latina y la experiencia internacional*. Recuperado el 29 de Octubre de 2012, de <http://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=fMoSV8b19QY%3D&tabid=809>
- Landsdale, D., Abad, C., & Vera, D. (2012). *Impulsores Claves para establecer el Ecosistema Dinámico de Emprendimiento en Ecuador*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de http://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika009/polemika009_007_articulo003.pdf
- Llanos, L. (01 de Julio de 2013). *Formar emprendedores. Un impulso para la creación de nuevos emprendimientos*. Recuperado el 09 de Diciembre de 2013, de <http://www.educamericas.com/articulos/reportajes/formar-emprendedores-un-impulso-para-la-creacion-de-nuevos-negocios>
- Loor, J. (Abril de 2011). *Análisis financiero y Económico de la empresa*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2012, de <http://economiadelaempresa.files.wordpress.com/2011/04/unidad-10-anc3a1lisis-financiero-y-econ3b3mico-de-la-empresa.pdf>
- Lozano, G. (2007). *Definición del Conocimiento*. Recuperado el 03 de Diciembre de 2012, de <http://www.definicionabc.com/ciencia/conocimiento.php#ixzz2EP1nIK5J>
- Lyons, T., & Lichteinsten, G. (2003). *Incubando nuevas empresas*. (M. Gepper, Ed.) Montevideo: Libros en red.
- Martinez, I. (03 de Marzo de 2010). *Investigación de Campo-Enfoque Cualitativo*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de <http://www.articuloz.com/monografias-articulos/investigacion-de-campo-enfoque-cualitativo-2076353.html>

- Martínez, M. (2010). *La creación de una incubadora de empresas en la ciudad de Puyo y su incidencia en el Desarrollo Empresarial*. Recuperado el 09 de Abril de 2013, de <http://www.slideshare.net/faviomeneses/tesis-incubadora-de-empresas-13831595>
- Mejía, C. (2011). *Documentos Plannig*. Recuperado el 07 de 13, de <http://planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf>
- Mendieta, J. C. (Enero de 2007). *Economía del Bienestar Aplicado*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2013, de <http://alvaroaltamirano.files.wordpress.com/2010/05/notas-de-economia-del-bienestar-juan-carlos-mendieta.pdf>
- Ministerio de Industria y Comercio de Paraguay. (2013). *Incubadoras de Empresas*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de <http://www.mic.gov.py/v1/node/185>
- Morales , C. M. (2010.). *Colección Gerencia de Proyectos*. Recuperado el 22 de Febrero de 2014, de http://fyedeproyectos2.files.wordpress.com/2010/07/notas-de-clase_1.pdf
- Muñoz , O. (2008). *En qué consiste el Análisis Económico de una Empresa*. Recuperado el 12 de Abril de 2013, de http://es.over-blog.com/En_que_consiste_el_analisis_economico_de_una_empresa-1228321767-art260879.html
- Ordaz Zubia, V. (2006). *ANALISIS Y CRITICA DE LA METODOLOGIA PARA LA REALIZACIÓN DE PLANES REGIONALES EN EL ESTADO DE GUANAJUATO*. Recuperado el 09 de 12 de 2013, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>
- Peña, J., Bravo, S., Alvarez, F., & Duván , P. (11 de Septiembre de 2012). Análisis de las características de las incubadoras de empresas. *Journal of Economics, Finance and Administrative Services*, 16, 14-29.
- Pérez, D., & Pérez Martínez, I. (2006). *El Precio: Tipos y Estrategias de Fijación*. Recuperado el 20 de Febrero de 2014, de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:45110/componente45108.pdf
- Pineda Márquez, K., Urrego Montañez, K., Martínez Cárdenas, A., & García Carvajal, S. (Junio de 2011). *Perspectivas de la Incubación de empresas en Colombia: un estudio exploratorio en la principales ciudades del país*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de <http://www.unilibrecali.edu.co/libre->

empresa/images/stories/pdf_articulos/volumen8-1/8%20libre_empresa_157-174_enero_junio_2011.pdf

- Ponssa, E. (30 de Diciembre de 2008). Recuperado el 09 de Abril de 2013, de <http://www.vet.unicen.edu.ar/html/Areas/Economia%20y%20Admin%20Rural/Material/2008/Organizacion%20y%20gestion%20de%20empresas/Doc%20tematico%20Indicadores.pdf>
- Pucheta, M. (2003). *Noción de ontología del presente en Michel Foucault*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de http://www.ucc.edu.ar/paginas/filosofia/public_alumnos/FoucaultMatiasPuchetta.pdf
- Ramírez González, A. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documents/ALBERTORAMIREZMETODOLOGIADELAINVESTIGACIONCIENTIFICA.pdf>
- Ramos, C. (2010). *Las incubadoras de Empresas, impulsoras del desarrollo emprendedor y económico de las MPYMES en el Estado de Tamaulipas*. Recuperado el 09 de Abril de 2012, de <http://www.turevista.uat.edu.mx/SISTEMA%20UNIVERSITARIO/TCPsociales1.pdf>
- Revista Académica de Investigación de Tlatemoani. (2013). *El Enfoque Mixto de la Investigación en los Estudios Fiscales*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>
- REVISTA DE ENFERMERÍA, U. D. (2011). *Metología de la Investigación*. Recuperado el 03 de Enero de 2013, de http://www.revenf.ucr.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=34
- Reyes, G. (Enero de 2010). *Comercio y Desarrollo: Bases conceptuales y enfoque para América Latina y el Caribe*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2013, de <http://www.zonaeconomica.com/files/comercio-desarrollo.pdf>
- Rivas, J. (25 de Mayo de 2012). *La población en la metodología de investigación*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de <http://elaboratunomonografiapasoapaso.com/blog/la-poblacion-en-metodologia-de-la-investigacion/>
- Sabino, C. (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Recuperado el 01 de Diciembre de 2012, de <http://paginas.ufm.edu/SAbino/ingles/book/diccionario.pdf>

- Sandoval, D. X. (2010). *Las estrategias para forjar Emprendedores en impulsar la creación de una incubadora de Empresas para la Fundación Cuesta Holguín de la ciudad de Ambato en el segundo semestre del 2010*. Recuperado el 09 de Abril de 2013, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/1484/213%20Ing.pdf?squence=1>
- Santos Cumplido, F. J. (11 de Abril de 2004). *Convergencia, Desarrollo y Empresarialidad en el Proceso de Globalización Económica*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2013, de <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/442/b1376695.pdf?...1>
- Sierra Guzmán, M. (2012). *Tipos más usuales de investigación*. Recuperado el 06 de Mayo de 2014, de http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf
- Stam, E., Kashifa, S., Hessels, J., & Stel, V. (2006). Los emprendedores con potencial del crecimiento y el desarrollo económico. Políticas pñublicas de apoyo a los emprendedores. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 2(62), 124-149.
- Tortosa Naroto, J. (08 de 01 de 2010). *Introducción a la Economía*. Recuperado el 3 de 12 de 2012, de <http://ciam.ucol.mx/posgrado/conta/economia.pdf>
- Universo, D. e. (31 de Mayo de 2012). Ecuador registró más de \$ 1.000 millones por venta de crudo en abril. pág. 18 A.
- Van Dyk, J. (2010). *Porque fracasan 9 de cada 10 pequeños negocios* . Recuperado el 29 de Octubre de 2012, de <http://www.iddeco.net/pdfs/Fracaso%20de%20Empresa.pdf>
- Velasquez , C. (13 de Marzo de 2008). *Investigación de Campo*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de <http://my.opera.com/jcamilovelasquez/blog/investigacion-de-campo>
- Velía, Z. (2006). *ANÁLISIS Y CRÍTICA DE LA METOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE PLANES REGIONALES DEL ESTADO DE GUANAJUATO*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2013, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/voz/1a.htm>

ANEXOS

Anexo 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA
ENCUESTA

Dirigido a : Emprendedores vinculados a CorpoAmbato durante el período 2010-2012.

Tema:
"Las incubadoras de empresas y su incidencia en el desarrollo socioeconómico de los emprendedores vinculados a CorpoAmbato entre los años 2010-2012 en la provincia de Tungurahua".

Motivación:
Recolectar información confiable sobre las incubadoras de empresas de la provincia y el desarrollo socioeconómico de los emprendedores vinculados. La información será utilizada para fines académicos.

Objetivo:
Determinar la incidencia que ha tenido la incubadora de empresas del cantón Ambato (CorpoAmbato) en los emprendedores vinculados a la misma durante los años 2010-2012.

Instrucciones:
· Sea sincero al contestar, recuerde que el cuestionario es anónimo.

Datos generales:

Edad:	Género:	<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	Nivel de instrucción	<input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria	<input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Cuarto Nivel
-------------	---------	--	-----------------------------	--	--

1.- ¿A cuál de los siguientes sectores productivos pertenece su emprendimiento?

Agropecuaria	<input type="checkbox"/>
Manufactura (alimenticia)	<input type="checkbox"/>
Textil	<input type="checkbox"/>
Madera	<input type="checkbox"/>
Turismo	<input type="checkbox"/>

2.-¿Cuál fue el motivo que lo llevo a desear emprender un negocio propio?

Necesidad económica	<input type="checkbox"/>
Independencia laboral	<input type="checkbox"/>
Desempleo	<input type="checkbox"/>
Superación personal	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Cuál es el motivo principal que lo llevó a acudir a CorpoAmbato como una institución de apoyo a su emprendimiento?

Plasmar una idea innovadora en un Plan de Negocios	<input type="checkbox"/>
Obtener conocimientos relacionados a empresas.	<input type="checkbox"/>
Posibilidades de acceder a financiamiento.	<input type="checkbox"/>
Establecer y aplicar metodologías en procesos productivos	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Después de haber recibido los servicios de CorpoAmbato, considera que es una incubadora de empresas?

a) Sí	<input type="checkbox"/>
b) No	<input type="checkbox"/>

5.- Califiquel servicio de CORPOAMBATO para su emprendimiento

- a) Excelente
- b) Muy Bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

6.-¿Cuál de los siguientes servicios ha recibido por parte de CORPOAMBATO?

- Capacitaciones
- Asesoría legal, económica y administrativa
- Redes de contacto

SI	NO

7- ¿Qué tan antiguo es/fue su emprendimiento?

- Menos de 1 año?
- De 1 a 3 años?
- De 4 a 6 años ?
- Más de 6 años?

8-¿Para el desarrollo de sus actividades productivas CORPOAMBATO le ha facilitado?

- Equipos de computo
- Maquinarias
- Espacio físico
- Herramientas de trabajo (muebles y enseres)

SI	NO

9.- ¿Cuál de los siguientes beneficios/resultados piensa usted que le ha otorgado la asistencia empresarial de CORPOAMBATO hacia su emprendimiento?

- a) Inicio de la producción
- b) Establecimiento adecuado de metodologías, procesos y funciones.
- c) Incremento de la Producción
- d) Acceso a segmentos de mercado

	SI	NO

10.- ¿En cuanto al financiamiento, el apoyo de CORPOAMBATO le permitió acceder a ?

- Financiamiento Total o Parcial (instituciones privadas).
- Financiamiento Total o Parcial (Entidades públicas)
- Financiamiento Total o Parcial de ONGS (Fondos no reembolsables)

SI	NO

11.- ¿Considera usted que el apoyo recibido por parte de CORPOAMBATO, se ha visto reflejado en réditos económicos en beneficio de la calidad de vida de usted y su familia?

- a) Si
- b) No

12.- ¿En los dos últimos años la producción de su negocio ha?

- a) Incrementado
- b) Mantenido
- c) Disminuido
- d) No produce

13- ¿En los últimos dos años sus ingresos económicos mensuales han?

- a) Incrementado
- b) Mantenido
- c) Disminuido

14- ¿Sus ingresos mensuales le permiten a usted y su familia acceder a?

- a) Servicios de salud
- b) Educación
- c) Alimentación balanceada y nutritiva
- d) Actividades de ocio y recreación

SI	NO

15- ¿Considera que en los últimos dos años su calidad de vida ha?

- a) Mejorado
- b) Mantenido
- c) Empeorado

16- ¿Actualmente a que se dedica ?

- a) Es empleado en relación de dependencia
- b) Posee un empleo ocasional
- c) Está desempleado
- d) Está emprendiendo en un negocio diferente al anterior
- e) Continúa de manera parcial con su emprendimiento y mantiene otra fuente de ingreso
- f) Continúa de manera total con su emprendimiento

17.-¿Considera que CorpoAmbato debería implementar un Plan de Incubación para Nuevos Emprendimientos?

- a) SI
- b) NO

Muchas gracias por su tiempo.

Anexo 2

Ejemplo Estudio Económico Financiero

“Clúster Maderero de Tungurahua”

1. VOLÚMENES DE VENTAS

En base al histórico de ventas en conjunto de cada producto y con una proyección de crecimiento anual del 5%.

AÑO	Juegos de Dormitorio	Juegos de salas
	Volúmen	
1	768	960
2	806	1008
3	847	1058
4	889	1111
5	934	1167

2. POLITICA DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

POLITICA DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

POLITICA COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS	DIAS
Caja	32
Crédito a clientes (locales)	15
Crédito de proveedores	15
Inventario de productos terminados	2
Inventario de productos en proceso	15
Inventario de materias primas	15
Inventario de materiales indirectos	15
Periodos de amortización de activos diferidos	10

Calculo del Factor Caja:

Promedio de Días de inventario de insumos	15
Promedio de Días de duración del proceso de producción	15
Promedio de Días de productos terminados	2
Promedio de Días de crédito a clientes	15
(-) Promedio de Días de crédito de proveedores	-15
FACTOR CAJA	32

3. CAPITAL DE TRABAJO

CALCULO CAPITAL DE TRABAJO						
PERIODO:		1	2	3	4	5
COSTOS DE PRODUCCION						
Materia Prima		829.132,80	870.589,44	914.118,91	959.824,86	1.007.816,10
Materiales Indirectos		91.143,36	95.700,53	100.485,55	105.509,83	110.785,32
Suministros y servicios		13.800,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00
Mano de Obra Directa		230.931,40	246.225,28	275.192,96	275.192,96	304.160,64
Mano de Obra indirecta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento y seguros		52.800,00	52.800,00	52.800,00	52.800,00	52.800,00
Subtotal		1.217.807,56	1.279.115,25	1.356.397,43	1.407.127,65	1.489.362,06

REQUERIMIENTO DIARIO 3.382,80

FACTOR DE CAJA		108.249,56
INVENTARIO MA P		34.547,20
INVENTARIO M. INDIRECTOS		3.797,64
CAPITAL DE TRABAJO		146.594,40

4. PLAN DE INVERSIONES

Rubro	Valor	%
Activos fijos operativos		
Terreno	150.000	18,43
Construcción	430.000	52,83
Maquinaria	230.000	28,26
Subtotal	814.000	100
Activos fijos administración		
Muebles y enseres administración	2.000	0,25
Equipos oficina	2.000	0,25
Subtotal	63.607	100
Activos diferidos		
Gastos Preoperativos	2.328	4
Intereses Preoperativos	58.250	92
Imprevistos	3.029	5
Subtotal	63.607	100
Capital de trabajo		
Requerimiento de caja 32 días	108.249,56	73,84
Inventario Materia prima	34.547,20	23,57
Inventario Materiales	3.797,64	2,59
Subtotal	146.594,40	100,00
Inversión total	\$ 1.024.201,09	

FINANCIAMIENTO		
CREDITO	500.000,00	48,8%
CAPITAL	524.201,09	51,2%
TOTAL FINANCIAMIENTO	1.024.201,09	100,0%

5. COSTOS Y GASTOS

MATERIALES DIRECTOS

DETALLE	UNIDAD	COSTO	CANTIDAD	COSTO POR MUEBLE	VOLUMEN MATERIAS PRIMAS (monetario)				
					1	2	3	4	5(normal)
JUEGO DE DORMITORIO									
MADERA	PIEZAS	18,00	12	216,00	165888,0	174182,4	182891,5	192036,1	201637,9
TRIPLEX MED 1	PLANCHAS	15,00	3	45,00	34560,0	36288,0	38102,4	40007,5	42007,9
TRIPLEX MED 2	PLANCHAS	22,00	3	66,00	50688,0	53222,4	55883,5	58677,7	61611,6
TRIPLEX 3	PLANCHAS	12,50	2	25,00	19200,0	20160,0	21168,0	22226,4	23337,7
			TOTAL	352,00	270336,0	283852,8	298045,4	312947,7	328595,1

DETALLE	UNIDAD	COSTO UNITARIO	#	COSTO PO MUEBLE	VOLUMEN MATERIAS PRIMAS (monetario)				
					1	2	3	4	5(normal)
JUEGO DE SALA									
MADERA	PIEZAS	18,00	12	216,00	207360,0	217728,0	228614,4	240045,1	252047,4
BANDA	METROS	1,13	16	18,08	17356,8	18224,6	19135,9	20092,7	21097,3
COSTALES	UNIDADES	0,25	20	5,00	4800,0	5040,0	5292,0	5556,6	5834,4
ESPONJA	CM	2,70	70	189,00	181440,0	190512,0	200037,6	210039,5	220541,5
TAPIZ	METROS	7,00	22	154,00	147840,0	155232,0	162993,6	171143,3	179700,4
			TOTAL	582,08	558796,8	586736,6	616073,5	646877,1	679221,0

**MATERIALES
INDIRECTOS**

(en base a la producción proyectada
Neta, es decir sin desperdicio)

					VOLUMEN MATERIALES INDIRECTOS (monetario)						
DETALLE MATERIAL ES	UNIDAD	COSTO unitario	#	COSTO POR MUEBLE	1	2	3	4	5(normal)		
JUEGO DE DORMITORIO											
Pega	galones		12,00	1	12,00	9123,84	9580,032	10059,0336	10561,98528	11090,08454	
Lija	metros		4,50	3	13,50	10264,32	10777,536	11316,4128	11882,23344	12476,34511	
Clavos varios	libras		1,20	5	6,00	4561,92	4790,016	5029,5168	5280,99264	5545,042272	
Rieles	unidades		4,80	14	67,20	51093,50	53648,1792	56330,58816	59147,11757	62104,47345	
Tornillos	unidades		0,03	100	2,50	1900,80	1995,84	2095,632	2200,4136	2310,43428	
Angulos	juego		6,00	1	6,00	4561,92	4790,016	5029,5168	5280,99264	5545,042272	
Tiraderas	unidades		2,00	14	28,00	21288,96	22353,408	23471,0784	24644,63232	25876,86394	
Espejo	unidad		20,00	1	20,00	15206,40	15966,72	16765,056	17603,3088	18483,47424	
Sellador	galones		22,00	2	44,00	33454,08	35126,784	36883,1232	38727,27936	40663,64333	
Preservante	galon		15,00	1	15,00	11404,80	11975,04	12573,792	13202,4816	13862,60568	
Lijas	pliegos		0,70	12	8,40	6386,69	6706,0224	7041,32352	7393,389696	7763,059181	
Masilla	-		5,00	1	5,00	3801,60	3991,68	4191,264	4400,8272	4620,86856	
Tinte	galon		28,00	1	28,00	21288,96	22353,408	23471,0784	24644,63232	25876,86394	
Tiñer	galones		7,00	3	21,00	15966,72	16765,056	17603,3088	18483,47424	19407,64795	
Laca	galones		24,00	3	72,00	54743,04	57480,192	60354,2016	63371,91168	66540,50726	
guaipe	libras		1,50	1	1,50	1140,48	1197,504	1257,3792	1320,24816	1386,260568	
resbalones	unidades		0,20	20	4,00	3041,28	3193,344	3353,0112	3520,66176	3696,694848	
plástico embalaje	rollo		13,00	1	13,00	9884,16	10378,368	10897,2864	11442,15072	12014,25826	
				TOTAL		367,10	2791134,72	293069,1456	307722,6029	323108,733	339264,1697

					VOLUMEN MATERIALES INDIRECTOS (monetario)						
DETALLE MATERIAL ES	UNIDAD	COSTO unitario	#	COSTO POR MUEBLE	1	2	3	4	5(normal)		
JUEGO DE SALA											
Piumon	metro	3,00	6	18,00	17107,20	17962,56	18860,69	19803,72	20793,91		
Pega	galones	8,00	1	4,00	3801,60	3991,68	4191,26	4400,83	4620,87		
Grapas	caja	8,00	1	8,00	7603,20	7983,36	8382,53	8801,65	9241,74		
Cierres	metros	0,60	6	3,60	3421,44	3592,51	3772,14	3960,74	4158,78		
Hilo n3	cono	1,00	1	1,00	950,40	997,92	1047,82	1100,21	1155,22		
material de acabado	-	20,00	1	20,00	19008,00	19958,40	20956,32	22004,14	23104,34		
Vidrio	-	20,00	1	20,00	19008,00	19958,40	20956,32	22004,14	23104,34		
resbalones	unidades	0,20	24	4,80	4561,92	4790,02	5029,52	5280,99	5545,04		
plástico de embalaje	-	13,00	1	13,00	12355,20	12972,96	13621,61	14302,69	15017,82		
cabo	libra	3,50	1	3,50	3326,40	3492,72	3667,36	3850,72	4043,26		
				TOTAL		95,9	91143,36	95700,528	100485,5544	105509,8321	110785,3237

**MANO DE OBRA
DIRECTA**

Juegos de Dormitorio

	Detalle	Salario	Al año (12meses)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto (Salario básico)	Vacaciones	Aporte Patronal Iess	Fondos de Reserva (8,33% del salario)	Número de Obreros	Total Mano de Obra Anual
Año 1	Obreros en blanco (10) y acabado (10) y (1) de accesorios	450	5400	450	340		602,1		21	142634,1
Año 2	Obreros en blanco (10) y acabado (10) y (1) de accesorios	450	5400	450	340		602,1	449,82	21	152080,32
Año 3	Obreros en blanco (11) y acabado (11) y (1) de accesorios	450	5400	450	340		602,1	449,82	23	166564,16
Año 4	Obreros en blanco (11) y acabado (11) y (1) de accesorios	450	5400	450	340		602,1	449,82	23	166564,16
Año 5	Obreros en blanco (12) y acabado (12) y (1) de accesorios	450	5400	450	340		602,1	449,82	25	181048

Juegos de Sala

	Detalle	Salario	Al año (12meses)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal Iess	Fondos de Reserva (8,33% del salario)	Número de Obreros	Total Mano de Obra Anual
Año 1	Obreros de estructura (3) , obreros tapicería (10)	450	5400	450	340		602,1		13	88297,3
Año 2	Obreros de estructura (3) , obreros tapicería (10)	450	5400	450	340		602,1	449,82	13	94144,96
Año 3	Obreros de estructura (4) , obreros tapicería (11)	450	5400	450	340		602,1	449,82	15	108628,8
Año 4	Obreros de estructura (4) , obreros tapicería (11)	450	5400	450	340		602,1	449,82	15	108628,8
Año 5	Obreros de estructura (5) , obreros tapicería (12)	450	5400	450	340		602,1	449,82	17	123112,64

	DÓLARES AMERICANOS						
	1	2	3	4	5 (normal)	6	7
Obreros dormitorios	142634,10	152080,32	166564,16	166564,16	181048,00	181048,00	181048,00
Obreros salas	88297,30	94144,96	108628,80	108628,80	123112,64	123112,64	123112,64
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	230931,40	246225,28	275192,96	275192,96	304160,64	304160,64	304160,64

**MANO DE OBRA
INDIRECTA**

Personal de Ventas

	Detalle	Salario	Al año (12meses)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal Iess	Fondos de Reserva (8,33% del salario)	Número de trabajadores	Total Mano de Obra Anual
Año 1	Vendedores	450	5400	450	340		602,1		3	20376,3
Año 2	Vendedores	450	5400	450	340		602,1	449,82	3	21725,76
Año 3	Vendedores	450	5400	450	340		602,1	449,82	3	21725,76
Año 4	Vendedores	450	5400	450	340		602,1	449,82	4	28967,68
Año 5	Vendedores	450	5400	450	340		602,1	449,82	4	28967,68

	DÓLARES AMERICANOS						
	1	2	3	4	5 (normal)	6	7
Vendedores	20376,30	21725,76	21725,76	28967,68	28967,68	28967,68	28967,68
TOTAL PERSONAL DE VENTAS	20376,30	21725,76	21725,76	28967,68	28967,68	28967,68	28967,68

Personal Administrativo

	Detalle	Salario	Al año (12meses)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal Iess	Fondos de Reserva	Número de trabajadores	Total Mano de Obra Anual
Año 1	Secretaria recepcionista/ asistente de gerencia	340	4080	318	340		454,92		2	10385,84
Año 2	Secretaria recepcionista/ asistente de gerencia	340	4080	318	340		454,92	339,864	2	11065,568
Año 3	Secretaria recepcionista/ asistente de gerencia	340	4080	318	340		454,92	339,864	2	11065,568
Año 4	Secretaria recepcionista/ asistente de gerencia	340	4080	318	340		454,92	339,864	2	11065,568
Año 5	Secretaria recepcionista/ asistente de gerencia	340	4080	318	340		454,92	339,864	2	11065,568

	Detalle	Salario	Al año (12meses)	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal 1 less	Fondos de Reserva	Número de trabajadores	Total Mano de Obra Anual
Año 1	Gerente General	2000	24000	2000	340		2676		1	29016
Año 2	Gerente General	2000	24000	2000	340		2676	1999,2	1	29016
Año 3	Gerente General	2000	24000	2000	340		2676	1999,2	1	29016
Año 4	Gerente General	2000	24000	2000	340		2676	1999,2	1	29016
Año 5	Gerente General	2000	24000	2000	340		2676	1999,2	1	29016

	Detalle	Honorarios por servicios profesionales	Pago Total al Año
Año 1	Contadora	500	6000
Año 2	Contadora	500	6000
Año 3	Contadora	500	6000
Año 4	Contadora	500	6000
Año 5	Contadora	500	6000

	DÓLARES AMERICANOS						
	1	2	3	4	5 (normal)	6	7
Secretaria recepcionista/ Asistente de gerencia	10385,84	11065,57	11065,57	11065,57	11065,57	11065,57	11065,57
Gerente General	29016,00	29016,00	29016,00	29016,00	29016,00	29016,00	29016,00
Contadora	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00	6000,00
TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO	45401,84	46081,57	46081,57	46081,57	46081,57	46081,57	46081,57

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS					
PERIODO:	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION					
Mano de obra directa	230.931,40	246.225,28	275.192,96	275.192,96	304.160,64
Materiales directos	829.132,80	870.589,44	914.118,91	959.824,86	1.007.816,10
Imprevistos % 3,0%	31.801,93	33.504,44	35.679,36	37.050,53	39.359,30
Subtotal	1.091.866,13	1.150.319,16	1.224.991,23	1.272.068,35	1.351.336,04
PERIODO:	1	2	3	4	5
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION					
Costos que representan desembolso:					
Mano de obra indirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materiales indirectos	91.143,36	95.700,53	100.485,55	105.509,83	110.785,32
Suministros y servicios	13.800,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00
Mantenimiento y seguros	52.800,00	52.800,00	52.800,00	52.800,00	52.800,00
Imprevistos % 3,0%	4.732,30	4.869,02	5.012,57	5.163,29	5.321,56
Parcial	162.475,66	167.169,54	172.098,12	177.273,13	182.706,88
Costos que no representan desembolso:					
Depreciaciones	44.500,00	44.500,00	44.500,00	44.500,00	44.500,00
Amortizaciones	6.127,89	6.127,89	6.127,89	6.127,89	6.127,89

Subtotal	213.103,55	217.797,43	222.726,01	227.901,02	233.334,77
-----------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	-------------------

PERIODO:	1	2	3	4
GASTOS DE ADMINISTRACION % depreciación imputado	80,00	80,00	80,00	80,00
Gastos que representan desembolso:				
Remuneraciones	45.401,84	46.081,57	46.081,57	46.081,57
Gastos de oficina	200,00	200,00	200,00	200,00
Arriendos de oficina	400,00	400,00	400,00	400,00
Honorarios a directores (contemplado en remuneraciones)	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento y seguros	60,00	60,00	60,00	60,00
Imprevistos 3,0%	1.381,86	1.402,25	1.402,25	1.402,25
Parcial	47.443,70	48.143,82	48.143,82	48.143,82
Gastos que no representan desembolso:				
Depreciaciones	640,00	640,00	640,00	640,00
Amortizaciones	232,78	232,78	232,78	232,78
Subtotal	48.316,48	49.016,60	49.016,60	49.016,60
PERIODO:	1	2	3	4
GASTOS DE VENTAS % depreciación imputado	20,00	20,00	20,00	20,00
Gastos que representan desembolso:				
Remuneraciones	20.376,30	21.725,76	21.725,76	28.967,68
Comisiones sobre ventas 0,0%	0,00	0,00	0,00	0,00
Publicidad	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Otros	0,00	0,00	0,00	0,00
Transporte interno y peletizado	0,00	0,00	0,00	0,00
Imprevistos 3,0%	701,29	741,77	741,77	959,03
Parcial	24.077,59	25.467,53	25.467,53	32.926,71
Gastos que no representan desembolso:				
Depreciaciones	160,00	160,00	160,00	160,00
Subtotal	24.237,59	25.627,53	25.627,53	33.086,71

TOTAL DE COSTOS Y GASTOS

PERIODO:	1	2	3	4	5
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	1.377.523,74	1.442.760,72	1.522.361,37	1.582.072,67	1.666.774,12

CONDICIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS			
Rubro	Vida útil	Mantenimiento	Seguros
Activos fijos operativos			
Terreno			
Construcción	20 años	3%	
Maquinaria	10 años	5%	
Activos fijos administración			
Muebles y enseres administración	5 años	5%	
Equipos oficina	5 años	5%	
Subtotal			

**CALCULO DE DEPRECIACIONES,
MANTENIMIENTO Y SEGUROS
(VALOR DE ADQUISICION)**

	INVERSIONES					
	V.UTIL	MANTENIM.	SEGUROS	DEPREC.	MANT.	SEGUROS
COSTO DE PRODUCCION:	AÑOS	%	%	\$		
Terreno						
Construcción	20,00	3%	5,00%	21.500,00	12.900,00	21.500,00
Maquinaria	10,00	3%	5,00%	23.000,00	6.900,00	11.500,00
Subtotal				44.500,00	19.800,00	33.000,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS						
Muebles y enseres administración	5,00	5,00%		400,00	100,00	
Equipos oficina	5,00	5,00%	3,00%	400,00	100,00	60,00
Subtotal				800,00	200,00	60,00

TOTAL				45.300,00	20.000,00	33.060,00
--------------	--	--	--	------------------	------------------	------------------

TABLA DE PAGOS DEL PRESTAMO (Cuota decreciente)				
MONTO (USD MILES)		500.000,00		
PLAZO (AÑO)		10		
PERIODO DE GRACIA (SEMESTRE)		0		
TASA DE INTERES (ANUAL)		11,65%		
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	500.000,00	58.250,00	50.000,00	108.250,00
2	450.000,00	26.212,50	50.000,00	76.212,50
3	400.000,00	23.300,00	50.000,00	73.300,00
4	350.000,00	20.387,50	50.000,00	70.387,50
5	300.000,00	17.475,00	50.000,00	67.475,00
6	250.000,00	14.562,50	50.000,00	64.562,50
7	200.000,00	11.650,00	50.000,00	61.650,00
8	150.000,00	8.737,50	50.000,00	58.737,50
9	100.000,00	5.825,00	50.000,00	55.825,00
10	50.000,00	2.912,50	50.000,00	52.912,50
TOTAL		189.312,50	500.000,00	689.312,50

ANEXO A LOS ESTADOS FINANCIEROS					
I. RECUPERACION DE VENTAS					
	1	2	3	4	5
Ventas	2147904,00	2255299,20	2368064,16	2486467,37	2610790,74
Días de crédito a clientes	15	15	15	15	15
Cuentas por cobrar	89496,00	93970,80	98669,34	103602,81	108782,95
Recuperación del período	2058408,00	2161328,40	2269394,82	2382864,56	2502007,79
Recuperación por ventas	2058408,00	2250824,40	2363365,62	2481533,90	2605610,60
Saldo de cuentas por cobrar					108782,95

2.PAGO DE MATERIALES Y MATERIA PRIMA		Preoperac.	1	2	3	4	5
Saldo inicial de proveedores		0,00	1.597,70	38.424,73	40.345,96	42.363,26	44.481,42
(+) Compras		38.344,84	922.193,40	968.303,07	1.016.718,23	1.067.554,14	1.118.601,42
(-) Pagos		36.747,14	885.366,38	966.381,84	1.014.700,93	1.065.435,97	1.116.474,45
Saldo final de proveedores (cuentas por pagar)		1.597,70	38.424,73	40.345,96	42.363,26	44.481,42	46.608,39
3. PAGO A PROVEEDORES		Preoperac.	1	2	3	4	5
Pago por materias primas y materiales indirectos		36.747,14	885.366,38	966.381,84	1.014.700,93	1.065.435,97	1.116.474,45
Suministros y servicios		0,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00	13.800,00
Pago a proveedores		36.747,14	899.166,38	980.181,84	1.028.500,93	1.079.235,97	1.130.274,45
4. COSTO DE FABRICACION/PRODUCCION Y VENTAS		PREOPERAT.	1	2	3	4	5
Materias primas consumidas		0,00	829.132,80	870.589,44	914.118,91	959.824,86	1.007.816,10
Mano/obra/directa+imprevistos (costos directos)		0,00	262.733,33	279.729,72	310.872,32	312.243,49	343.519,94
Costos indirectos de fabricación		0,00	213.103,55	217.797,43	222.726,01	227.901,02	233.334,77
COSTO DE FABRICACION		0,00	1.304.969,68	1.368.116,59	1.447.717,24	1.499.969,37	1.584.670,82
(+) inventario inicial de productos en proceso		0,00	-	-	-	-	-
(-) inventario final de productos en proceso		0,00	-	-	-	-	-
COSTO DE PRODUCCION		0,00	1.304.969,68	1.368.116,59	1.447.717,24	1.499.969,37	1.584.670,82
(+) inventario inicial de productos terminados		0,00	-	11.932,80	12.529,44	13.155,91	13.813,71
(-) inventario final de productos terminados		0,00	11.932,80	12.529,44	13.155,91	13.813,71	14.504,39
COSTO DE VENTAS		0,00	1.293.036,88	1.367.519,95	1.447.090,77	1.499.311,57	1.583.980,13
5. INVENTARIOS DE MATERIAS PRIMAS		PREOPERAT.	1	2	3	4	5
Inventario inicial materias primas		0,00	34.547,20	36.274,56	38.088,29	39.992,70	41.992,34
(+) Compras		34.547,20	830.860,16	872.403,17	916.023,33	961.824,49	1.007.816,10
(-) Consumo		0,00	829.132,80	870.589,44	914.118,91	959.824,86	1.007.816,10
Inventario final de materias primas		34.547,20	36.274,56	38.088,29	39.992,70	41.992,34	41.992,34
6. INVENTARIOS MATERIALES INDIRECTOS		PREOPERAT.	1	2	3	4	5
Inventario inicial materiales		0,00	3.798	3.988	4.187	4.396	4.616
(+) Compras		3.797,64	91.333,24	95.899,90	100.694,90	105.729,64	110.785,32
(-) Consumo		0,00	91.143	95.701	100.486	105.510	110.785
Inventario final de materiales		3.797,64	3.987,52	4.186,90	4.396,24	4.616,06	4.616,06
7. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN		PREOPERAT.	1	2	3	4	5
Inventario inicial de productos terminados		0	0	11932,8	12529,44	13155,91	13813,71
(+) Producción		0	2159836,80	2267828,64	2381220,07	2500281,08	2625295,13
(-) Ventas		0	2147904,00	2255299,20	2368064,16	2486467,37	2610790,74
Inventario final de productos en terminados		0	11932,8	12529,44	13155,91	13813,71	14504,39

6. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	2.147.904,00	2.255.299,20	2.368.064,16	2.486.467,37	2.610.790,74
Costo de ventas	1.293.036,88	1.367.519,95	1.447.090,77	1.499.311,57	1.583.980,13
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	854.867,12	887.779,25	920.973,39	987.155,80	1.026.810,61
Gastos de ventas	24.237,59	25.627,53	25.627,53	33.086,71	33.086,71
Gastos de administración	48.316,48	49.016,60	49.016,60	49.016,60	49.016,60
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	782.313,06	813.135,12	846.329,27	905.052,49	944.707,30
Gastos financieros	58.250,00	26.212,50	23.300,00	20.387,50	17.475,00
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	724.063,06	786.922,62	823.029,27	884.664,99	927.232,30
15% Participación utilidades	108.609,46	118.038,39	123.454,39	132.699,75	139.084,85
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMPUESTO RENTA	615.453,60	668.884,23	699.574,88	751.965,24	788.147,46
Impuesto a la renta (22%)	135.399,79	147.154,53	153.906,47	165.432,35	173.392,44
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	480.053,81	521.729,70	545.668,40	586.532,89	614.755,02
Reserva Legal (5%)	24.002,69	26.086,48	27.283,42	29.326,64	30.737,75
UTILIDAD (PERDIDA) DISTRIBUIBLE	456.051,12	495.643,21	518.384,98	557.206,24	584.017,26

7. FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
A. INGRESOS OPERACIONALES						
	Preoperac.	1	2	3	4	5
Recuperación por ventas		2058408,00	2250824,40	2363365,62	2481533,90	2605610,60
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	36.747,14	899.166,38	980.181,84	1.028.500,93	1.079.235,97	1.130.274,45
Mano de obra directa e imprevistos		262.733,33	279.729,72	310.872,32	312.243,49	343.519,94
Mano de obra indirecta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de ventas		24.077,59	25.467,53	25.467,53	32.926,71	32.926,71
Gastos de administración		47.443,70	48.143,82	48.143,82	48.143,82	48.143,82
Gastos de fabricación		57.532,30	57.669,02	57.812,57	57.963,29	58.121,56
Parcial	36.747,14	1.290.953,29	1.391.191,92	1.470.797,16	1.530.513,29	1.612.986,48
Ingresos operacionales	0,00	2.058.408,00	2.250.824,40	2.363.365,62	2.481.533,90	2.605.610,60
Egresos operacionales	36.747,14	1.290.953,29	1.391.191,92	1.470.797,16	1.530.513,29	1.612.986,48
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	(36.747,14)	767.454,71	859.632,48	892.568,46	951.020,61	992.624,11
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito de proveedores de activos fijos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos a contratarse a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos a contratarse a mediano plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Créditos a contratarse a largo plazo	500.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Aportes de capital	524.201,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Parcial	1.024.201,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		58.250,00	26.212,50	23.300,00	20.387,50	17.475,00
Pago de créditos de corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago de créditos de mediano plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Pago de porción corriente de deuda a largo plazo	0,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Pago de cuentas y documentos histórico	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Pago participación de trabajadores	0,00	0,00	108.609,46	118.038,39	123.454,39	132.699,75
Pago de impuesto a la renta (15%)	0,00	0,00	135.399,79	147.154,53	153.906,47	165.432,35
Reparto de dividendos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reposición y nuevas inversiones						
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS Y DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS						
Terreno	150.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CONSTRUCCION	430.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MAQUINARIA	230.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres administración	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipos oficina	2.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activos diferidos	63.606,69					
Otros activos	0,00					
Parcial	877.606,69	108.250,00	320.221,75	338.492,92	347.748,36	365.607,10
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	146.594,40	(108.250,00)	(320.221,75)	(338.492,92)	(347.748,36)	(365.607,10)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	109.847,26	659.204,71	539.410,73	554.075,54	603.272,25	627.017,01
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	109.847,26	769.051,97	1.308.462,70	1.862.538,24	2.465.810,49
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	109.847,26	769.051,97	1.308.462,70	1.862.538,24	2.465.810,49	3.092.827,50
REQUERIMIENTOS DE CAJA		3.585,98	3.864,42	4.085,55	4.251,43	4.480,52

8. BALANCE GENERAL

	Preop.	1	2	3	4	5 (año normal)
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	109.847,26	769.051,97	1.308.462,70	1.862.538,24	2.465.810,49	3.092.827,50
Inversiones temporales		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Cuentas y docum. x cobrar mercado local		89.496,00	93.970,80	98.669,34	103.602,81	108.782,95
Cuentas y docum. x cobrar mercado extranj.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inventarios:						
Productos terminados	0,00	11.932,80	12.529,44	13.155,91	13.813,71	14.504,39
Productos en proceso	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Materias primas	34.547,20	36.274,56	38.088,29	39.992,70	41.992,34	41.992,34
Materiales indirectos	3.797,64	3.987,52	4.186,90	4.396,24	4.616,06	4.616,06
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	148.192,10	910.742,85	1.457.238,13	2.018.752,44	2.629.835,40	3.262.723,24
ACTIVOS FIJOS						
Terreno	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00
CONSTRUCCION	430.000,00	430.000,00	430.000,00	430.000,00	430.000,00	430.000,00
MAQUINARIA	230.000,00	230.000,00	230.000,00	230.000,00	230.000,00	230.000,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y enseres administración	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Equipos oficina	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
X	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal activos fijos	814.000,00	814.000,00	814.000,00	814.000,00	814.000,00	814.000,00
(-) depreciaciones		45.300,00	90.600,00	135.900,00	181.200,00	226.500,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	814.000,00	768.700,00	723.400,00	678.100,00	632.800,00	587.500,00
ACTIVO DIFERIDO	63.606,69	63.606,69	63.606,69	63.606,69	63.606,69	63.606,69
Amortización acumulada		6.360,67	12.721,34	19.082,01	25.442,68	31.803,35
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	63.606,69	57.246,02	50.885,35	44.524,68	38.164,01	31.803,35
TOTAL DE ACTIVOS	1.025.798,79	1.736.688,88	2.231.523,48	2.741.377,12	3.300.799,41	3.882.026,58
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones (créditos corto/mediano plazo/proveedor)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Porción corriente deuda largo plazo	0,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Cuentas y docum. por pagar proveedores	1.597,70	38.424,73	40.345,96	42.363,26	44.481,42	46.608,39
Gastos acumulados por pagar	0,00	244.009,25	265.192,92	277.360,86	298.132,10	312.477,29
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	1.597,70	332.433,98	355.538,88	369.724,12	392.613,52	409.085,68

PASIVO LARGO PLAZO	500.000,00	400.000,00	350.000,00	300.000,00	250.000,00	200.000,00
TOTAL PASIVO	501.597,70	732.433,98	705.538,88	669.724,12	642.613,52	609.085,68
PATRIMONIO						
Capital social pagado	524.201,09	524.201,09	524.201,09	524.201,09	524.201,09	524.201,09
Reserva legal (5%)	0,00	24.002,69	50.089,18	77.372,60	106.699,24	137.436,99
Futuras capitalizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad (pérdida) retenida	0,00	0,00	456.051,12	951.694,33	1.470.079,31	2.027.285,56
Utilidad (pérdida) neta	0,00	456.051,12	495.643,21	518.384,98	557.206,24	584.017,26
TOTAL PATRIMONIO	524.201,09	1.004.254,90	1.525.984,60	2.071.653,00	2.658.185,89	3.272.940,90
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.025.798,79	1.736.688,88	2.231.523,48	2.741.377,12	3.300.799,41	3.882.026,58
COMPROBACION BALANCE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

9. INDICADORES FINANCIEROS

A. LIQUIDEZ					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5 (año normal)
Activo corriente	910.742,85	1.457.238,13	2.018.752,44	2.629.835,40	3.262.723,24
Pasivo corriente	332.433,98	355.538,88	369.724,12	392.613,52	409.085,68
Caja y bancos	769.051,97	1.308.462,70	1.862.538,24	2.465.810,49	3.092.827,50
Inversiones temporales	-	-	-	-	-
Cuentas por cobrar	89.496,00	93.970,80	98.669,34	103.602,81	108.782,95
Capital trabajo	578.308,88	1.101.699,24	1.649.028,32	2.237.221,87	2.853.637,56
Índice de solvencia	2,74	4,10	5,46	6,70	7,98
Índice de liquidez	2,58	3,94	5,30	6,54	7,83

Análisis:

Capital trabajo	Para el primero año la empresa contará con \$579244,10 para cubrir sus obligaciones a corto plazo.	Para el segundo año la empresa contará con \$1103666,21 para cubrir sus obligaciones a corto plazo.	Para el tercer año la empresa contará con \$1652087,13 para cubrir sus obligaciones a corto plazo.	Para el cuarto año la empresa contará con \$2241387,55 para cubrir sus obligaciones a corto plazo. La empresa contará con \$6,70 para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del cuarto ciclo productivo.	A partir del quinto año (año normal) la empresa contará con \$2858970,19 para cubrir sus obligaciones a corto plazo. La empresa contará con \$7,98 para cubrir sus obligaciones a corto plazo a partir del quinto año productivo.
Índice de solvencia	La empresa contará con \$2,74 para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del primer ciclo productivo.	La empresa contará con \$4,10 para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del segundo ciclo productivo.	La empresa contará con \$5,46 para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del tercer ciclo productivo.	La empresa contará con \$6,55 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del cuarto ciclo productivo.	La empresa contará con \$7,832 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo a partir del quinto año productivo.
Índice de liquidez	La empresa contará con \$2,58 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del primer ciclo productivo.	La empresa contará con \$3,95 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del segundo ciclo productivo.	La empresa contará con \$5,31 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del tercer ciclo productivo.	La empresa contará con \$6,55 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo dentro del cuarto ciclo productivo.	La empresa contará con \$7,832 de recursos inmediatos para cubrir sus obligaciones a corto plazo a partir del quinto año productivo.

B. ACTIVIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	2.147.904,00	2.255.299,20	2.368.064,16	2.486.467,37	2.610.790,74
Activo total	1.025.798,79	1.736.688,88	2.231.523,48	2.741.377,12	3.300.799,41
Ventas a crédito	2.147.904,00	2.255.299,20	2.368.064,16	2.486.467,37	2.610.790,74
Cuentas por cobrar	89.496,00	93.970,80	98.669,34	103.602,81	108.782,95
Costo de ventas	1.293.036,88	1.367.519,95	1.447.090,77	1.499.311,57	1.583.980,13
Inventario producto terminados	11.932,80	12.529,44	13.155,91	13.813,71	14.504,39
Costo de materia prima	829.132,80	870.589,44	914.118,91	959.824,86	1.007.816,10
Inventario de materia prima	36.274,56	38.088,29	39.992,70	41.992,34	41.992,34
Compras a crédito	922.193,40	968.303,07	1.016.718,23	1.067.554,14	1.118.601,42
Cuentas por pagar	38.424,73	40.345,96	42.363,26	44.481,42	46.608,39
Rotación de activo total	2,09	1,30	1,06	0,91	0,79
Rotación de cuentas por cobrar	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00
Rotación de materias primas	22,86	22,86	22,86	22,86	24,00
Rotación de cuentas por pagar	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00

Análisis:

Rotación de cuentas por cobrar La empresa recuperará sus ventas a crédito 24 veces dentro de cada ciclo productivo, es decir cada 15 días, lo que coincide con lo establecido en la política de pagos y cobros.

Rotación de materias primas Las materias primas se renovará en promedio 23 veces en cada ciclo productivo de la empresa, es decir cada 15 días, lo que coincide con lo establecido en la política de pagos y cobros.

Rotación de cuentas por pagar La empresa cancelará las compras a crédito 24 veces dentro de cada ciclo productivo, es decir cada 15 días, lo que coincide con lo establecido en la política de pagos y cobros.

C. APALANCAMIENTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pasivo total	732.433,98	705.538,88	669.724,12	642.613,52	609.085,68
Activo total	1.736.688,88	2.231.523,48	2.741.377,12	3.300.799,41	3.882.026,58
Pasivo a largo plazo	400.000,00	350.000,00	300.000,00	250.000,00	200.000,00
Patrimonio	1.004.254,90	1.525.984,60	2.071.653,00	2.658.185,89	3.272.940,90
Índice de solidez	0,42	0,32	0,24	0,19	0,16
Índice de pasivo a largo plazo	0,28	0,19	0,13	0,09	0,06

D. CAPACIDAD DE PAGO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad operacional	782.313,06	813.135,12	846.329,27	905.052,49	944.707,30
Depreciaciones	45.300,00	45.300,00	45.300,00	45.300,00	45.300,00
Gasto financiero	58.250,00	26.212,50	23.300,00	20.387,50	17.475,00
Impuesto a la renta	-	135.399,79	147.154,53	153.906,47	165.432,35
Participación laboral	-	108.609,46	118.038,39	123.454,39	132.699,75
Pago de principal	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Cobertura de intereses	14,21	32,75	38,27	46,61	56,65
Cobertura total	7,65	14,47	15,78	17,44	19,09

E. DE RENTABILIDAD					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	456.051,12	495.643,21	518.384,98	557.206,24	584.017,26
Ventas	2.147.904,00	2.255.299,20	2.368.064,16	2.486.467,37	2.610.790,74
Utilidad operativa	782.313,06	813.135,12	846.329,27	905.052,49	944.707,30
Patrimonio	1.004.254,90	1.525.984,60	2.071.653,00	2.658.185,89	3.272.940,90
Rentabilidad global	36,42%	36,05%	35,74%	36,40%	36,18%
Rentabilidad sobre patrimonio	45,41%	32,48%	25,02%	20,96%	17,84%
Rentabilidad sobre activos	26,26%	22,21%	18,91%	16,88%	15,04%

Análisis:

Rentabilidad global	La recuperación media de la empresa en su actividad principal en términos de su operación para el primer año será de 36,49%	La recuperación media de la empresa en su actividad principal en términos de su operación para el segundo año será de 36,12%	La recuperación media de la empresa en su actividad principal en términos de su operación para el tercer año será de 35,81%	La recuperación media de la empresa en su actividad principal en términos de su operación para el cuarto año será de 36,47%	La recuperación media de la empresa en su actividad principal en términos de su operación a partir del quinto año será de 36,25%
Rentabilidad sobre patrimonio	La remuneración que la empresa brindará a los accionistas por los recursos invertidos será de 44,79% en el primero período.	La remuneración que la empresa brindará a los accionistas por los recursos invertidos será de 32,02% en el segundo período.	La remuneración que la empresa brindará a los accionistas por los recursos invertidos será de 24,66% en el tercer período.	La remuneración que la empresa brindará a los accionistas por los recursos invertidos será de 20,66% en el cuarto período.	La remuneración que la empresa brindará a los accionistas por los recursos invertidos será de 17,58% a partir del quinto período.
Rentabilidad sobre activos	Por cada dólar invertido en activos, la empresa generará 25,9%.	Por cada dólar invertido en activos, la empresa generará 21,9%.	Por cada dólar invertido en activos, la empresa generará 18,64%.	Por cada dólar invertido en activos, la empresa generará 16,64%.	Por cada dólar invertido en activos, la empresa generará 14,83%.

10. TIR, VAN Y CONCLUSIONES

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		EN BASE AL FLUJO OPERACIONAL				
FLUJO DE FONDOS	PREOPER.	1	2	3	4	5
Inversión fija	(814.000,00)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión diferida	(63.606,69)					
Capital de operación	(146.594,40)					
Participación de trabajadores		0,00	(108.609,46)	(118.038,39)	(123.454,39)	(132.699,75)
Impuestos		0,00	(135.399,79)	(147.154,53)	(153.906,47)	(165.432,35)
Flujo operacional (ingresos - egresos)	(36.747,14)	767.454,71	859.632,48	892.568,46	951.020,61	992.624,11
Valor de recuperación:						
Inversión fija		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Flujo Neto (precios constantes)	(1.060.948,23)	767.454,71	615.623,23	627.375,54	673.659,75	694.492,01
Flujo de caja acumulativo	(1.060.948,23)	767.454,71	1.383.077,94	2.010.453,48	2.684.113,23	3.378.605,24
TIRF precios constantes:		58,64%				

Análisis:

Al obtener un TIR mayor que a la Tasa de Descuento (TMAR=9,789), se concluye que el VAN será positivo y el proyecto debería ser aceptado.

VALOR DE SALVAMENTO (RECUPERACIÓN ACTIVOS FIJOS)				
ITEM	Valor Miles US\$	Vida útil total Años	Vida útil rest. Años	Valor salvam. Miles US\$
ACTIVOS FIJOS				
Terreno	150.000,00			150.000,00
CONSTRUCCION	430.000,00	20,00	10,00	215.000,00
MAQUINARIA	230.000,00	10,00	0,00	0,00
Muebles y enseres administración	2.000,00	5,00	0,00	0,00
Equipos oficina	2.000,00	5,00	0,00	0,00
TOTAL VALOR DE RECUPERACIÓN				365.000,00

Valor Actual Neto						
		1	2	3	4	5
Flujo Neto (precios constantes)	(1.060.948,23)	767.454,71	615.623,23	627.375,54	673.659,75	694.492,01
Tasa de descuento	9,78%					
Valor actual de los flujos		699.072,32	510.803,30	474.171,70	463.786,39	435.525,92
Sumatoria del valor actual de flujos	2.583.359,63					
VAN	1.522.411,40					

Análisis:

Al obtener un valor del VAN mayor que cero, se recomienda aceptar el proyecto.

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
ACCIONISTAS	51,2%	8,0%	4,1%
CREDITO	48,8%	11,7%	5,7%
TMAR GLOBAL			9,78%

RELACION BENEFICIO COSTO						
	Preop.	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	0,00	2.058.408,00	2.250.824,40	2.363.365,62	2.481.533,90	2.605.610,60
Egresos operacionales	36.747,14	1.290.953,29	1.391.191,92	1.470.797,16	1.530.513,29	1.612.986,48
Valor actual de ingresos	0,00	1.874.998,01	1.867.584,73	1.786.236,51	1.708.431,66	1.634.015,83
Valor actual de egresos	36.747,14	1.175.925,69	1.154.318,74	1.111.631,46	1.053.693,99	1.011.526,99
Sumatoria valor actual ingresos	8.871.266,73					
Sumatoria valor actual egresos	5.543.844,01					
Coficiente beneficio/costo	1,60					

Análisis:

El coeficiente Beneficio/Costo es mayor a "1" (B/C=1,6), es decir que el proyecto genera más recursos, en terminos del valor actual que la inversión realizada.

Período Real de Recuperación de la Inversión				
AÑOS	FLUJO OPERACIONAL	SUMATORI A FLUJO NETO	n HASTA QUE SUM (FNC) = PRRI = INVERSION	
	-1.060.948,2		AÑOS	MESES
1,0	767.454,7	767.454,7		
2,0	615.623,2	1.383.077,9	2,00	6,2
3,0	627.375,5			
4,0	673.659,7			
5,0	694.492,0			

Análisis:

El cálculo expresa que la inversión se recuperará en un período de 2 años seis meses.