

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING**

“Estudio de la incidencia del nivel de conocimientos de los emprendedores,  
en el desarrollo de las microempresas apoyadas por el GAD provincial del  
Carchi.”

Tesis de grado previa la obtención del  
título de Ingeniero en Administración de  
Empresas y Marketing

AUTOR: William Homero Morillo Quemág

ASESOR: Msc. Javier Villarreal

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2014

## **CERTIFICADO**

Certifico que el estudiante William Homero Morillo Quemág con el número de cédula 040151326-2 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Estudio de la incidencia del nivel de conocimientos de los emprendedores, en el desarrollo de las microempresas apoyadas por el GAD provincial del Carchi”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

-----  
Msc. Javier Villarreal  
Tulcán, 08 de Octubre del 2014

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía.

Yo, William Homero Morillo Quemág con cédula de identidad número 040151326-2 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....  
William Morillo  
Tulcán, 08 de Octubre del 2014

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO**

Yo William Homero Morillo Quemág, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 08 de Octubre del 2014

-----  
William Homero Morillo Quemág  
CI 040151326-2

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud en primer lugar a mis padres quienes día tras día me brindan su ayuda incondicional para salir adelante, consecuente de ellos agradezco a mi Universidad Politécnica Estatal del Carchi, siendo esta la institución educativa que ha logrado formar en mí una persona responsable he inteligente lleno de valores y principios para ser un buen ciudadano, a mis docentes y tutor de tesis quienes me impartieron sus conocimientos académicos durante mi formación profesional. Igualmente agradezco muy profundamente a todo el personal de la Dirección de Desarrollo Económico Local, del GAD provincial del Carchi, que hicieron posible la realización de la presente tesis, siendo ellos quienes me apoyaron en la investigación de campo en toda la provincia, brindando de igual forma información relevante para la culminación del presente trabajo.

## **DEDICATORIA**

A mis padres, quienes a lo largo de mi vida me han ayudado incondicionalmente a salir adelante cumpliendo con mis metas y objetivos propuestos, logrando ser ellos el pilar fundamental en mi existencia. Dedico este trabajo de igual manera a toda mi familia quienes han estado conmigo dándome fortalezas y motivaciones para poder llegar a estas instancias de mis estudios, siendo mi familia quien ha estado presente para apoyarme moral y económicamente. Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO .....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	4
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>5</b>
1. EL PROBLEMA.....	5
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3. DELIMITACIÓN .....	6
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.5.1 Objetivo General .....	9
1.5.2 Objetivos Específicos:.....	9
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>10</b>
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	10
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	10
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	17
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	21
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA .....	23
2.5.VOCABULARIO TÉCNICO .....	44
2.6. IDEA A DEFENDER .....	45
2.7. VARIABLES .....	45

<b>CAPÍTULO III</b> .....	46
3. METODOLOGÍA .....	46
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	47
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	51
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	54
3.6.PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	55
3.6.1. Análisis de resultados .....	55
3.6.1.1 Encuesta .....	55
3.6.1.1.1. Resultados conclusivos en la aplicación de la encuesta.....	95
3.6.1.1.2. Análisis de los mejores negocios, frente a los demás.....	97
3.6.1.1.3. Características y diferencias de los negocios más destacados. ....	99
3.6.1.2 Entrevista .....	103
3.6.2. Interpretación de datos .....	106
3.6.3. Validación de la idea a defender.....	106
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	111
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	111
4.1.CONCLUSIONES .....	111
4.2.RECOMENDACIONES.....	113
<b>CAPÍTULO V</b> .....	116
5. PROPUESTA.....	116
5.1. TÍTULO .....	116
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	118
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	119
5.4. OBJETIVOS.....	120

5.5. FUNDAMENTACIÓN .....	121
5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA .....	123
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	149
VII. ANEXOS .....	156

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Antecedentes Investigativos.....	10
Tabla No. 2 Población investigada.....	49
Tabla No. 3 Operacionalización de Variables. ....	51
Tabla No. 4 Tiempo de funcionamiento de los emprendimientos y microempresas. ....	56
Tabla No. 5 Nivel de estudios de los encuestados. ....	57
Tabla No. 6 Cursos y capacitaciones adquiridos. ....	58
Tabla No. 7 Puntuación para el primer tema de capacitación.....	59
Tabla No. 8 Puntuación para el segundo tema de capacitación. ....	61
Tabla No. 9 Puntuación para el tercer tema de capacitación.....	62
Tabla No. 10 Puntuación para el cuarto tema de capacitación. ....	63
Tabla No. 11 Los 4 mejores temas adquiridos en capacitación.....	65
Tabla No. 12 Puntuación para los medios más utilizados en autoeducación. ..	66
Tabla No. 13 Los 3 medios más utilizados en autoeducación. ....	68
Tabla No. 14 Principales fuentes para adquirir conocimiento. ....	69
Tabla No. 15 Principal fuente para adquirir conocimiento empresarial.....	70
Tabla No. 16 Puntuación para el primer tema que desean conocer y aprender los encuestados.....	71
Tabla No. 17 Puntuación para el segundo tema que desean conocer y aprender los encuestados.....	73
Tabla No. 18 Puntuación para el tercer tema que desean conocer y aprender los encuestados. ....	74
Tabla No. 19 Puntuación para el cuarto tema que desean conocer y aprender los encuestados.....	76
Tabla No. 20 Puntuación para el quinto tema que desean conocer y aprender los encuestados. ....	77
Tabla No. 21 Puntuación para el sexto tema que desean conocer y aprender los encuestados. ....	79
Tabla No. 22 Los 6 temas más solicitados que desean conocer y aprender los encuestados. ....	80
Tabla No. 23 Incremento de reinversiones. ....	82

Tabla No. 24 Incremento de productos y servicios. ....	83
Tabla No. 25 Utilización de medios de comunicación. ....	84
Tabla No. 26 Nivel de comercialización de productos y servicios. ....	86
Tabla No. 27 Crecimiento de clientes. ....	87
Tabla No. 28 Crecimiento de maquinaria y equipos. ....	88
Tabla No. 29 Mejoramiento en su parte administrativa. ....	89
Tabla No. 30 Nivel de cumplimiento de metas y objetivos. ....	90
Tabla No. 31 Crecimiento del personal. ....	91
Tabla No. 32 Incremento de producción. ....	92
Tabla No. 33 Obtención de infraestructura. ....	93
Tabla No. 34 Ubicación de los negocios de acuerdo a su puntuación obtenida en su crecimiento empresarial. ....	95
Tabla No. 35 Los 5 mejores emprendimientos y microempresas. ....	97
Tabla No. 36 Emprendimientos con menores puntuaciones. ....	98
Tabla No. 37 Coeficiente de correlación. ....	107
Tabla No. 38 Beneficiarios del modelo de formación emprendedora para personas de educación general básica. ....	131
Tabla No. 39 Cronograma de formación emprendedora para personas de educación general básica. ....	133
Tabla No. 40 Los 8 temas de mayor demanda por los emprendedores y microempresarios del Carchi. ....	134
Tabla No. 41 Beneficiarios del modelo de formación emprendedora para personas de educación secundaria y educación superior. ....	142
Tabla No. 42 Cronograma de formación emprendedora para personas de educación superior. ....	144
Tabla No. 43 Los 7 temas demandados por los emprendedores y microempresarios de cuentan con educación secundaria y educación superior. ....	145
Tabla No. 44 Cronograma. ....	155
Tabla No. 45 Presupuestos. ....	156
Tabla No. 46 Anexo 5. Calificaciones: 1 el tema más importante, y 4 de menor importancia. ....	161
Tabla No. 47 Anexo 5. Votaciones de las 4 personas en diferentes temas. ...	162
Tabla No. 48 Anexo 5. Ponderación de las calificaciones 1, 2, 3 y 4. ....	162

Tabla No. 49 Anexo 5. Ponderación de las materias más representativas. ....	163
Tabla No. 50 Anexo 6. Calificaciones: 1 el más importante y 3 de menor importancia. ....	165
Tabla No. 51 Anexo 6. Votaciones para los medios de autoeducación. ....	166
Tabla No. 52 Anexo 6. Ponderación de las calificaciones 1, 2 y 3. ....	166
Tabla No. 53 Anexo 6. Ponderación de los medios utilizados en la autoeducación. ....	167
Tabla No. 54 Anexo 7. Calificaciones: 1 el más importante y 3 de menor importancia. ....	169
Tabla No. 55 Anexo 7. Votaciones en los diferentes tipos de educación. ....	170
Tabla No. 56 Anexo 7. Ponderación de las calificaciones 1, 2 y 3. ....	170
Tabla No. 57 Anexo 7. Ponderación en los diferentes tipos de educación. ....	171
Tabla No. 58 Anexo 8. Calificaciones: 1 el más importante y 6 de menor importancia. ....	173
Tabla No. 59 Anexo 8. Votaciones de las 4 personas en sus diferentes temas. ....	174
Tabla No. 60 Anexo 8. Ponderación de las calificaciones 1, 2, 3 y 4. ....	174
Tabla No. 61 Anexo 8. Ponderación para los 6 temas que desean conocer y aprender. ....	175
Tabla No. 62 Detalles de la pregunta uno de la encuesta aplicada. ....	177
Tabla No. 63 Detalles de las preguntas 2, 4 y 5 de la encuesta aplicada. ....	178
Tabla No. 64 Detalles de la pregunta 7, de la encuesta aplicada. ....	180
Tabla No. 65 Puntuación realizada en las preguntas de desarrollo empresarial. ....	180
Tabla No. 66 Ponderación designada para los año de funcionamiento de los negocios. ....	181
Tabla No. 67 Anexo 10. Datos para el cálculo del coeficiente. ....	182
Tabla No. 68 Presupuesto para la aplicación de los diferentes cursos y capacitaciones a personas que tienen educación general básica. ....	185
Tabla No. 69 Presupuesto para la aplicación de los diferentes cursos y capacitaciones a personas que tienen educación secundaria y educación superior. ....	187

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Tiempo de funcionamiento de los negocios.....	56
Gráfico No. 2 Nivel de estudios de los encuestados.....	57
Gráfico No. 3 Cursos y capacitaciones adquiridos.....	58
Gráfico No. 4 Puntuación para el primer tema de capacitación.....	60
Gráfico No. 5 Puntuación para el segundo tema de capacitación.....	61
Gráfico No. 6 Puntuación para el tercer tema de capacitación.....	62
Gráfico No. 7 Puntuación para el cuarto tema de capacitación.....	64
Gráfico No. 8 Los 4 mejores temas adquiridos en capacitación.....	65
Gráfico No. 9 Medios de autoeducación más utilizados.....	67
Gráfico No. 10 Los 3 medios más utilizados en autoeducación.....	68
Gráfico No. 11 Principales fuentes para adquirir conocimiento.....	69
Gráfico No. 12 Principal fuente para adquirir conocimiento empresarial.....	70
Gráfico No. 13 El primer tema que desean conocer.....	72
Gráfico No. 14 El segundo tema que desean conocer.....	73
Gráfico No. 15 El tercer tema que desean conocer.....	75
Gráfico No. 16 El cuarto tema que desean conocer.....	76
Gráfico No. 17 El quinto tema que desean conocer.....	78
Gráfico No. 18 El sexto tema que desean conocer.....	79
Gráfico No. 19 Los 6 temas más solicitados por los encuestados.....	81
Gráfico No. 20 Incremento de reinversiones.....	82
Gráfico No. 21 Incremento de productos y servicios.....	83
Gráfico No. 22 Utilización de medios de comunicación.....	85
Gráfico No. 23 Nivel de comercialización de productos y servicios.....	86
Gráfico No. 24 Crecimiento de clientes.....	87
Gráfico No. 25 Crecimiento de maquinaria y equipos.....	88
Gráfico No. 26 Mejoramiento en su parte administrativa.....	90
Gráfico No. 27 Nivel de cumplimiento de metas y objetivos.....	91
Gráfico No. 28 Crecimiento del personal.....	92
Gráfico No. 29 Incremento de producción.....	93
Gráfico No. 30 Obtención de infraestructura.....	94

Gráfico No. 31 Diferenciación entre negocios, en función al crecimiento empresarial. ....	99
Gráfico No. 32 Preparación académica, en los diferentes negocios.....	101
Gráfico No. 33 Diferencia de cursos y capacitaciones obtenidos .....	102
Gráfico No. 34 Relación existente, entre el nivel de conocimientos y el desarrollo empresarial. ....	109
Gráfico No. 35 Correlación Positiva. ....	110
Gráfico No. 36 Anexo 10. Cálculo del coeficiente de correlación en Excel. ....	184

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En el presente trabajo de tesis, se investigó el grado de conocimientos que tienen los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia; y su nivel de crecimiento empresarial, en los últimos años. Relacionando de esta manera, dos variables, el nivel cognitivo y su influencia sobre el crecimiento de la empresa.

Para ello, se realizó un estudio de campo persuasivo, aplicando métodos y herramientas que brindaron información veraz. También participaron de esta investigación, los representantes y trabajadores de los emprendimientos, los técnicos y trabajadores del GAD provincial del Carchi, y el Director de la Dirección de Desarrollo Económico Local de nuestra provincia.

De esta forma, se encontró amplia información, sobre las dos variables investigadas, respondiendo claramente la hipótesis planteada. Como resultado adicional, se plantea, un modelo de formación para emprendedores, el cual se constituye, en una herramienta de apoyo y mejoramiento continuo al emprendimiento. Su objetivo, es cambiar la modalidad de transmisión de conocimientos, a los diferentes grupos de personas emprendedoras, que cuentan con diversidad de educación, y diferentes niveles de conocimientos.

Finalmente, se determinan las preferencias de estudio y capacitación, los medios y herramientas más adecuadas para transmitirlos, y los temas de mayor importancia.

## **ABSTRACT**

And their level of business growth in recent years, in this thesis, the degree of knowledge they have representatives and managers of enterprises and micro enterprises in the province was investigated. Thus linking two variables, cognitive level and their influence on business development.

For this, a field study was performed persuasive, applying methods and tools that provided accurate information. This survey was used, and the interview. Also participating in this research, representatives of business and workers, technicians and workers in the provincial GAD Carchi, and the director of the Directorate of Local Economic Development in our province.

Thus, extensive information found on the two variables investigated clearly answering the hypothesis. As a further result, a model of training for entrepreneurs, which constitute a tool for continuous improvement and support entrepreneurship arises. Their goal is to change the mode of transmission of knowledge to different groups of entrepreneurs that have diversity education, and different levels of knowledge. Finally, the preferences of study and training, media and most appropriate tools to transmit, and the most important issues are determined.

## UCHILLAYACHISHKA RIKUCHIK

Kay tesista llamkankapaka, taripayarirkamy, markapi kay uchilla llamkak ukukunata ñawpaman pushakkuna ima yachaykunata charikta rikushpa, shinallata puchukay watakunapi imashalla llamkay ukukuna wiñarishkata rikushpa. Kay ish kay nishkakunaka yanapanmy yachankapay imashalla llamkaykuna katunyashkata.

Kaykunamanta, taripayarirkamy ashtaka villachikkunata, kay yuyaykunawan sumak llamkayta charinkapak. Chaypaka shinarirka tapuikuna, rimaykunatapash. Kay maskaypika yanaparkamy ñawpaman llamkaykunata apak mashikuna, Carchi Gobierno Markata apakkuna, shinallata tecnicu llamkackuna kay Dirección de Desarrollo Económico Local ñucanchik markamanta.

Kashnamy kay ish kay tapuykunamanta taripayarka ashtaka villachikkunata, kutichishpa ashtaka na yachashkakunata. Shinallata ñukanchik yanapaymi kan shinankapak shuk katina pankata kay uchilla llamkakkunaman, kayka ashatakata yanapanka ally katichun kay llamkaykuna. Ashtawankary munaimy kan tickrachinkapak imasha kunankaman willachin yachaykunata kay shikan tantanakushka yakapakkunaman, paykunaka charinmy shikan yachay, ushaykunata. Tukuchinkapak rikuchinchimy imakunatalla yachachinata, shinallata imashalla yachaykunata yallichinakunata.

## INTRODUCCIÓN

La investigación que se llevó a cabo pretende estudiar y analizar el crecimiento y desarrollo de los emprendimientos y de las microempresas que se han generado por los pequeños y medianos productores, a través del apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi (GADPC), entidad que ha fortalecido a este sector de la economía y del que se obtuvo información clara y concisa para realizar el presente estudio.

En ese sentido, se investigó los factores que ayudan a generar los emprendimientos más representativos, como también determinamos los inconvenientes o problemas que impiden la sostenibilidad y crecimiento de los negocios.

Así, se ha visto necesario el estudio de este proceso, tomando en consideración el nivel de conocimientos de los actores, que pueden incidir en su bajo crecimiento, innovación, gestión y formación de las microempresas.

En nuestro primer acercamiento con la realidad de los emprendedores carchenses, se pudo visualizar éste proceso de manera diferente e interesante, y en base a ésta tomar acciones correctivas que nos lleven a finalizar la investigación mejorar los procesos de capacitación a los diferentes grupos de personas que cuentan con diferente nivel de educación.

Básicamente, lo que contiene este estudio es, la fundamentación teórica que implica la formación de emprendedores y el crecimiento de sus negocios, se presenta un diagnóstico situacional de los actores involucrados, que permitió determinar el nivel de conocimientos de ellos para el desarrollo de sus microempresas, se establecen conclusiones y recomendaciones de los datos encontrados, y por último se expone el diseño de un modelo de formación para emprendedores, donde se plasma metodologías de como transferir conocimientos para que se constituya en una herramienta didáctica, educativa y de aprendizaje continuo.

# CAPÍTULO I

## 1. EL PROBLEMA

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los emprendimientos de la provincia del Carchi tienen una importancia relevante, ya que generan dinámica en la economía del territorio. Muchos de los emprendimientos que son apoyados por el GADPC, no son sostenibles en el tiempo, específicamente en su parte administrativa y gestión de recursos, lo que impide la formación de microempresas estables. Es probable que uno de sus problemas, sea el limitado conocimiento que tienen muchos de los propietarios y actores de los emprendimientos que inician las actividades productivas y comerciales en la provincia.

Según entrevistas realizadas, una de las causas identificadas en el GADPC, es el inadecuado manejo de las capacitaciones a los diferentes tipos de emprendedores o actores de las microempresas, lo que ocasiona una deficiente comprensión de los temas dictados por esta entidad, como consecuencia del diferente nivel de conocimiento de los emprendedores. Esta deficiente comprensión implica que los capacitados no cuenten con las herramientas suficientes para poder emprender nuevas ideas, o procurar el crecimiento continuo en sus negocios.

La inexistencia de capacitadores especializados en emprendimiento en el GAD provincial del Carchi, es otra de las falencias encontradas, siendo este un aspecto importante para la comprensión efectiva de los temas referentes a emprendimiento, por cuanto no brindan una visión amplia y diferente de nuevas ideas de negocios y del desarrollo micro empresarial, ocasionando una transmisión de conocimientos pobre.

Otro de los problemas identificados en los emprendedores y actores de las microempresas, es el limitado interés en participar en los programas de

capacitación, ocasionando que sus conocimientos no se actualicen, fortalezcan y caminen al ritmo que la economía y la sociedad demanda.

Y como última causa encontramos el inadecuado seguimiento y monitoreo del GAD provincial del Carchi a los emprendedores y negocios generados en el territorio, debido al poco personal con que cuenta esta institución para realizar este proceso de seguimiento, por lo que desconocen el estado actual de los emprendimientos, esencialmente en su parte administrativa y financiera.

Todos y cada uno de estos posibles problemas que han surgido, se estudiarán con la investigación pertinente, para clarificar la realidad que están pasando los emprendedores que se han ido generando en nuestra provincia, por ende se responderán las inquietudes y preguntas que se tienen con respecto a sus posibles problemas.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El limitado nivel de conocimientos de los emprendedores, afecta el desarrollo de las microempresas apoyadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi.

## **1.3. DELIMITACIÓN**

El presente proyecto se desarrollará en:

País Ecuador

Región Sierra

Provincia Carchi

Tiempo: 2013 - 2014

Los emprendedores y las microempresas a investigar son las que se encuentran ubicadas en la provincia del Carchi, y que son apoyadas por el

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi. Siendo esta entidad quien viene impulsando varios procesos de apoyo al emprendimiento y desarrollo empresarial en toda la provincia.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Una de las competencias del GADPC, es el fomento productivo, en donde se identifica al emprendimiento como un proceso de crecimiento y desarrollo de las microempresas. Dicha institución cuenta con metodologías y procesos para generar emprendimientos vinculados con varias asociaciones productivas y participativas, con el fin de mejorar las condiciones de vida de los pequeños y medianos productores de la provincia, así como también satisfacer ciertas necesidades que demanda la sociedad.

De acuerdo a la experiencia obtenida por el GAD provincial del Carchi, se puede manifestar que el nivel de conocimientos influye en el desarrollo de los emprendimientos y por tanto en la generación de microempresas, porque no se ha utilizado los procesos adecuados de enseñanza para una población que tiene diferentes niveles de conocimientos educativos, a través de este estudio se pretende determinar los factores que permiten mejorar y dar sostenibilidad a este proceso.

Este estudio inicia realizando una investigación teórica y bibliográfica, en donde se define conceptos, filosofías, procesos, procedimientos, comparaciones de estudios anteriores, que permiten tener una visión clara de las potencialidades y dificultades que puedan tener los emprendimientos, a fin de fortalecer y tomar acciones correctivas a los existentes. Esta información se la obtiene con ayuda de libros, internet, folletos, revistas e información del GAD provincial del Carchi, que se encontraron disponibles para los investigadores.

Mediante este estudio se realiza un diagnóstico situacional de los emprendimientos existentes, extrayendo datos en menos de 2 años, sobre el

nivel de conocimientos que tienen, porcentaje de participación nacional e internacional de sus productos y servicios; niveles de producción alcanzados, nichos de mercado, porcentaje de utilidades, innovación, entre otros.

Como producto de la investigación se elaboró un modelo de formación para emprendedores, que servirá como herramienta didáctica y entendible para el uso de las personas y de la sociedad emprendedora en general, ésta a su vez detalla temas sobresalientes y diversos, que permitan a los usuarios ampliar sus conocimientos en temas relacionados con marketing, estudios de mercados, planes de negocios, contabilidad básica, tributación, a fin de generar en ellos una cultura empresarial.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación generará reflexión y discusión, por cuanto confronta teorías referentes al recurso humano y a la parte administrativa, debido que para iniciar un emprendimiento se requiere de personas dispuestas a colaborar y que se encuentren capacitadas en temas empresariales, a fin de conseguir los resultados esperados.

Desde el punto de vista metodológico, se utilizó técnicas de investigación, cuali-cuantitativas, analíticas, históricas; herramientas que permitieron llevar a cabo el estudio y del que se obtuvo información confiable.

Por otra parte, en cuanto a su alcance, esta investigación será un referente para emprendimientos y microempresas que presentan situaciones similares a la que aquí se plantea y que no son asesoradas por el GADPC.

No se han llevado a cabo, una investigación del nivel de conocimiento de los emprendedores y su incidencia sobre el desarrollo de las microempresas, es por esto, que esta investigación tiende a tener gran peso e importancia ya que se analiza y estudia la realidad que tienen los emprendedores y las microempresas generadas y apoyadas por el GAD provincial del Carchi.

Por último, profesionalmente se aplicaron los conocimientos adquiridos durante la carrera, obteniendo un estudio que servirá de base para otros que surjan, partiendo de la problemática aquí especificada.

## **1.5. OBJETIVOS**

### 1.5.1 Objetivo General

Determinar el grado de conocimientos de los emprendedores, y como estos contribuyen al desarrollo de las microempresas apoyadas por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi.

### 1.5.2 Objetivos Específicos:

- Fundamentar teórica y bibliográficamente los temas relacionados con la formación de emprendedores y el desarrollo de las microempresas.
- Investigar el grado de conocimientos que tienen los emprendedores y su incidencia en el desarrollo micro empresarial.
- Diseñar un modelo de formación para emprendedores que son apoyados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi (GADPC).

## CAPÍTULO II

### 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Durante los últimos años el tema de emprendimientos ha permitido que el estado y en particular los gobiernos seccionales se preocupen por este proceso, debido a que impulsa el empleo y la generación de ingresos.

En esta investigación se ha encontrado algunos estudios que tienen similitud con el tema de tesis planteado. De una forma más resumida, en la Tabla No. 1, se detalla los antecedentes encontrados, donde se tomó en consideración el año, actor, tema, lugar geográfico y entidad investigadora.

**Tabla No. 1 Antecedentes Investigativos**

N°	Año	Actor	Tema	Lugar geográfico	Entidad
1	2012	Ing. Edison Piñan	Fortalecimiento de emprendimientos productivos generadores de valor agregado en la provincia del Carchi.	Carchi Ecuador	GADPC
2	2012	Estudiantes: Daniel Arturo Bejarano Bolaños y Julio Cesar Mendieta Solís.	Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo.	Ciudad de Milagro Ecuador	UNEMI
3	2011	Ma. Elizabeth Arteaga G. Virginia Lasio M.	Educación en emprendimiento en la universidad Ecuatoriana: Estado y oportunidades de mejora.	Ecuador	ESPOL
4	2009	Sr. Mario Dehter	La formación de emprendedores.	América latina	WEB

**Fuente:** Investigación bibliográfica 2012

**Elaborado por:** William Morillo

## **Tema 1: Fortalecimiento de emprendimientos productivos generadores de valor agregado en la provincia del Carchi.**

Autor: Ing. Edison Piñan

Año: 2012

### Objetivo General

Contribuir al incremento de los ingresos económicos de familias de los Q1 y Q2, agrupados en emprendimientos productivos del cantón Tulcán, Montufar, Bolívar y Espejo.

### Objetivos Específicos:

- Fortalecer los emprendimientos productivos dinámicos generadores de valor agregado en los cantones de Tulcán, Montufar, Bolívar y Espejo de la provincia del Carchi.
- Capacitar a los usuarios en temas como atención al cliente, contabilidad y tributación, vinculando a una academia que certifique la participación de las personas.
- Establecer reuniones para actualización de estatutos y reglamentos.

### Conclusiones:

- Las capacitaciones a los usuarios, son muy importantes ya que ellos fortalecerán sus conocimientos con temas tales como; producción, comercialización y calidad. Otro factor importante es fortalecer sus capacidades, para que puedan administrar correctamente sus emprendimientos.
- Las estrategias comerciales que implementen los emprendedores, permitirán posicionarse en nuevos mercados, como; participaciones en ferias, establecimientos, nuevos puntos de venta, y aprovechando de igual forma, espacios en internet, radio y prensa escrita, dando a conocer sus productos y servicios.
- Uno de los factores de sostenibilidad de estos emprendimientos, se basa en los volúmenes de venta que se lograrán durante y después

de la ejecución del proyecto, para lo cual se fortalecerán las capacidades de los productores.

Se ha tomado en consideración este proyecto ya que habla de los emprendimientos que apoya el GAD provincial del Carchi, define las estrategias y cuellos de botella encontrados en las cadenas productivas tales como: cárnicos, papa, artesanías y turismo, por lo que proponen enseñarles a los emprendedores a formular y poner en marcha sus estrategias de mejoramiento continuo.

Su limitada capacidad en la gestión de procesos productivos y las débiles estrategias que implementan las cadenas productivas, son algunos de los problemas que afectan el crecimiento de los negocios en la provincia del Carchi. Situación por la cual en este proyecto se proponen realizar capacitaciones, procesos y procedimientos para desarrollar altos niveles de productividad mejorando los índices de competitividad, y como resultado de la aplicación del proyecto, se pretende fortalecer el posicionamiento y mejorar la calidad de los productos que son generados por los emprendimientos del Carchi.

**Tema 2: Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de Milagro, desarrollen su emprendimiento, y la permanencia en el mercado competitivo.**

Autores: Daniel Arturo Bejarano Bolaños y Julio Cesar Mendieta Solís.

Año: 2012

**Objetivo General**

Analizar como incide la carencia estructural en las microempresas de la ciudad de Milagro, a través de un estudio de mercado, e impulsar la permanencia y desarrollo competitivo.

### Objetivos Específicos:

- Determinar como el grado de conocimientos de los emprendedores influye en la permanencia y desarrollo de las microempresas.
- Identificar como la implementación de la tecnología en las microempresas de Milagro incide en la permanencia en el mercado.
- Determinar cómo influye las políticas rígidas por parte de las entidades financieras en el desarrollo competitivo a los microempresarios de la ciudad de Milagro.

### Conclusiones:

- Los servicios de asesorías que prestan los profesionales situados en este cantón son diversos, puesto que existen muchas necesidades de los microempresarios. Sin embargo no se cubre con las expectativas de crecimiento que esperan sobre la administración de su negocio.
- El poco conocimiento de la administración que tienen los microempresarios en el ejercicio de sus actividades está afectando la participación de estos negocios.
- La administración de las microempresas en su mayoría están a cargo de los mismos dueños, a pesar de que no están debidamente capacitados para llevar un adecuado control de sus actividades comerciales, razón por la cual mantienen una débil participación en el mercado.
- A pesar de que la tecnología forma parte importante en el desarrollo de todo negocio, existe un gran porcentaje de negocios que no tienen un sistema informático sofisticado.

La tesis de la Universidad Estatal de Milagro que se ha tomado en consideración, es muy importante, ya que da a conocer el desarrollo comercial del cantón Milagro, y como fortalece el sector micro empresarial a través de las asesorías administrativas para incrementar la comercialización y producción de bienes y servicios que ofrecen los microempresarios. Además, da a conocer cómo influye la escasa formación académica empresarial de los emprendedores del Cantón Milagro. Se describe que el 80% de los encuestados tienen un nivel medio de educación, esto quiere

decir que la mayor parte de los gerentes, representantes y personal al frente del negocio tienen título bachiller, lo que determina que “no cuentan con personas altamente capacitados para mantener un correcto control de sus actividades, y muchos de ellos no poseen conocimientos para mantener en un óptimo funcionamiento los negocios.” (Bejarano, Mendieta, 2012, p. 49) Esta información servirá de referencia para el trabajo de investigación ya que muestran contenidos que se pueden asemejar al proyecto planteado.

### **Tema 3: Educación en emprendimiento en la universidad Ecuatoriana: Estado y oportunidades de mejora.**

Autores: Elizabeth Arteaga G.

Virginia Lasio M. (ESPOL)

Año: 2011

Objetivos:

- Medir las diferencias en las actitudes, actividades y aspiraciones emprendedoras.
- Descubrir los factores que determinan la naturaleza y el nivel de la actividad emprendedora en el territorio.
- Identificar las implicaciones en la formulación de políticas para la mejora del emprendimiento.

Conclusiones:

- La presente investigación fue elaborada por la Escuela Superior Politécnica del Litoral ESPOL, en la que describen algunos autores; que la “educación en emprendimiento es fundamental para que los emprendedores adquieran las competencias y habilidades empresariales”.
- Las universidades del Ecuador que ofertan educación en emprendimiento a personas de sus localidades, están trabajando en temas como: el proceso del emprendimiento, facilitar la comprensión de creación de una empresa, promover el desarrollo de habilidades emprendedoras, identificación y evaluación de oportunidades de

negocio, elaboración de un plan de negocio, etc, siendo estos temas de gran relevancia que deben entender y comprender todos los emprendedores para un mejoramiento continuo y desarrollo empresarial.

- Además, tal como lo mencionan Vesper y Mc Mullan (1988), el cursar un programa de emprendimiento no convierte al participante en emprendedor, pero sí deben notarse cambios significativos en su conocimiento.
- Las universidades se enfrentan al continuo reto de mejorar sus programas de capacitación en emprendimiento, para otorgar a los emprendedores actuales y potenciales las herramientas que necesitan para iniciar o hacer crecer su negocio.

En estudios realizados en algunas de las provincias del Ecuador, sobre los conocimientos de los emprendedores, tomo en cuenta la información encontrada por la ESPAE -ESPOL (Escuela Superior Politécnica del Litoral), donde dan a conocer que las competencias, percepciones y actitudes de los emprendedores dependen también de la educación recibida, y de cuan competentes se consideran. Por ejemplo, se encontró que la intención de iniciar un negocio en los siguientes tres años fue superior para quienes habían recibido entrenamiento específico en creación de empresas, en comparación con quienes no estaban capacitados en esta área, tomando en consideración que ellos deben tener conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio o poner en marcha sus emprendimientos. (Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2011, p. 201)

#### **Tema 4: La formación de emprendedores.**

Autor: Mario Dehter

Año: 2009

Objetivo General

Determinar cómo afecta el nivel de conocimientos de los emprendedores en el desarrollo micro empresarial.

#### Objetivos Específicos:

- Determinar los factores que afecta el desarrollo micro empresarial, como la falta de preparación.
- Identificar los factores claves de éxito de un emprendedor.
- Identificar las potencialidades para un crecimiento micro empresarial.

#### Conclusiones:

- Tradicionalmente asociada a “la educación empresarial,” vivimos tiempos diferentes que necesitan renovar los marcos teóricos, los contenidos pedagógicos y las metodologías didácticas. El enfoque “emprendedor es el creador de nuevas empresas, reuniendo los recursos necesarios para aprovechar una oportunidad de mercado, tomando riesgos controlados.” (Dehter, 2009, párr. 3)
- La formación emprendedora es totalmente diferente al enfoque clásico que acostumbra a realizar algunos ejercicios, basados en algunos supuestos teóricos; como por ejemplo, formular un “plan de negocio” que finalmente termina siendo un catálogo de reflexiones. (Dehter, 2009, párr. 4)

Con relación al limitado conocimiento de los emprendedores, Mario Dehter publica en la web y da conocer qué; los emprendedores deben tener un grado de aceptabilidad de preparación académica, ya que la formación emprendedora no es sólo enseñar a crear o dirigir un negocio, sino también que “fundamentalmente, se trata de alentar el pensamiento creativo, promover un sentido de autorrealización personal y desarrollar el hábito de realizar una autoevaluación periódica del rendimiento micro empresarial”. (Dehter, 2009, parr. 5). El tener un nivel aceptable de preparación académica puede influir en el crecimiento micro empresarial.

Este documento ayuda a la investigación del proyecto planteado, ya que se debe tomar en consideración las teorías de varios actores y sus conclusiones en temas relacionados con el nivel de conocimientos de los emprendedores y su influencia en el desarrollo empresarial.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para el presente estudio se toma en cuenta la Constitución del Ecuador 2008 que se encuentra vigente, siendo esta la carta magna que contiene un conjunto sistemático de normas jurídicas fundamentales sobre las que debe regirse el Estado. En este documento se establecen derechos y garantías que se enfocan a los emprendimientos y microempresas del país, tal y como se muestran en el artículo 39, segunda edición Jóvenes.

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. (Constitución, 2008, p. 18)

El Estado bajo las normativas de la Constitución, ayudan y garantizan el crecimiento micro empresarial por medio de los gobiernos seccionales, obliga a realizar proyectos, programas y procesos para que los emprendedores pongan en marcha sus ideas de negocio, sin contratiempos que afecten el desarrollo y crecimiento micro empresarial.

Por otra parte, tomando en consideración al Código de Producción 2010, por los beneficios que brinda a la sociedad ecuatoriana, éste contiene un conjunto de objetivos que se relacionan directamente con el emprendimiento, producción, comercialización e inversión. En su título preliminar en el Art. 3, da a conocer lo siguiente:

EL presente código tiene por objeto en regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un

desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza. (Código de Producción, 2010, p. 3)

Su enfoque al emprendimiento se muestra en el Art. 4, que indica la necesidad de “generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores.”

Y si nos enfocamos al Sistema Integral de Innovación, Capacitación Técnica y Emprendimiento. El Art. 11 nos detalla lo siguiente:

El diseñar planes de capacitación técnicas que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo.

Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros. (Código de Producción, 2010, p. 11)

El Código de Producción es un buen referente tomado en consideración para esta fundamentación legal, ya que en él se determinan títulos y artículos que hablan directamente del emprendimiento y la producción, siendo los ejes centrales de los temas a investigar.

En este contexto se ve necesario considerar de igual forma al Plan Nacional del Buen Vivir 2009, ya que parte de “una revolución constitucional, ética, económica productiva, social y digna, que consiste en la formulación de políticas, estrategias, planes, programas, la participación ciudadana y

proyectos a fin de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos”. Entre las estrategias que tiene el Plan Nacional del Buen Vivir, tenemos la siguiente:

Transformación de la educación superior y transferencia de conocimientos a través de ciencia, tecnología e innovación y propone una visión del buen vivir, que amplía los derechos, libertades oportunidades y potencialidades de los seres humanos, comunidades, pueblos y nacionalidades, y que garantiza el reconocimiento de las diversidades para alcanzar un porvenir compartido. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2009, p. 110)

Esto implica una ruptura conceptual que se orienta con principios que marcan el camino hacia la construcción de una sociedad justa, libre y democrática. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2009, p. 10)

En el Art. 6.9, da a conocer que, “el fortalecimiento de una economía social territorializada de carácter solidario. Se prestará especial atención a aquellos emprendimientos que integren sus objetivos productivos al acceso a servicios básicos, alimentación, salud, educación de calidad, vivienda; al turismo sustentado en la diversidad cultural y ecológica; y los planes de vivienda social de calidad.” (Plan Nacional del Buen Vivir, 2009, p. 121)

El Plan Nacional del Buen Vivir tiene relación con la ciudadanía de empresas, y que todos y cada uno de ellos tienen derecho a las mismas oportunidades de crecimiento empresarial. Describiendo en la Pág. 361, en “primer lugar, se ha propuesto instaurar normativas que fomenten la creación, desarrollo y sostenimiento de empresas públicas, y que estén abiertas al desarrollo y asociación con otros emprendimientos públicos y privados, nacionales y extranjeros”. Esta descripción, demuestra el interés que existe por parte del gobierno, en generar y contribuir al crecimiento de empresas y emprendimientos, generando ayudas y beneficios a este sector productivo. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2009)

Por último tenemos al COOTAD 2010 (Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización), donde nos da a conocer en su Art. 135 el siguiente enunciado:

Ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias, que los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la definición de estrategias participativas de apoyo a la producción; el fortalecimiento de las cadenas productivas con un enfoque de equidad; la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción; la transferencia de tecnología, desarrollo del conocimiento y preservación de los saberes ancestrales orientados a la producción; la agregación de valor para lo cual se promoverá la investigación científica y tecnológica; la construcción de infraestructura de apoyo a la producción; el impulso de organizaciones económicas de los productores e impulso de emprendimientos económicos y empresas comunitarias; la generación de redes de comercialización; y, la participación ciudadana en el control de la ejecución y resultados de las estrategias productivas.” (COOTAD, 2010, p. 95)

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, asume la competencia productiva para lograr fomentar los emprendimientos y ponerlos en marcha en nuestra provincia, tomando en consideración al Art. 277.

Creación de empresas públicas, nos da a conocer que los gobiernos regional, provincial, metropolitano o municipal podrán crear empresas públicas siempre que esta forma de organización convenga más a sus intereses y a los de la ciudadanía; garantice una mayor eficiencia y mejore los niveles de calidad en la prestación de servicios públicos de su competencia o en el desarrollo de otras actividades de emprendimiento. (COOTAD, 2010, p. 140)

Por los artículos detallados anteriormente se toma en consideración al COOTAD, ya que el GAD provincial del Carchi trabaja conjuntamente con esta ley para dar vida a los emprendimientos y microempresas carchenses.

## 2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

De acuerdo con la investigación planteada, se tiene un enfoque hacia el emprendimiento, que se determina como una idea que nace de una necesidad para después transformarlo y desarrollarlo como un proyecto nuevo. Diferentes autores en el desarrollo de sus teorías han incluido al emprendedor como un elemento importante dentro de una sociedad, ya que estas personas se enfocan a brindar productos y servicios que satisfacen las necesidades de sus clientes.

Para este proyecto de tesis se ha tomado en consideración en primer lugar al filósofo llamado Joseph Schumpeter, quien fue un destacado economista austro estadounidense, investigador sobre el ciclo económico y autor de teorías sobre la importancia vital del emprendedor.

Schumpeter percibe al emprendedor como una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones e innovaciones en un producto o servicio.

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc". (Wikipedia, Schumpeter, 2013, párr. 12)

Schumpeter es conocido por sus teorías sobre el emprendedor; que lo detalla como una figura de vital importancia dentro del sistema económico, ya que su papel es el de estimular la innovación y la inversión que determina el aumento y la disminución del éxito empresarial.

La posibilidad de generar ganancias, que pueden llegar a ser excepcionalmente grandes, es el señuelo que atrae a la actividad económica a un tipo particular de individuos. La acción de estos individuos está regida por lo que Schumpeter llamó "espíritu emprendedor," es decir, por la voluntad de transformar las condiciones existentes, de superar obstáculos y romper con las rutinas, de ir contra la corriente y crear cosas nuevas. Estos individuos que se atreven a lanzarse a lo desconocido, son los famosos emprendedores. (Wikipedia, Schumpeter, 2013, párr.11)

Tomando en cuenta estas definiciones de Schumpeter, se puede determinar, que los emprendedores son personas creadoras que tienen la capacidad de innovar un producto o servicio ya existente, o de crear un nuevo producto de forma creativa y original.

Por otro lado, también se ha considerado, las definiciones sobre emprendimiento establecidas por el Austriaco Peter Drucker (1985), siendo este otro de los autores más reconocido en el tema de emprendimiento, y establece que; el “emprendedor busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad. La innovación es una herramienta específica para el emprendedor ya que ellos explotan el cambio como una oportunidad para diferentes negocios o diferentes servicios.” (Feliciano, 2009, párr. 8)

Determina que, “cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor.” Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según él, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador. Considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad. (Arroyos, 2004, p. 13)

Al tomar las definiciones del autor Peter Drucker, se puede establecer que el emprendedor siempre busca la oportunidad de crear o innovar un producto o servicio ya existente, está también en generar una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante la gestión de la empresa.

Finalmente se concluye que las personas emprendedoras tienen una manera distinta de actuar y pensar, ya que se orientan hacia la creación de riquezas aprovechando las oportunidades que se les presenta en el diario vivir. “Se plantean metas y objetivos que apuntan a su visión global, donde llevan a cabo un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado”, el resultado que buscan es un beneficio personal, empresarial y una mejora hacia la sociedad con la generación de productos y servicios de calidad.

(Schumpeter, 1934) Un emprendedor innovador consigue ventajas competitivas, siempre y cuando su innovación sea constante y permita poner en práctica sus inventos previos de cualquier naturaleza.

## **2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

A continuación se detalla la fundamentación teórica, tomando en consideración las dos variables, que son; el nivel de conocimientos de los emprendedores y el desarrollo micro empresarial.

### **2.4.1. Emprendedor**

Schumpeter en 1934, “percibe al emprendedor como una persona extraordinaria que promueve nuevas combinaciones o innovaciones en un bien o servicios”, tomando en consideración las necesidades no cubiertas en los mercados y de las empresas actuales. (Wikipedia, Schumpeter, 2013, párr. 12)

El emprendedor, es aquella persona que tiene en mente la constante búsqueda de algo nuevo e innovador; entendida esta como la capacidad de inventar productos y servicios de forma creativa, “sin preocuparse de los recursos que dispone, aceptando y asumiendo riesgos con miras al logro de determinados objetivos, pensando, razonando y actuando centrado a oportunidades y enfocándose a resolver posibles problemas”. (Howard Stevenson, 2013, párr. 2)

### **2.4.2. Emprendimiento**

El emprendimiento es la facultad de crecer y crear empresa, orientada bien hacia la generación de riqueza.

El emprendimiento es el inicio de un nuevo proyecto u organización que agregan valor a los productos y servicios nuevos o existentes.

Se Orienta hacia la creación de riqueza. Centrada en las oportunidades, planteada con visión global” y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (LEY 1014, 2006, párr. 2)

El emprendimiento resulta de un proceso que inicia desde un emprendedor, que tiene con fin, el mejorar su condición económica y lograr su autorrealización personal.

### **2.4.3. Competencias emprendedoras**

#### **a) Innovación y Desarrollo.-** Se define como;

La introducción en el mercado de un nuevo bien o de una nueva clase de bienes; de un nuevo método de producción, apertura de un nuevo mercado, la adopción de una nueva fuente de suministro de materias primas, y la implantación de una nueva estructura en un mercado. (Wikipedia, Schumpeter, 2013, párr.16)

El desarrollo juega un papel importante, ya que este depende mucho de la innovación para el crecimiento y desarrollo de la empresa. La innovación genera la capacidad de modificar las cosas, incluso de las cosas que muchas empresas y personas piensan que son perfectas, partiendo de esto, la innovación y el desarrollo se enfoca a generar soluciones a posibles problemas o situaciones requeridas por la propia empresa, organización, clientes y mercados.

#### **b) Liderazgo.-** El liderazgo es el “proceso que consiste en influir en un grupo de personas para orientarlas al logro de sus objetivos”.

(Coulter, 2005, p. 422)

El emprendedor que genera liderazgo puede tener habilidades para guiar, dirigir y llevar a las demás personas al cumplimiento de sus objetivos, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, para el logro de sus propósitos y metas organizacionales.

Un líder es la persona que puede influir en otros y que posee autoridad gerencial, siendo esta una persona sencilla, veraz, capaz de trabajar en grupo, capaz de expresar libremente sus ideas, capaz de luchar por sus principios, tiene buenas relaciones humanas, piensa con estrategia y busca el bienestar de las demás personas y de toda la empresa en general. (Coulter, 2005, p.22)

**c) Orientación al Cliente.-** Es el enfoque específico de la empresa hacia los clientes, “satisfaciendo sus necesidades, conociendo éstas desde antes de que se soliciten, siendo lo suficientemente flexible como para atenderlas”. (Plannerspain, 2010, párr.2)

Los emprendimientos y empresas se orientan a los cliente, donde establecen un diálogo sincero con cada uno de ellos, ofreciendo respuestas personalizadas a sus necesidades cambiantes y generando un valor superior para cada persona, logrando también que estos clientes se fidelicen a la empresa que cumplen con todas sus expectativas. Esto cada vez implica esforzarse por conocer y resolver los problemas del cliente, buscando los mejores beneficios para cada uno de ellos.

**d) Orientación a resultados.-** Se refiere directamente a la obtención de resultados positivos para la empresa, manteniendo altos niveles de rendimiento y calidad. “Implica el deseo de superar estándares propios, mejorando su desempeño pasado o generando acciones que nadie ha realizado en el marco de las estrategias de la Organización”. (Slideshare, 2012, párr.2)

Muchos emprendimientos tiene la capacidad de enfocar todas sus acciones al logro de los objetivos, actuando con velocidad y sentido de urgencia ante decisiones importantes necesarias para cumplir y superar a los competidores en las necesidades del cliente o para mejorar continuamente al emprendimiento.

Se llega a hacer una orientación a resultados, cuando muchos emprendedores se fijan metas desafiantes por encima de los estándares, mejorando y

manteniendo altos niveles de rendimiento y enfocándose al cumplimiento de las estrategias de la organización.

**e) Planificación y organización.-** La planificación en primer lugar es el “proceso de seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales”. (Reyes, 2006, p. 211)

En cambio la organización es, “el arreglo de las funciones que se estiman necesarias para lograr un objetivo y una indicación de la autoridad y la responsabilidad asignadas a las personas que tiene a su cargo la ejecución de las funciones respectivas”. (Gestión, 2008, párr.10)

Conociendo cada uno de estos términos, se puede decir que la planificación y la organización en los emprendedores juegan un papel muy importante, ya que es la capacidad de determinar las metas y prioridades del negocio, estipulando la acción, los plazos, los mecanismos a seguir, y los recursos requeridos para cumplir los objetivos empresariales.

**f) Negociación.-** Es la capacidad de las personas o grupos de personas para llevar a cabo acuerdos y convenios con otras organizaciones u empresas, logrando ser “el intercambio de ideas con la intención de relacionarse cada vez que intentan acuerdos, uno de ellos está negociando”. (Gestiopolis, 2006, párr.11)

Los emprendedores brindan un ambiente propicio para la colaboración y lograr compromisos duraderos que fortalezcan la relación con el cliente y con otras empresas, donde depende mucho la comunicación para dirigir y controlar una negociación, enfocados a ganar y realizar lasos empresariales.

## **g) Desarrollo de las personas**

Es una experiencia de interacción individual y grupal a través de la cual los sujetos que participan en ellos, desarrollan u optimizan habilidades y destrezas para la comunicación abierta y directa, las relaciones interpersonales y la toma de decisiones, permitiéndole conocer un poco más de sí mismo y de sus compañeros de grupo, para crecer y ser más humanos. (Answers, 2010, párr.3)

El desarrollo de las personas parte de un apropiado análisis previo de sus necesidades y de la organización, en el cual ellos se proponen crecer intelectualmente y moralmente. Muchas personas tienen que realizar constante esfuerzo para mejorar la formación y el desarrollo de actitudes y actividades personales con mayor eficiencia y eficacia en su ámbito empresarial y personal, conduciéndolos a una vida de bienestar personal, familiar, laboral y social.

**h) Empoderamiento.-** Se refiere a que las “personas y grupos organizados cobran autonomía en la toma de decisiones y logran ejercer control sobre sus vidas, basados en el libre acceso a la información, la participación inclusiva, la responsabilidad y el desarrollo de capacidades”. (Brizas, 2010, párr.3)

El empoderamiento de los emprendedores hacia las demás personas, se enfoca a dar poder al equipo de trabajo, potenciándolo, fijándose objetivos de desempeño con las responsabilidades personales correspondientes, proporcionando dirección y definiendo responsabilidades. “Aprovecha claramente la diversidad de los miembros del equipo para lograr un valor añadido superior en el negocio, combina adecuadamente situación, persona y tiempo”. (Brizas, 2010, párr.3)

**i) Comunicación y contactos.-** Es la “capacidad de demostrar una sólida habilidad de comunicación; esta capacidad asegura una comunicación clara. Alienta a otros a compartir información y valora las contribuciones de los demás”. (Auracana. Competencias de los emprendedores, 2013, p.2)

Las empresas de hoy en día tienen la capacidad de comunicación y el fácil acceso a la información que se posee, incluyendo el saber escuchar a los demás colaboradores y facilitarles notificación e información que muchas personas solicitan.

**j) Calidad del trabajo.-** Se refiere a como se presenta un buen servicio, de calidad frente a las demás personas, es la excelencia en el trabajo a realizar. Implica tener amplios conocimientos en los temas del área del cual se es responsable.

De igual forma está la capacidad de comprender los requerimientos de trabajo y las obligaciones que ejercen para transformarlos en soluciones prácticas y operables para la organización, buscando beneficios propios de la empresa, la sociedad, los clientes y otros involucrados en su entorno.

La calidad de trabajo también se refiere a la capacidad que tiene las personas para reflexionar, analizar, compartir el conocimiento, y tomar en consideración las experiencias para basarse en hacer bien el trabajo, demostrando constantemente el interés, las ganas y el compromiso en la empresa hacia una mira de sus objetivos.

**k) Pensamiento Estratégico.-** Se refiere a la operación hacia adelante y está basado en el cálculo, en la lógica, en la experiencia y en la implementación de estrategias para el logro de objetivos. El pensamiento estratégico son habilidades para “comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades de su propia organización a la hora de identificar la mejor respuesta estratégica”. (Llvem, 2013, párr.3)

Los emprendedores tienen la capacidad de pensar estratégicamente, donde ellos determinan cuáles son sus amenazas, oportunidades de negocios, realizan alianzas estratégicas con clientes, realizan convenios con otras empresas, observan la competencia, compran negocios en marcha, compran nuevos proveedores. Incluye la capacidad para saber cuándo hay que

abandonar un negocio o reemplazarlo por otro, tomando en consideración los cambios sociales, gubernamentales, financieros y economías del país.

**I) Trabajo en equipo.-** Consiste en realizar las tareas específicas por medio de un grupo de personas, que conformen un equipo. Para muchos autores el trabajo en equipo lo definen como la “habilidad de trabajar juntos hacia una visión común. Es el combustible que le permite a la gente común obtener resultados poco comunes, y para que esto suceda el equipo debe tener buena comunicación”. (Soto, 2012, párr.2)

En los emprendimientos el trabajo en equipo es muy importante, ya que esto enlaza la capacidad de colaborar y cooperar con los demás, trabajando juntos. Para que esta competencia sea efectiva, la actitud debe ser argumentada con sus subordinados, administradores y gerentes. En muchos de los casos es conveniente que el ocupante de un puesto sea miembro de un grupo o equipo de trabajo, para que se lleve a cabo, tareas u objetivos compartidos y enfocados al cumplimiento de sus actividades organizacionales.

**II) Resolución de problemas.-** Es la “recolección de la información necesaria para resolver los problemas detectados y escoger e implementar las mejores alternativas de solución, ya sea de manera individual o grupal”. (Educarchile. Resolución de problemas, 2013, párr.1)

Cada emprendedor, gerente, administrador y líder de cualquier entidad debe tener la capacidad de idear soluciones a posibles problemas que se les presente cotidianamente en sus ámbitos empresariales, atendiendo sus necesidades, enfocados al logro de objetivos del negocio y a la factibilidad interna de resolución constante, esto incluye la capacidad de idear soluciones a problemáticas futuras del cliente.

**m) Persuadir y vender.-** Es la “capacidad para encantar o seducir a un cliente para que éste adquiera un producto o servicio que responde o satisface una necesidad,” (Auracana. Competencias de los emprendedores,

2013, p.3) esto quiere decir, que las personas encargadas de las ventas, negociación o agente comercial tiene la capacidad de cumplir su rol correctamente. Cuando el individuo tiene conciencia de no poseer esta habilidad, él tiene la necesidad de capacitarse, informarse y adquirir conocimientos y experiencias en ventas e inducir a la habilidad de negociación con los clientes, para poder así satisfacer sus necesidades de la mejor manera.

**n) Iniciativa.-** Es la “predisposición de emprender acciones, crear oportunidades y mejorar resultados sin necesidad de un requerimiento externo que lo empuje, apoyado en la autorresponsabilidad y la autodirección”. (Csintranet, 2013, párr.1)

Una de las características que tienen las personas emprendedoras es la iniciativa, donde hace referencia a la actitud permanente de adelantarse a los demás en su accionar. Entendiendo también que es la preferencia a actuar en forma positiva, enfocándose en el futuro personal y empresarial. Implica marcar el rumbo por medio de acciones concretas, tomando decisiones pasadas y futuras, hasta la búsqueda de nuevas oportunidades o soluciones de problemas que se presentan en la vida.

**ñ) Temple.-** Se denomina como la “serenidad y dominio en todas las circunstancias, implicando competencias como prudencia y fortaleza. Es la capacidad para justificar o explicar los problemas surgidos, los fracasos o los acontecimientos negativos”. (Auracana. Competencias de los emprendedores, 2013, p.3)

El temple requiere de fortaleza y honestidad que implica seguir adelante en medio de circunstancias adversas o de problemas que se pueden generar en el ámbito laboral o empresarial, las caídas o problemas son las experiencias para resistir tempestades y llegar a una buena situación o buen estado personal e empresarial.

#### **2.4.4. Conocimiento de los emprendedores**

Se refiere al conocimiento del proceso emprendedor, la administración de negocios, sus habilidades para identificar y evaluar oportunidades de negocios;

Define la propuesta de valor y modelo del negocio, comunicar efectivamente sus ideas de negocio y armar un buen equipo de trabajo, con pensamiento creativo, promoviendo un sentido de autorrealización personal y desarrollando el hábito de realizar una autoevaluación periódica del rendimiento micro empresarial, adquiriendo mayores competencias emprendedoras y las habilidades empresariales. (Dehter, 2009, párr. 5)

##### **2.4.4.1 Conocimiento**

Es el acervo de informaciones, conceptos, ideas experiencias y aprendizajes del administrador. Puesto que el conocimiento cambia rápidamente en función de la transformación y de la innovación, el administrador debe actualizarse constantemente, esto significa aprender, leer, tener contacto con otros profesionales y renovarse continuamente para no volverse obsoleto. Para transformar en contribuciones efectivas al negocio y crear valor para la organización u empresa. (Chiavenato, 2006, p.4)

#### **2.4.5. Formación para el emprendimiento**

Para la formación de los emprendedores hay que tomar en cuenta el proceso por el cual un individuo o grupos de individuos realizan sus esfuerzos en adquirir conocimiento y experiencias durante todo su proceso de formación. “Los emprendedores buscan el desarrollo de la cultura emprendedora con acciones que examinan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema de educación formal, informal y no formal”. (Wikipedia, sistema educativo Ecuador, 2013, párr. 1)

### **2.4.5.1 La Educación Formal**

La educación formal en Ecuador está reglamentada por el Ministerio de Educación, “dividida en educación fiscal, fiscomisional, municipal, y particular; laica o religiosa, hispana o bilingüe intercultural. La educación pública es laica en todos sus niveles, obligatoria hasta el nivel básico, y gratuita hasta la universidad”. (Wikipedia, sistema educativo Ecuador, 2013, párr. 2)

La educación formal se la adquiere en instituciones públicas y privadas durante toda su formación educativa, “que se imparte en establecimientos educativos aprobados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas, conducentes a grados y títulos”. (Espol. Educación en el Ecuador, 2008, p. 3)

### **2.4.5.2 Los niveles de formación de la educación formal en Ecuador son los siguientes:**

A) Educación preprimaria, que comprende mínimo un grado obligatorio (Jardín) Correspondiendo desde los 4 hasta los 5 años de edad del niño o niña y constituye una parte obligatoria en la educación ecuatoriana.

B) Educación general básica con una duración de diez grados, tomados en consideración hasta el ciclo básico en los colegios.

El nivel de Educación General Básica se divide en 4 subniveles:

Preparatoria, que corresponde a 1er grado de E.G.B. y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 5 años de edad.

Básica Elemental, que corresponde a 2º, 3º y 4º. grados de E.G.B. y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 6 a 8 años de edad.

Básica Media, que corresponde a 5º, 6º y 7º. grados de E.G.B. y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 9 a 11 años de edad.

Básica Superior, que corresponde a 8º, 9º y 10º. grados de E.G.B. y preferentemente se ofrece a los estudiantes de 12 a 14 años de edad.

c) Bachillerato en ciencias o técnico, tiene una duración de 3 cursos como 1º. 2º y 3º curso, donde culmina con un título de Bachiller. (Wikipedia, sistema educativo Ecuador, 2013, párr. 9)

### **2.4.5.3 Educación Superior**

La preparación que brinda la educación superior es de tipo profesional o académica. Se distingue los siguientes estudios:

- ❖ Pregrado (Ingeniería y Licenciatura)
- ❖ Postgrado (Master y Doctorado)

El sistema nacional de educación superior en el Ecuador, “está integrado por universidades, escuelas politécnicas públicas y privadas, los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de arte y las conservaciones superiores tanto público como privado.” (Scribd, Torres, 2011, p.10)

Los organismos públicos que rigen el sistema de educación superior son: el consejo de educación evaluación superior (CES) y el consejo de acreditación, evaluación y aseguramiento de la calidad de la educación superior.

La formación de pregrado tiene las siguientes modalidades de formación y conduce a los títulos académicos que se indican a continuación:

- ❖ “Formación técnica profesional: Conduce al título de Técnico Profesional.
- ❖ Formación tecnológica: Conduce al título de Tecnólogo.
- ❖ Formación profesional: Conduce al título de profesional como Ingeniería, obtenidos en universidades públicas o privadas en el Ecuador”. (Scribd, Torres, 2011, p.10)

Al nivel de pregrado ingresan quienes poseen el título académico de bachiller y que se han presentado al examen de ingreso a la educación superior. Por norma especial, pueden ingresar a estudiar programas técnicos profesionales.

La formación de postgrado son unos de los niveles más altos en la educación ecuatoriana, por ende los requisitos para el estudio de posgrado es tener un título de tercer nivel, que conduzcan a los siguientes títulos académicos:

- Especialización: Profesional de especialidad.
- Maestría: Conduce al título de Magíster.
- Doctorado: Conduce al título de Doctor.

En la educación superior, el organismo encargado es la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT).

#### **2.4.5.4 La Educación no formal**

Se relaciona con la educación para el trabajo y el desarrollo humano, que se toma con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados propios de la educación formal. (Luna. Educación para el trabajo y el desarrollo. 2008, p.7)

La educación para el trabajo y el desarrollo humano, comprende programas de formación laboral y de formación académica que muchos de los ecuatorianos adquieren para un mayor enriquecimiento en sus conocimientos y habilidades laborales.

#### **2.4.5.5 Los programas de formación laboral**

“Tienen por objeto preparar a las personas en áreas específicas de los sectores productivos y desarrollar competencias laborales específicas relacionadas con las áreas de desempeño, que permitan ejercer una actividad productiva en forma individual o colectiva como emprendedor independiente.”(Luna. Educación para el trabajo y el desarrollo, 2008, p.7)  
Este tipo de formación ayuda a las personas a fortalecer sus conocimientos,

y adquirir nuevos conocimientos, sobre todo en su ámbito laboral o posición de trabajo en que el individuo se encuentra ejerciendo.

#### **2.4.5.6 Los programas de formación académica**

Tienen por objeto la adquisición de conocimientos y habilidades en los diversos temas como:

- ❖ La ciencia
- ❖ Las matemáticas
- ❖ La técnica
- ❖ La tecnología
- ❖ El arte
- ❖ Los idiomas
- ❖ El deporte
- ❖ El desarrollo de actividades
- ❖ Las culturales, etc.

“Estos programas de formación académica ayudan a la validación de niveles, ciclos y grados propios de la educación formal básica, media y de tercer nivel”. (Luna. Educación para el trabajo y el desarrollo, p.8) Ayudan a las personas en el crecimiento y fortalecimientos de sus conocimientos, mejora el proceso de autogestión, la participación y en general de organización del trabajo institucional e empresarial.

#### **2.4.5.7 La Educación Informal**

Se refiere a “todo conocimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros no estructurados.” (Luna. Educación para el trabajo y el desarrollo, 2008, p.8)

La educación informal hace parte aquellos cursos adquiridos presencial y virtualmente dentro de su estado o fuera de este, Su organización, oferta y desarrollo se la puede tomar voluntariamente en cualquier persona natural o jurídica que pretenda ofrecer cursos de educación informal en cualquier país.

#### **2.4.6 DESARROLLO MICRO EMPRESARIAL**

A continuación se detalla la fundamentación teórica, tomando en consideración la segunda variable, que es; el desarrollo micro empresarial y todos los temas que se relacionan directamente con esta variable.

El desarrollo micro empresarial es el “proceso por el cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que contribuya al crecimiento sostenible de la microempresa,” (Eumed, Herrera, Garcia, 2008, párr. 22) con búsqueda constante de oportunidades de negocio en cualquier mercado atractivo.

##### **2.4.6.1 Microempresas**

Una microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción o servicios, que tiene “menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios,” (Usaid, 2009, p. 5) además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar.

##### **2.4.6.2 Finanzas**

Finanzas es la “rama de la economía que se relaciona con el estudio de las actividades de inversión, tanto en activos reales como en activos financieros y con la administración de la misma”. (Ochoa, Zaldívar, 2012, p.4)

Las finanzas ayudan a todas las empresas a establecer sus montos de inversión, donde lo hacen, como obtienen fondos para invertir y como trabajan los mercados financieros.

Las finanzas están directamente involucradas con los procesos de instituciones, los mercados y los instrumentos que participan en la transferencia de dinero entre personas, empresas y gobiernos.

“Uno de los objetivos que tienen las finanzas en las empresas son:

- Maximizar la riqueza o valor de la empresa.
- Aumentar y mantener su inversión o acciones de la empresa.
- Llevar a cabo el manejo adecuado del dinero”.

(Ochoa, Zaldívar, 2012, p.4)

#### **2.4.6.3 Administración**

La administración es un conjunto de procesos y procedimientos que tienen como finalidad manejar los recursos de la empresa de la mejor manera, y enfocados al cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales. Para el autor Porter, la administración la definen como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional.”

Destacando que la administración, “consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas.” (Coulter, 2005. p.7) Esto quiere decir que en las empresas deben realizar trabajos grupales, con el fin de cumplir sus procesos organizacionales.

#### **2.4.6.4 Producción**

Al hablar de producción nos referimos a la cantidad de productos fabricados por una empresa, donde se utilizan sistemas productivos y recursos, que estos generan un producto final.

También podemos definir a la productividad según algunos autores como, “la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados”. (Scribd, Portto, 2008, p.2)

Hay que tomar en cuenta que la producción tiene relación con los resultados y el tiempo utilizado, esto significa, que entre menos tiempo utilicemos en la elaboración o fabricación de los productos, mejores serán los resultados obtenidos. Por otro lado tenemos también a un factor importante como lo es, la calidad, en donde las empresas deben fabricar o producir más unidades con los mismos insumos pero con una alta calidad. Todos y cada uno de estos factores harán ver a la empresa mucho más productiva, eficiente y eficaz a la hora de elaborar sus productos y servicios.

#### **2.4.6.5 Innovación**

La innovación por un lado, consiste en la habilidad de convertir las ideas y el conocimiento en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, enfocados a satisfacer las necesidades de sus clientes y sociedad en general. Uno de los objetivos que tienen la innovación es la adaptación de las nuevas exigencias, que el mercado demande, definiendo oportunidades de crecimiento a los emprendimientos y microempresas, y que estos logren ser más competitivos a lo largo de sus vidas.

Según el Manual de Innovación para Pequeñas y Medianas Empresas, define la innovación en los siguientes términos:

- La implementación de un nuevo producto o servicio, o de un cambio cualitativo en un producto o servicio ya existente.
- La introducción de un nuevo proceso.
- La apertura de un nuevo mercado.
- El desarrollo de nuevas fuentes para el suministro de materias primas y búsqueda de nuevas materias primas.
- La introducción de cambios en la organización y la gestión de la empresa. (Bicgalicia, 2008, párr. 3)

La innovación no es la implementación de algo nuevo, sino que también es la invención de una nueva idea, implica la generación de ideas para un nuevo producto o proceso y todas las fases desde el diseño y evaluación de la eficiencia, hasta la implementación de la idea.

"La innovación constante es la única forma de mantenerse competitivo, porque ninguna ventaja es sostenible en el largo plazo."

(Tresinh, 2005, párr. 1)

#### **2.4.6.6 Talento Humano**

El talento humano es un factor indispensable que debe estar presente en todas las organizaciones, empresas y especialmente en los emprendimientos, ya que este aumenta la capacidad de la producción y comercialización de productos y servicios.

Una de las capacidades que deben tener el talento humano es la experiencia, que se refiere al conocimiento adquirido, las habilidades laborales adquiridas y las capacidades aprendidas de los individuos.

Según la real academia española de la lengua, al hablar de talento humano hace referencia a:

Las personas inteligentes o aptas para determinada ocupación; inteligente, en el sentido que entiende y comprende, tiene la capacidad de resolver problemas dado que tiene las habilidades, destrezas y experiencia necesario para ello, apta en el sentido que puede operar competentemente en una actividad debido a su capacidad y disposición para el buen desempeño de la ocupación.

El talento humano se convierte en parte importante de la empresa, ya que sin él talento humano no existirían empresas ni organizaciones. Tomando de esta manera al talento humano como la capacidad de la persona para trabajar en diferentes labores, "asumiendo sus habilidades, destrezas, experiencias y aptitudes propias de las personas talentosas. Sin embargo hay que destacar factores o elementos que mueven a las personas,

aptitudes como: “habilidades, conocimientos, actitudes, experiencias, motivación, interés, vocación, potencialidades y salud”. (Faba, 2013, párr.3)

#### **2.4.6.7 Gestión del talento humano**

La gestión del talento humano se refiere a la capacidad de las empresas y organizaciones para contratar personas para trabajar en función de los cumplimientos de objetivos organizacionales, es por esto que requieren del personal necesario y adecuado para; “motivar, fidelizar y desarrollar profesionales más competentes, más capaces, más comprometidos y sobre todo de su capacidad para convertir el talento individual, a través de un proyecto ilusionante en talento organizativo.” (Faba, 2013, párr.4)

Muchos de los autores definen a la gestión del talento humano como “un profesional comprometido, que pone en práctica sus capacidades para obtener resultados superiores en un entorno y organización determinada, (Msilva, Mogollón, Enríquez, 2009)”. Entendiendo también a los profesionales como los que más valor añadido aportan en la empresa para el cumplimiento de sus objetivos.

Para las empresas de hoy en día, el capital ha dejado de ser el principal recurso, el activo de las organizaciones de hoy es el talento humano, también llamado capital humano. El talento se ha convertido en la base de la productividad de la empresa, creación de valor para el accionista, el cliente y la sociedad en general. Enfocados a la obtención de los resultados necesarios para ser competitivos en el entorno actual y futuro empresarial.

#### **2.4.6.8 Empleados y recursos humanos**

Sabemos que los empleados son los recursos más importantes de la organización. Sin empleados no se fabrican productos ni se proporcionarían servicios, de hecho, no habría esfuerzos organizados en la persecución de metas comunes. Así que, sin que esto sea sorprendente, los empleados desempeñan una función importante en la administración de la cadena de valores. (Coulter, 2005, p.498)

El recurso humano es el recurso más importante para el funcionamiento de cualquier organización. Si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, destrezas y su capacidad, la organización marchará, de lo contrario se detendrá y no podrá crecer constantemente en su ámbito empresarial.

#### **2.4.6.9 Marketing**

En términos generales, el Marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los clientes a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales y el posicionamiento de los mismos.

El marketing es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización. (Free, A.M.A, 2012, párr.5)

La función de marketing comprende la planeación y práctica de actividades de concepción, establecimiento de precios, fomento y distribución de ideas, productos y servicios para crear valores que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. De forma sencilla, la actividad de marketing de una empresa consiste en determinar las necesidades y los deseos de los mercados metas y satisfacerlos de forma más eficaz que las competencias. (Amaru, 2008, p.93)

#### **2.4.6.10 ¿Qué es la tecnología?**

Al hablar de tecnología nos referimos a técnicas, conocimientos y procesos que realizan las empresas en su actividad de producción y comercialización de productos, pero de una forma más eficiente y eficaz. Muchos de los actores definen a la tecnología como “el modo de hacer las cosas; es el conjunto de procesos, fórmulas y materiales inventados por el hombre, que contribuyen a facilitarle el trabajo,” (Eumed, Gonzales, 2010, párr. 5) con la implementación y utilización de máquinas y equipos avanzados.

En la actualidad la tecnología constituye una variable independiente que influye en las características organizacionales. Una de las partes fundamentales en toda empresa es la inversión en tecnología, en donde esta es la “estructura de cadena de valor con el propósito de servir mejor a los usuarios finales.” (Coulter, 2005, p. 496)

#### **2.4.6.11 Tecnología empresarial**

Uno de los factores importantes e indispensables para el desarrollo y crecimiento de las empresas es la implementación e innovación tecnológica, lo cual les garantizará una disminución en sus costos de producción y mejora los procesos para la prestación de servicios. Por ende es necesario conocer y utilizar la tecnología en las organizaciones.

#### **2.4.6.12 Tecnología en las empresas**

La tecnología ayuda a las empresas a cumplir sus metas y objetivos, por lo que al tomar un punto de vista administrativo la tecnología es algo que se desarrolla en las organizaciones por medio de conocimientos acumulados y desarrollados sobre el significado y la ejecución de tareas y por las manifestaciones físicas como máquinas, equipos e instalaciones, lo que constituye un complejo de técnicas empleadas en la transformación de los insumos en resultados, es decir en productos o servicios. (Chiavenato, 2006, p. 406)

El uso de la tecnología en las empresas es fundamental para lograr tener una estabilidad en el mercado y ser rentables, por lo general las tecnologías ayudan a las empresas a cumplir sus objetivos empresariales a un corto plazo. Por otra parte, si una empresa no realiza el uso de herramientas tecnológicas, los procesos de las organizaciones serían más complejos y además el control de la información no sería adecuado, lo que sería un grave problema para el desarrollo de las empresas.

Otra parte importante que hay que destacar es que la tecnología hace parte de una innovación, y para que ésta última exista, es necesario fomentar, motivar y dar un ambiente propicio al hombre para que éste desarrolle su

creatividad. “Sin creatividad no hay innovación; sin innovación no hay tecnología.”(Eumed, Gonzales, 2010, párr.13)

#### **2.4.6.13 Infraestructura empresarial**

La infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para el funcionamiento de una organización, empresa y sociedad en la cual ejercen una actividad.

El tener su propia infraestructura es de gran importancia, ya que se compone como un medio de producción, por tanto “los recursos naturales como los medios técnicos y las fuerzas de trabajo, unidos conforman las fuerzas productivas”. (Definicionabc, 2014, párr. 3)

La infraestructura en contexto con la economía y las finanzas públicas, se la define como;

Los servicios considerados como esenciales para el desarrollo de una economía moderna: transportes, energía, comunicaciones, obras públicas, etc.

La Infraestructura de un país está constituida por todo el capital fijo, o capital público fijo, que permite el amplio intercambio de bienes y servicios así como la movilidad de los factores de producción. Se considera que la creación de infraestructura es básica en el proceso de desarrollo económico, pues en ausencia de ésta se limitan seriamente los incrementos en la productividad y no es posible, tampoco, atraer capitales. (Eco-finanzas, 2013, párr. 4)

Concluyo que es el conjunto de elementos que están considerados necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente.

## 2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

**Asesoramiento.-** Es la acción de asesorar o asesorarse de algo o de alguien, donde se ayuda a orientar he influir, a una o varias personas para que se dirijan por el camino del éxito.

**Capacitación.-** Es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que contribuyen al desarrollo de las personas en el desempeño de una actividad económica o social.

**Conocimiento.-** Es un conjunto de información almacenada mediante la experiencia y la educación que se adquiere en el diario vivir tanto teórica como práctica.

**Competencia.-** Es la rivalidad entre dos o más empresas, que tienen como objetivo conseguir beneficios propios en un lugar determinado con la venta de sus productos y servicios.

**Cultura.-** Es el conjunto de valores y creencias que tiene una sociedad diferente a otras, como por ejemplo la vestimenta, vivienda, formas de pensar y actuar.

**Desarrollo.-** Es un proceso por el cual una organismo evoluciona desde su origen, hasta alcanzar sus objetivos específicos y globales.

**Economía.-** Estudia los procedimientos productivos y de intercambio, y se relaciona directamente al análisis del consumo de bienes y servicios de una sociedad o de un estado en general.

**Gestión.-** Es la forma más correcta de manejar los recursos disponibles de una persona, empresa u organización.

**Metodología.-** Es el conjunto de métodos por los cuales se regirá una investigación y que permiten cumplir ciertos objetivos en el marco de una ciencia.

**Mercados.-** Son aquellos lugares geográficos, donde las personas y empresas venden sus productos y servicios a sus clientes, consumidores y sociedad en general.

**Seguimiento.-** Consiste en la aplicación de controles periódicos a un grupo de personas o grupos de empresas, donde se observan las actividades que realizan diariamente en su entorno.

**Utilidad.-** Es la satisfacción de las personas o empresas, al obtener fruto de algo que han invertido y han trabajado constantemente en un periodo determinado. En pocas palabras, la utilidad es la ganancia del esfuerzo y trabajo arduo que realizan las personas.

## **2.6. IDEA A DEFENDER**

Un limitado nivel de conocimientos de los emprendedores influye en el desarrollo micro empresarial de los negocios apoyados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi.

## **2.7. VARIABLES**

Independiente

Nivel de conocimientos de los emprendedores.

Dependiente

Desarrollo de las microempresas apoyadas por el GADPC.

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

En la presente investigación, se utilizó el método cuali-cuantitativo, que representó un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación. Implicó la recolección y el análisis de datos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar conclusiones de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del tema de tesis planteado.

La investigación cualitativa.- Estudió los comportamientos de los emprendedores y las personas que los gobiernan, ofreció amplitud de criterios a lo largo de todo el proceso de investigación y permitió registrar la narración de las personas investigadas, mediante instrumentos como las entrevistas, herramientas que se orientan a la obtención de información, y a los descubrimientos exploratorios, descriptivos e inductivos.

La investigación cuantitativa.- Buscó explicar las razones de los diferentes aspectos y de los comportamientos que tienen los emprendedores, apoyándose en datos numéricos y aplicando herramientas estadísticas, para obtener resultados precisos que hace énfasis en su validez como en la confiabilidad de los datos encontrados.

Los resultados se obtuvieron tomando en cuenta a todos los negocios que maneja el GADPC, en donde nos permitió examinar los datos de manera efectiva, con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

En otras palabras, la investigación cuali-cuantitativa investigo el por qué y el cómo se tomó una decisión, en contraste con la investigación cuantitativa, que busco responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo, cuánto. La

investigación cualitativa se basó en la toma de una población total, esto fue la entrevista a los emprendedores y técnicos del GADPC.

### **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Los métodos que se utilizaron en la investigación fueron; las fuentes bibliográficas, este procedimiento ayudó a tener una visión más amplia del tema de investigación, en donde implicó la recolección pertinente de antecedentes bibliográficos, conceptos, actualizaciones más destacadas y aplicarlos en el desarrollo del estudio, con la finalidad de contar con herramientas que validen y sustenten la información.

Incluyo también herramientas como la entrevista, tomando en consideración que la utilización de esta nos ayudó a verificar personalmente la realidad de los emprendedores que se han desarrollado con la intervención y apoyo del GAD provincial del Carchi, además fue necesario realizar visitas a las microempresas generadas en los últimos años, con la finalidad de determinar cuáles han sido sus fortalezas y debilidades, en donde conocimos el nivel de conocimientos de los emprendedores y su desarrollo empresarial.

Otra de las herramientas utilizada fue la encuesta, como instrumento de investigación, misma que fue aplicada para buscar y recolectar datos y conocer las causas que impiden el desarrollo de las microempresas del Carchi. Es preciso indicar que este instrumento tuvo una estructura adecuada que permitió obtener de manera objetiva y precisa la información.

También en la investigación se tomó en cuenta el análisis narrativo, que consistió en recopilar información de los representantes de los emprendimientos, con respecto al grado de conocimientos que ellos tienen, y como influía esta, en un crecimiento empresarial.

Todas estas herramientas tomadas en consideración se las utilizo, porque de esta manera nos llevó a obtener una información acertada y útil, para determinar y corroborar el problema planteado en la presente investigación y tomar acciones que permitan solucionar las falencias encontradas en los emprendimientos.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de esta investigación la población está conformada por emprendimientos y microempresas, tomando en consideración la información brindada por el GAD provincial del Carchi, misma que ha apoyado y asesorado en los últimos cinco años a aquellos negocios que se encuentran laborando en toda la provincia.

Se establece, que no se utilizó el cálculo de la muestra, porque el dato referencial es de 39 negocios, conformados por 24 emprendimientos y 15 microempresas, que se encuentran asentados en toda la provincia, los cuales ejercen su actividad económica.

Con ello se pudo evidenciar que la investigación tuvo como objeto de investigación un total de 39 negocios, mismos que por el reducido tamaño no se procedió a realizar el cálculo de la muestra y se tomó en cuenta a todos los negocios que el GADPC, ayuda y asesora en la provincia del Carchi.

A continuación se detalla la población investigada en este proyecto de tesis

**Tabla No. 2 Población investigada**

N°	Nombre de la asociación	Lugar	Representante	Actividad
<b>EMPREDIMIENTOS</b>				
1	Nuevos Horizontes	San Gabriel	Luis Erazo	Producción de leche
2	Mujeres Santa Lucia	Santa Lucia	Angelita Bernardo	Almacén de insumos agropecuarios
3	Trabajadores agropecuarios Cuesaca	Cuesaca	Elvia Rodríguez	Asadero de cuyes
4	La casa de Uniforme	Huaca	Mary Ramírez	Confección de uniformas para instituciones educativas
5	Nuevo Amanecer	El Capulí	Nolberto Burbano	Fábrica de Plástico reciclable
6	Mujeres Luz y Verdad	Monte Olívo	Pilar Villareal	Planta de balanceados
7	Club ecológico defensores de la naturaleza	La mariscal sucre	Piedad Mafla	Producción y comercialización de artesanías en papel reciclado.
8	Los Chasquis de san Vicente	San Vicente de Pusir	Bolívar Viveros	Manejo y Producción de leche de cabra
9	Jóvenes sueños de libertad	San Gabriel	Candy Meneses	Productora de lácteos
10	Artesanal el Ángel	El Ángel	Rosa Alba Vallejo	Confección y comercialización de ropa deportiva
11	Campo Fértil	San Gabriel	Felipe Chaspuengal	Productora de quesos
12	28 de Diciembre	Guananguicho Norte	Rocío Arias	Frigorífico, comercialización de carne y lácteos
13	Taya	San Gabriel	Pedro Almeida	Productora de leche
14	El Chamizo	El Chamizo	Nelson Cortez	Producción bovina, mejoramiento de pastizales
15	17 de Agosto	Monte Verde	Judith Irua	Producción de Ovinos
16	San Francisco de Athal	Athal	Carlos Obando	Producción bovina, mejoramiento de pastizales
17	Lácteos centro de acopio	San Gabriel	Sandra Ceballos	Enfriadora de leche
18	Los Andes	Los Andes	Sonia Guerron	Panadería y pastelería
19	Unidades para el progreso	García Moreno	Margarita Chávez	Panadería y pastelería
20	San Isidro	San Isidro	Carmen Rosero	Producción de Chanchos
21	Chitacspi	Chitacspi	Nalda Ortega	Producción de Chanchos en forma asociativa
22	Mortinial	Mortinial	Rosario	Producción Bovino,

			Guamialama	mejoramiento de pastizales
23	Avancemos Juntos	San Luis	Alfonso Nazate	Planta enfriadora de leche
24	El Frailejon	El frailejón	Marco Casanova	Producción de leche
<b>MICROEMPRESAS</b>				
25	Productores Pindical	La Chorrera	Orlando Pepinosa	Producción y comercialización de panela y sus derivados.
26	Agrícola los Pastos	San Gabriel	Carlos Pérez	Producción y comercialización de Miel de abeja
27	Cabildo de Canchaguano	Canchaguano	Arturo García	Complejo Turístico Canchaguano.
28	Social Productiva Cuesaca	Cuesaca	Martha Enríquez	Fábrica de empaques de productos agrícolas
29	Tusa Gabal	San Gabriel	Patricia Llore	Elaboración de tejidos con diseño Pasto.
30	Producampo	San Gabriel	Aida Pozo	Producción y comercialización de pollos camperos
31	Abejas Ecuador	Santa Marta de Cuba	Andrés Pastaz	Producción y comercialización de productos apícolas.
32	Maldonado Verde	Maldonado	Fabricio Coral	Producción y comercialización de huevos, gallinas ponedoras.
33	Mira por el progreso	Mira	Cumanda Palma	Producción y comercialización de café y tortillas de tiesto.
34	Unión y progreso	Cristóbal Colon	Alba Román	Producción y comercialización de hojuelas de papa.
35	Once de Enero	Tulcán	Marieta Narváez	Producción y comercialización de hojuelas de papa.
36	11 de febrero	San Gabriel	Ramiro López	Productores de leche
37	Santa Clara	San Gabriel	Zoila Manosalvas	Elaboración de artesanías, bisutería.
38	Esfuerzo y progreso	San Luis	Carmen Fraga	Tienda Agropecuaria
39	San pedro de Canchaguano	Canchaguano	Nelly Hernández	Panadería, pastelería y frigorífico

**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi

**Elaborado por:** William Morillo

### 3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla No. 3 Operacionalización de Variables

Idea a defender	Variables	Descripción de la variable	Índices Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas	Informantes
<p><b>Un limitado nivel de conocimientos de los emprendedores influye en el desarrollo micro empresarial.</b></p>	<p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Nivel de conocimientos de los emprendedores</p>	<p>Es el resultado de diferentes formas de adquirir información y como esta se transforma en conocimientos, logrando obtener un panorama más amplio y real del entorno para crear, dirigir, innovar y promover el sentido de autorrealización personal.</p>	<p>Educación Formal</p>	<p>-Nivel de educación primaria y secundaria.</p> <p>-Nivel de educación superior.</p> <p>-Nivel de educación en pregrado.</p> <p>-Nivel de educación en postgrado.</p>	<p>*Estudios aprobados en: primaria, secundaria y superior.</p> <p>*Títulos obtenidos en formación de pregrado: técnico y profesional y tecnología.</p> <p>*Títulos obtenidos en formación de postgrado: especialización, maestría y doctorados.</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Emprendedor Administrador</p>
			<p>Educación no Informal</p>	<p>-Educación para la formación laboral.</p> <p>-Educación para el desarrollo humano y educativo.</p>	<p>*Preparación en áreas del sector productivo, desarrollo de competencias laborales específicas, áreas de desempeño y ocupaciones.</p> <p>*Adquisición de conocimientos por medio de cursos y capacitaciones en temas como:</p>	<p>Encuesta, entrevista</p>	<p>Emprendedor Administrador</p>

					financieras, administrativos, marketing, producción, Etc.		
			Educación informal	-Conocimientos libre y espontaneo adquiridos. -Autoeducación personal.	*Adquisición de conocimiento proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, internet, libros, folletos, revistas, periódico, Tv, etc	Encuesta	Emprendedor Administrador
	<b>Variable Independiente</b>	Proceso por el cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que contribuya al crecimiento sostenible de la microempresa.	Finanzas	-Capital -Reinversión -Utilidades	*Crecimiento de su capital. *Crecimiento en sus reinversiones. *Cantidades iniciales y actuales en reinversiones. *Crecimiento de utilidades.	Encuesta, Entrevista	Emprendedor y contador
Desarrollo de las microempresas	Talento Humano		-Trabajadores -Inversionistas	*Número de trabajadores e inversionistas iniciales y actuales.	Encuesta, Entrevista	Emprendedor Técnicos GADPC	
	Marketing		-Producto -Precio -Plaza -Promoción	* Conocimiento y aplicación de temas o teorías relacionadas con el producto, precio, plaza, promoción en su ámbito laboral.	Encuesta, entrevista	Emprendedor Técnicos GADPC	
	Nivel de tecnología		-Total -Parcial	*Grado de tecnología que posee el	Encuesta	Emprendedor Técnicos	

				-Ninguna	negocio. *Su tecnología es suficiente y acorde al tamaño de la empresa. *Requerimiento de nueva tecnología.		GADPC
			Producción	-Número de productos iniciales -Número de productos actuales -Innovación o creación de nuevos productos.	*Cantidad de productos producidos y comercializados inicialmente y actualmente. *Innovación constante o creación de nuevos productos.	Encuesta, entrevista	Emprendedor Técnicos GADPC
			Administración	-Planear -Organizar -Dirigir -Controlar	*Se pone en práctica el proceso administrativo como: Planear, Organizar, Dirigir y controlar, para el cumplimiento de sus metas u objetivos. *Porcentaje de cumplimiento de metas y objetivos.	Encuesta, entrevista	Emprendedor Técnicos GADPC
			Infraestructura	-Total -Parcial -Ninguna	*Cuentan con infraestructura propia. *Crecimiento de su infraestructura.	Encuesta, entrevista	Emprendedor Técnicos GADPC

Elaborado por: William Morillo

### **3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Para la presente recolección de información se aplicó las encuestas prediseñadas, que nos sirvió como un medio de obtención de datos, la cual fue aplicada de una forma ordenada, esto nos quiere decir, que partió de emprendimientos y microempresas que se encuentren dentro de la ciudad o cerca a esta, para después dirigirse o desplazarse hacia los negocios que se encontraron más distantes, o se ubicaban en los alrededores de la provincia del Carchi. Para no tener dificultades y pérdida de tiempo se procedió a conseguir citas con cada uno de los representantes que se encuentran al frente de los negocios, y si evitar contratiempos que afecten el cronograma de actividades de la investigación.

Una vez obtenido contacto directo con cada uno de los gerentes y representantes de los emprendimientos y microempresas, se procedió a realizar una conversación sobre temas relacionados con el desarrollo micro empresarial que han tenido en los últimos años, y se habló sobre el nivel de conocimientos que los representantes poseen.

Por último y con respecto a la información primaria, se procedió a realizar una observación general en los emprendimientos y microempresas, donde se observó su infraestructura, recurso humano, producción, comercialización, tecnología o maquinaria, y los productos y servicios que ofrecen.

Para mejorar los resultados encontrados, se recolectó información secundaria, a través de diversas fuentes de información, como libros, revistas y folletos que se encontraron disponibles en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. También se adquirió libros y documentos y se contó con otra información propuesta por el GAD provincial del Carchi.

## **3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Para el cumplimiento del proceso de análisis de información, se llevó a cabo la aplicación de métodos estadísticos, utilizando en primer lugar una herramienta informática llamada SPSS, siendo este un programa estadístico informático más conocido por su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y una sencilla interface para la mayoría de los análisis realizados.

Posteriormente se realizó la presentación de resultados, utilizando tablas y gráficos que permitieron plasmar las deducciones obtenidas en la investigación de campo.

Para la tabulación de los datos se utilizó un cuadro general, donde se pudo hacer un análisis individual de cada pregunta y una interpretación escrita para cada una de las preguntas, estas formas de presentar los resultados ayudaron a realizar un correcto análisis de la información.

### **3.6.1. Análisis de resultados**

#### **3.6.1.1 Encuesta**

Encuesta aplicada a gerentes y representantes de emprendimientos y microempresas que se han generado con la ayuda del GADPC.

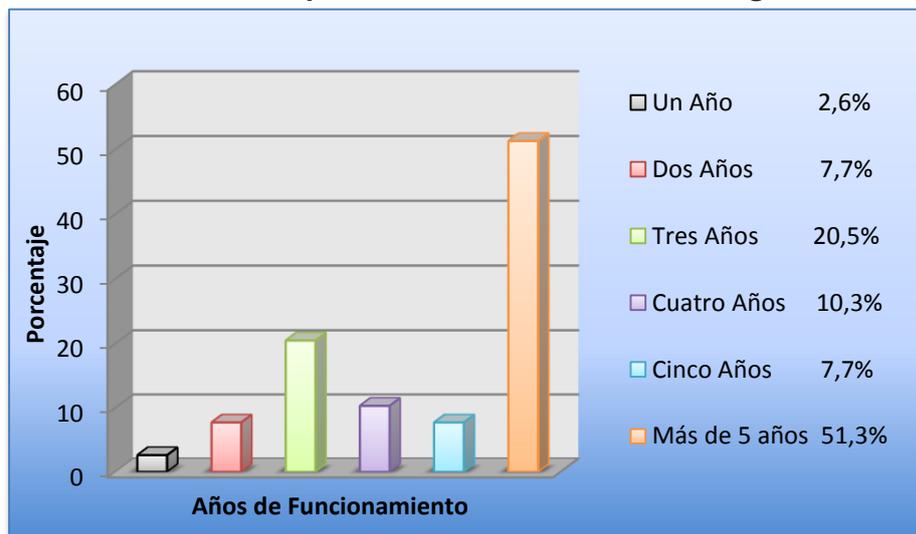
Dato General: Tiempo de funcionamiento de los emprendimientos y microempresas.

<b>Tabla No. 4 Tiempo de funcionamiento de los emprendimientos y microempresas.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	1 Año	1	2,6	2,6	2,6
	2 Años	3	7,7	7,7	10,3
	3 Años	8	20,5	20,5	30,8
	4 Años	4	10,3	10,3	41,0
	5 Años	3	7,7	7,7	48,7
	Más de 5 años	20	51,3	51,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 1 Tiempo de funcionamiento de los negocios**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Tomando en consideración el tiempo de funcionamiento, podemos destacar que el 51,3% de los emprendimientos y las microempresas están operando por 5 años, esta apreciación gráfica es de gran importancia para determinar el crecimiento y desarrollo empresarial que han venido generando en los últimos años, y también son necesarios para determinar el nivel de conocimientos que ellos han adquirido en los últimos tiempos. Concluyo que, la mayor parte de los negocios investigados tienen experiencia laboral, y que muchos de los emprendimientos ya pueden ser conocidos en sus mercados.

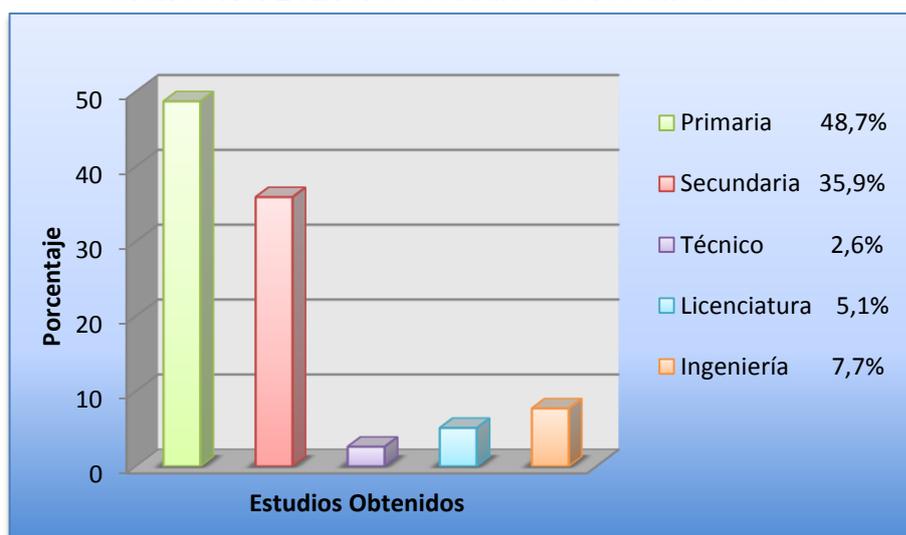
## 1. Nivel de estudios aprobados de los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas.

Tabla No. 5 Nivel de estudios de los encuestados.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	19	48,7	48,7	48,7
	Secundaria	14	35,9	35,9	84,6
	Técnico	1	2,6	2,6	87,2
	Licenciatura	2	5,1	5,1	92,3
	Ingeniería	3	7,7	7,7	100,0
	<b>Total</b>		39	100,0	100,0

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Gráfico No. 2 Nivel de estudios de los encuestados



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

El nivel de estudios que presentan actualmente los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas, en su gran parte, son de primaria con un 48,7% de la población investigada, esto quiere decir que a pesar de la poca formación académica, ellos tienen la capacidad de ponerse al frente de una microempresa y llevarla hacia el camino del desarrollo empresarial. Por otra parte se encuentran los representantes que tiene un nivel de formación académica de secundaria con un 35,9%, siendo la segunda cantidad más alta. En definitiva, el 85% de la población investigada,

no cuentan con títulos profesionales en educación superior, demostrándonos que en nuestra provincia, existe un espíritu emprendedor a pesar de su poca formación educativa.

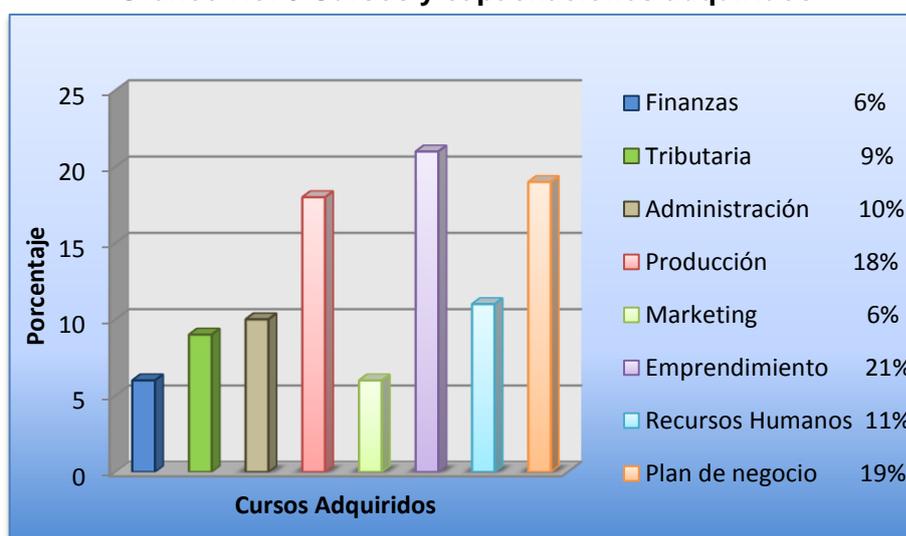
## 2. Cursos y capacitaciones adquiridos por parte de los emprendedores y microempresarios.

Tabla No. 6 Cursos y capacitaciones adquiridos.					
		Frecuencia	Porcentaje	Perdidos Sistema	Total
Validos	Finanzas	7	6,0	32	39
	Tributaria	10	9,0	29	39
	Administración	11	10,0	28	39
	Producción	19	18,0	20	39
	Marketing	6	6,0	33	39
	Emprendimiento	23	21,0	16	39
	Recursos Humanos	12	11,0	27	39
	Plan de negocio	20	19,0	19	39

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Gráfico No. 3 Cursos y capacitaciones adquiridos



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

De acuerdo a los cursos y capacitaciones que los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas han obtenido, se puede destacar

que la mayor parte de la población investigada se ha capacitado en emprendimiento dándonos un porcentaje de 21% de las personas encuestadas, mientras que el segundo tema adquirido es el plan de negocio. Estos dos temas sobresalientes permiten a las personas implementar sus ideas innovadoras, y a su vez trabajar con un plan de negocio. A primera vista, estos temas pueden generar crecimiento en las empresas.

**3. De acuerdo con la selección de los temas de capacitación recibidos, (Pregunta 2) califique de mayor a menor los 4 principales temas que le han sido más útiles e importantes en su ámbito laboral, y que le han generado mayor beneficio para su empresa. Siendo 1 el más importante y 4 el de menor importancia.**

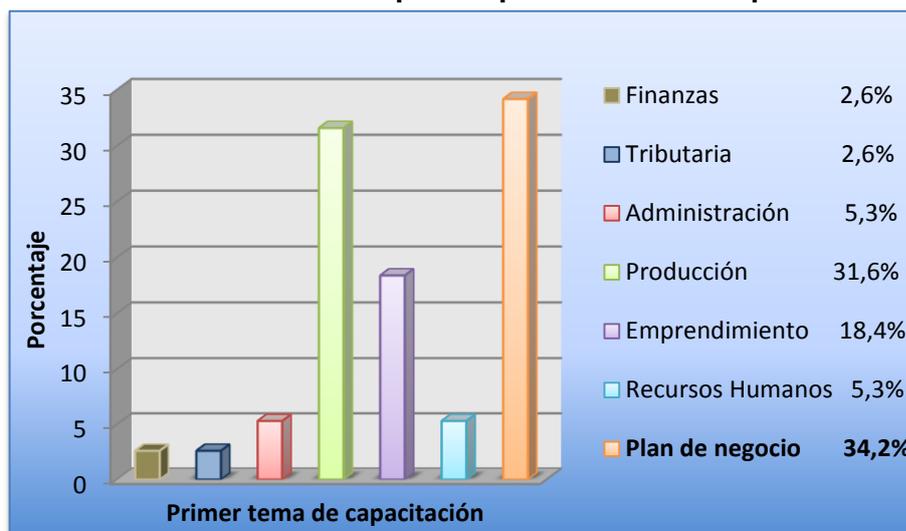
3.1. Calificación para el primer tema representativo, adquirido en los cursos y capacitaciones según los representantes de las microempresas.

<b>Tabla No. 7 Puntuación para el primer tema de capacitación.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Finanzas	1	2,6	2,6	2,6
	Tributaria	1	2,6	2,6	5,3
	Administración	2	5,1	5,3	10,5
	Producción	12	30,8	31,6	42,1
	Emprendimiento	7	17,9	18,4	60,5
	Recursos Humanos	2	5,1	5,3	65,8
	Plan de negocio	13	33,3	34,2	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	2,6		
<b>Total</b>		39	100,0		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 4 Puntuación para el primer tema de capacitación**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

De acuerdo a los cursos y capacitaciones que han obtenido en los diversos temas, los representantes y gerentes de las microempresas calificaron con un 34,2%, al plan de negocios, como el tema más sobresaliente, por cuanto les ha generado mayor beneficio en su ámbito laboral. Podemos resaltar que mediante entrevistas se valora mucho al documento escrito que incluye la descripción de la empresa y las acciones futuras que van a llevar a cabo en un determinado periodo. Es por esto que la población investigada resalta a los planes de negocio como la mejor capacitación que han obtenido.

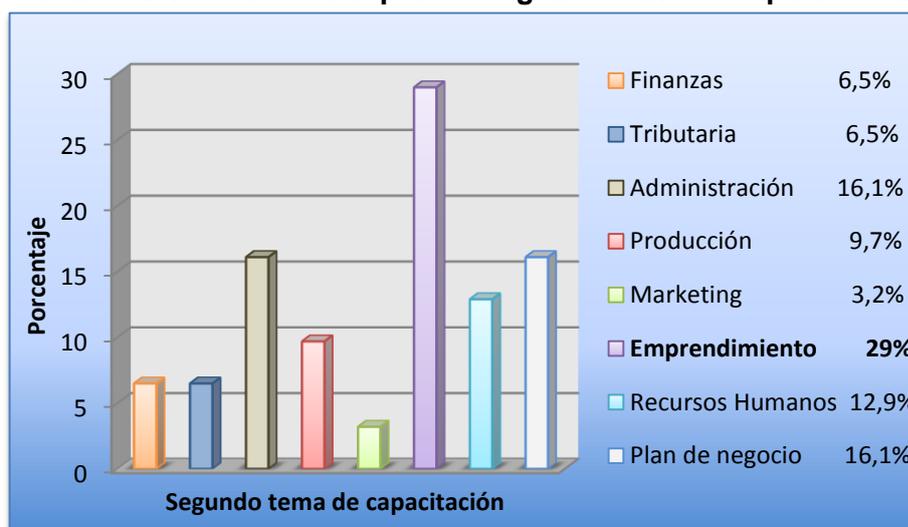
**3.2. Calificación para el segundo tema representativo, adquirido en los cursos y capacitaciones según los representantes de las microempresas.**

<b>Tabla No. 8 Puntuación para el segundo tema de capacitación.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Finanzas	2	5,1	6,5	6,5
	Tributaria	2	5,1	6,5	12,9
	Administración	5	12,8	16,1	29,0
	Producción	3	7,7	9,7	38,7
	Marketing	1	2,6	3,2	41,9
	Emprendimiento	9	23,1	29,0	71,0
	Recursos Humanos	4	10,3	12,9	83,9
	Plan de negocio	5	12,8	16,1	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	8	20,5		
<b>Total</b>		39	100,0		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 5 Puntuación para el segundo tema de capacitación**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

El segundo tema que mayor importancia ha generado en los emprendedores y representantes de las microempresas, es el tema de emprendimiento, ya que este tema les ha incentivado a poner en marcha sus ideas nuevas e innovadoras en el ámbito empresarial, y a su vez la creación de microempresas que generen valor agregado y que cumplan con las expectativas de sus clientes y consumidores. El tema de emprendimiento

ayuda mucho a las personas a buscar mayor libertad e independencia económica, proponiendo en ellos sus metas y objetivos futuras.

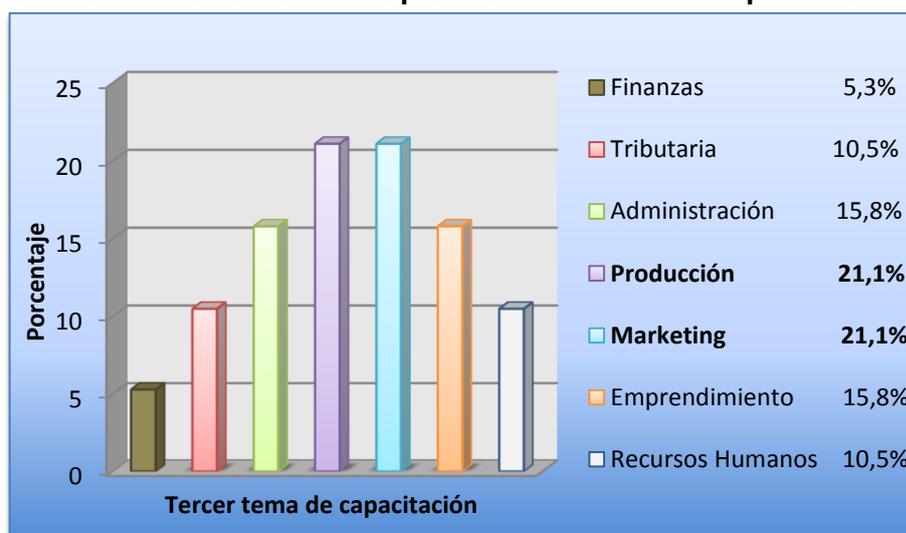
### 3.3. Calificación para el tercer tema representativo, adquirido en los cursos y capacitaciones según los representantes de las microempresas.

Tabla No. 9 Puntuación para el tercer tema de capacitación.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Finanzas	1	2,6	5,3	5,3
	Tributaria	2	5,1	10,5	15,8
	Administración	3	7,7	15,8	31,6
	Producción	4	10,3	21,1	52,6
	Marketing	4	10,3	21,1	73,7
	Emprendimiento	3	7,7	15,8	89,5
	Recursos Humanos	2	5,1	10,5	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	20	51,3		
<b>Total</b>		39	100,0		

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Gráfico No. 6 Puntuación para el tercer tema de capacitación



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

La calificación del tercer tema genera mayor perspectiva, ya que se obtiene un empate entre producción y marketing con 21,1%, siendo estos dos temas los más votados por parte de los representantes. Estos dos temas son de gran importancia ya que ayudan a generar desarrollo empresarial y mejoramiento continuo en los emprendimientos y microempresas. Producción y marketing generan mayores oportunidades de crecimiento empresarial, y constituyen un eslabón clave en los negocios, para responder de manera efectiva y distinta la demanda de necesidades, deseos y expectativas de los clientes. Para aprovechar las ventajas de la producción y marketing es necesario diseñar y poner en práctica estrategias que ayuden a sacar la empresa adelante.

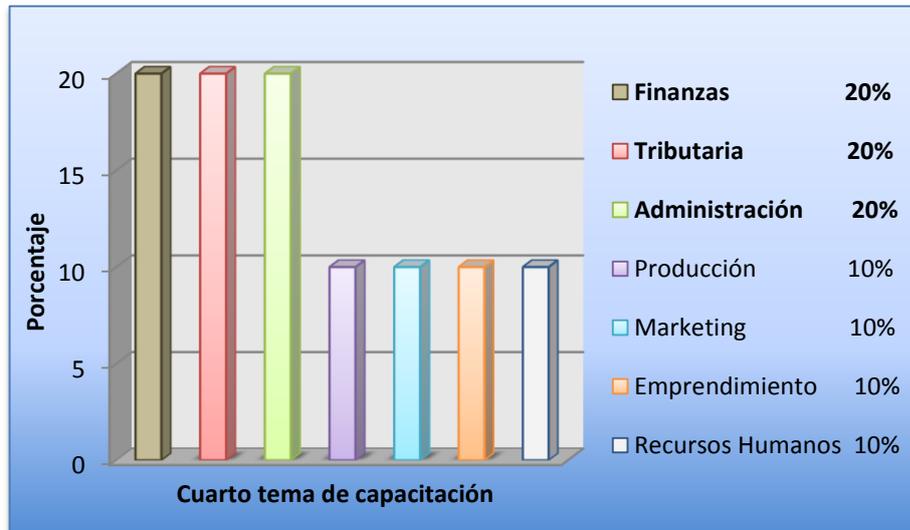
### 3.4. Calificación para el cuarto tema representativo, adquirido en los cursos y capacitaciones según los representantes de las microempresas.

<b>Tabla No. 10 Puntuación para el cuarto tema de capacitación.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Finanzas	2	5,1	20,0	20,0
	Tributaria	2	5,1	20,0	40,0
	Administración	2	5,1	20,0	60,0
	Producción	1	2,6	10,0	70,0
	Marketing	1	2,6	10,0	80,0
	Emprendimiento	1	2,6	10,0	90,0
	Recursos Humanos	1	2,6	10,0	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	29	74,4		
<b>Total</b>		39	100,0		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 7 Puntuación para el cuarto tema de capacitación**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

En la determinación del cuarto tema, se encontró con un triple empate con los temas de finanzas, tributaria y administración. Estos temas para muchos gerentes y representantes han generado beneficios importantes en su empresa, razones por las cuales no podían pasar desapercibidos en la calificación de los mejores temas obtenidos en cursos y capacitaciones. Por un lado, las finanzas ayudan a organizar el negocio con sus actividades económicas, siendo parte esencial de la administración de empresas, y en segundo término, la parte tributaria va de la mano con las finanzas, ya que por medio de estas los negocios realizan el cumplimiento impositivo que exige el estado.

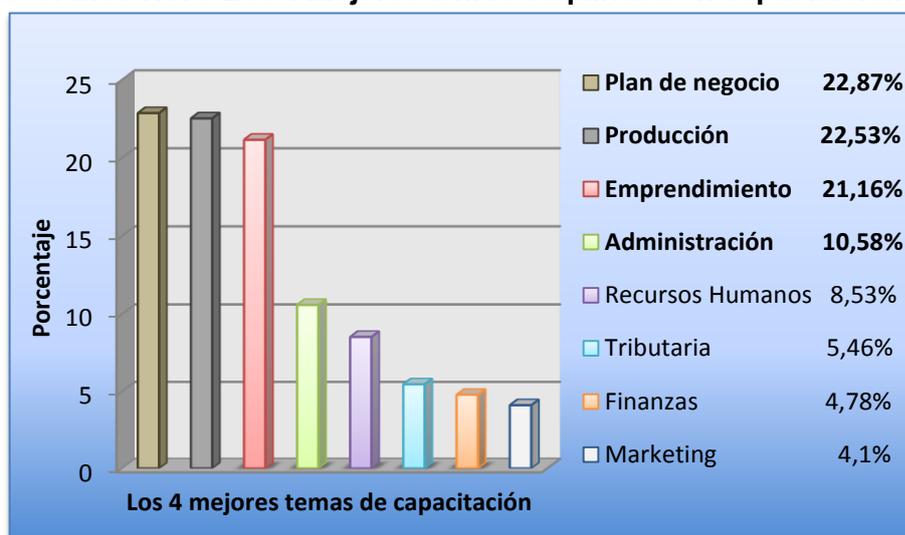
**3.1.1 Ponderación para determinar los 4 temas más importantes que han adquiridos y que les ha generado mayor provecho en el ámbito laboral en los emprendedores y microempresarios del Carchi.**

<b>Tabla No. 11 Los 4 mejores temas adquiridos en capacitación.</b>				
<b>Cursos y capacitaciones</b>	<b>Ponderación general</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>	<b>Posiciones según su importancia</b>
<b>Plan de negocio</b>	67	22,87	22,87	1
<b>Producción</b>	66	22,53	45,39	2
<b>Emprendimiento</b>	62	21,16	66,55	3
<b>Administración</b>	31	10,58	77,13	4
Recursos Humanos	25	8,53	85,67	5
Tributaria	16	5,46	91,13	6
Finanzas	14	4,78	95,90	7
Marketing	12	4,10	100,00	8
Puntuación total	293	100,00		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 8 Los 4 mejores temas adquiridos en capacitación**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Para determinar correctamente los 4 mejores temas adquiridos en los cursos y capacitaciones por parte de los gerentes, y que han sido implementados exitosamente en su ámbito laboral, se llevó a cabo una ponderación que nos determina fielmente cuales son los 4 temas más destacados y sobresalientes, dándonos como resultado los siguiente:

- ❖ Plan de negocios con 22,87%
- ❖ Producción con 22,53%
- ❖ Emprendimiento con 21,16%
- ❖ Administración 10,58%

Estos temas en sí, generan gran provecho en los emprendimientos y microempresas del Carchi. En primer lugar, el plan de negocios, que describe a la empresa, y determina sus acciones futuras. En segundo lugar, la producción que ayuda a determinar que procesos y procedimientos deben llevarse a cabo en la empresa para obtener productos y servicios de calidad; en tercer lugar está el emprendimiento, que genera la puesta en marcha de ideas, y predispone a los gestores a enfrentar retos y proyectos en el transcurso de su vida empresarial. Finalmente, tenemos a la administración, que busca llevar sus recursos de la mejor manera, mediante la planificación, organización, dirección y control.

Para conocer el proceso de ponderación realizado en esta pregunta, refiérase al Anexo No.5.

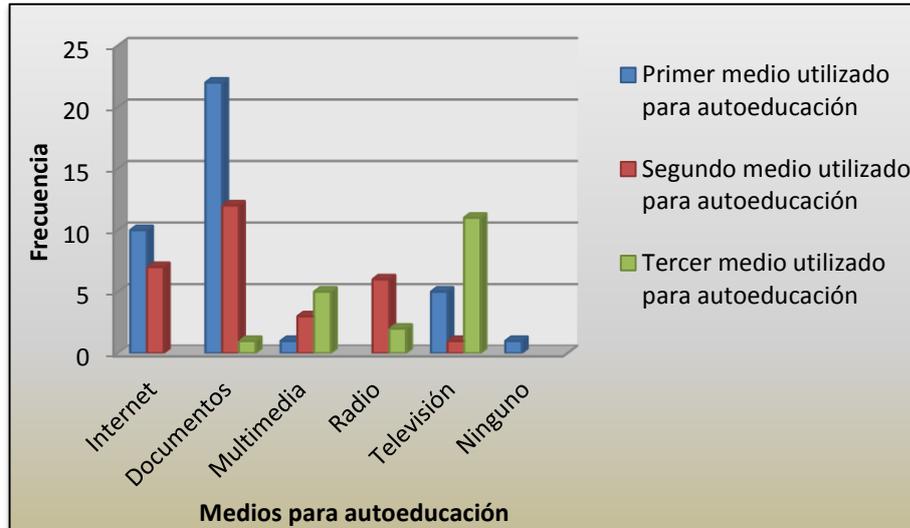
**4. Ordene de mayor a menor los 3 medios por los cuales ha adquirido autoeducación, entendiéndola a esta como la adquisición de conocimientos individuales. Siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.**

<b>Tabla No. 12 Puntuación para los medios más utilizados en autoeducación.</b>				
		<b>Primer medio para autoeducación</b>	<b>Segundo medio para autoeducación</b>	<b>Tercer medio para autoeducación</b>
<b>Válidos</b>	Internet escrito	10	7	-
	Documentos	22	12	1
	Multimedia en internet	1	3	5
	Radio	-	6	2
	Televisión	5	1	11
	Ninguno	1	-	-
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	10	20
<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 9 Medios de autoeducación más utilizados**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Entre los medios de autoeducación más utilizado y mejor calificado por parte de los gerentes y representantes, están los documentos, siendo este la unidad de información que utilizan con mayor frecuencia para adquirir conocimientos e informarse de temas sobresalientes. El segundo medio utilizado es internet, que posibilita herramientas de autoeducación muy fuertes y que ha ganado espacios muy importantes en el ámbito estudiantil y cognoscitivo. Finalmente el tercer medio más utilizado para autoeducación, es la televisión, ya que brinda variedad de programas educativos.

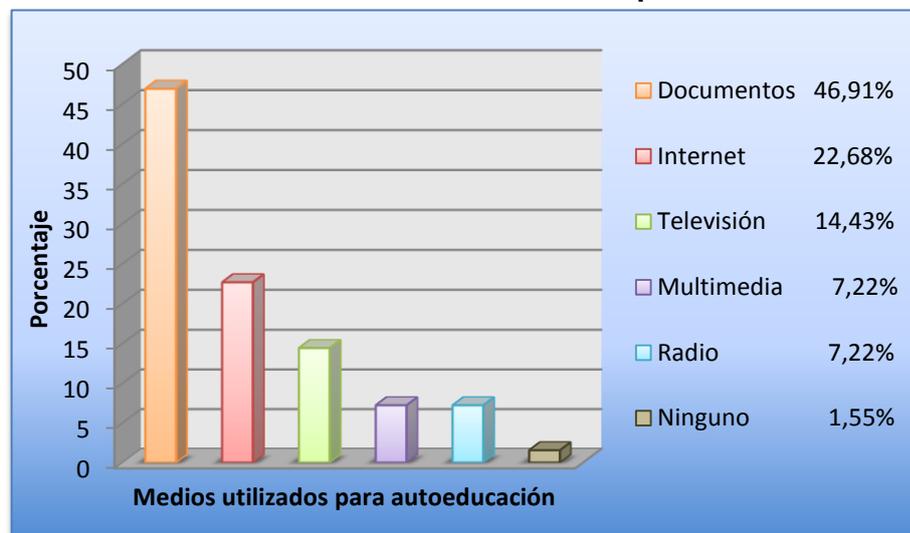
#### **4.1. Ponderación para determinar específicamente a los 3 medios utilizados para adquirir autoeducación según los emprendedores y microempresarios del Carchi.**

<b>Tabla No. 13 Los 3 medios más utilizados para autoeducación.</b>				
<b>Medios para auto educarse</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>	<b>Posiciones según su importancia</b>
<b>Documentos</b>	91	46,91	46,91	1
<b>Internet escrito</b>	44	22,68	69,59	2
<b>Televisión</b>	28	14,43	84,02	3
Multimedia en internet	14	7,22	91,24	4
Radio	14	7,22	98,45	5
Ninguno	3	1,55	100,00	6
Ponderación total	194	100,00		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 10 Los 3 medios más utilizados para autoeducación**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Tomando en cuenta las calificaciones de los encuestados y su ponderación, los resultados son los siguientes: en primer lugar tenemos a documentos con un 46,91%, seguido muy de cerca por Internet y como tercer medio de autoeducación, tenemos a la televisión. Estos 3 medios sin duda alguna nos brindan diversidad de información, y nos ayudan a adquirir y fortalecer nuestros conocimientos en los temas que más importancia tienen para cada uno de nosotros, por estas razones los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas los ubican en estas posiciones.

Para conocer el proceso de ponderación realizado en esta pregunta, refiérase al Anexo No.6.

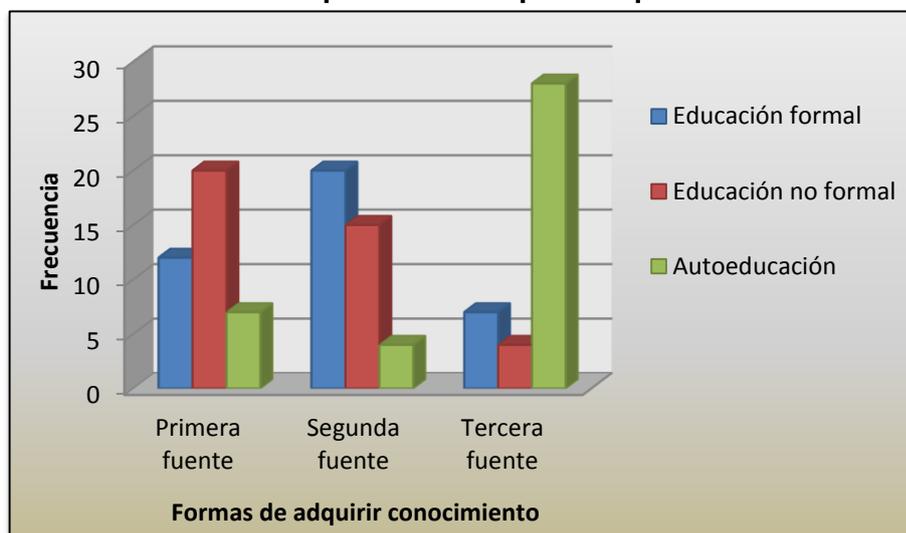
**5. Tomando en cuenta las cuatro preguntas anteriores, ordene de mayor a menor las principales fuentes de capacitación que han sido más efectivas para adquirir conocimiento. Siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.**

Tabla No. 14 Principales fuentes para adquirir conocimiento.				
		Primera forma para adquirir conocimiento	Segunda forma para adquirir conocimiento	Tercera forma para adquirir conocimiento
<b>Válidos</b>	Educación formal	12	20	7
	Educación no formal	20	15	4
	Autoeducación	7	4	28
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 11 Principales fuentes para adquirir conocimiento**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Los resultados muestran lo siguiente; en primer lugar tenemos a la educación no formal, que usa procesos educativos como, cursos y capacitaciones que son generadas por diversas instituciones del sector público y privado. En segundo lugar tenemos a la educación formal, que se

relaciona directamente con la enseñanza que se dan en las instituciones educativas como las escuelas colegios, universidades. Y por último tenemos a la autoeducación, en este caso podemos decir que los representantes y gerentes de las microempresas no optan mucho por educarse por sí mismos, ya que prefieren la ayuda de personas e instituciones que les transfieran conocimientos y guíen de mejor manera la obtención de información con respecto a sus necesidades.

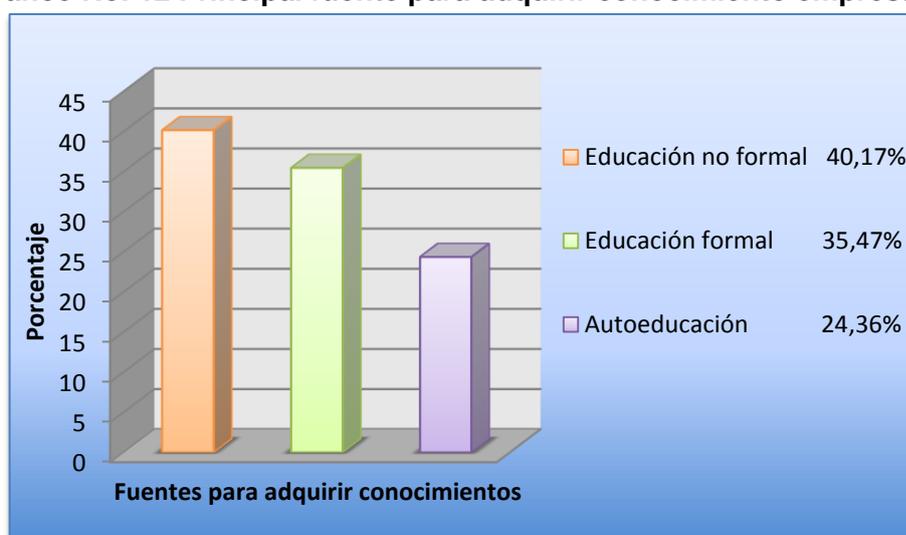
### 5.1 Ponderación para determinar cuál de las 3 formas de adquirir conocimientos es mucho más efectiva y representativa según los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas del Carchi.

<b>Tabla No. 15 Principal fuente para adquirir conocimiento empresarial.</b>				
<b>Formas de adquirir conocimientos</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>	<b>Posiciones según su importancia</b>
<b>Educación no formal</b>	94	40,17	40,17	1
Educación formal	83	35,47	75,64	2
Autoeducación	57	24,36	100,00	3
<b>Total</b>	<b>234</b>	<b>100,00</b>		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 12 Principal fuente para adquirir conocimiento empresarial**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

De acuerdo a la ponderación, las formas más efectivas para adquirir conocimientos empresariales, son: la educación no formal con 40,17%, seguida de la educación formal y por último tenemos a la autoeducación. Tomando en cuenta estos resultados, podemos decir que, la educación no formal que se recibe por medio de cursos y capacitaciones, es la más apropiada para enriquecer y fortalecer los conocimientos empresariales, ya que este método de enseñanza, alienta el espíritu emprendedor y aumenta sus perspectivas empresariales.

Para conocer el proceso de ponderación realizado en esta pregunta refiérase al Anexo No.7.

**6. De acuerdo a la siguiente lista de temas, califique de mayor a menor los 6 temas que cree que son los más importantes que debe conocer o aprender, para la puesta en práctica en su ámbito laboral. Siendo 1 el más importante y 6 el de menor importancia.**

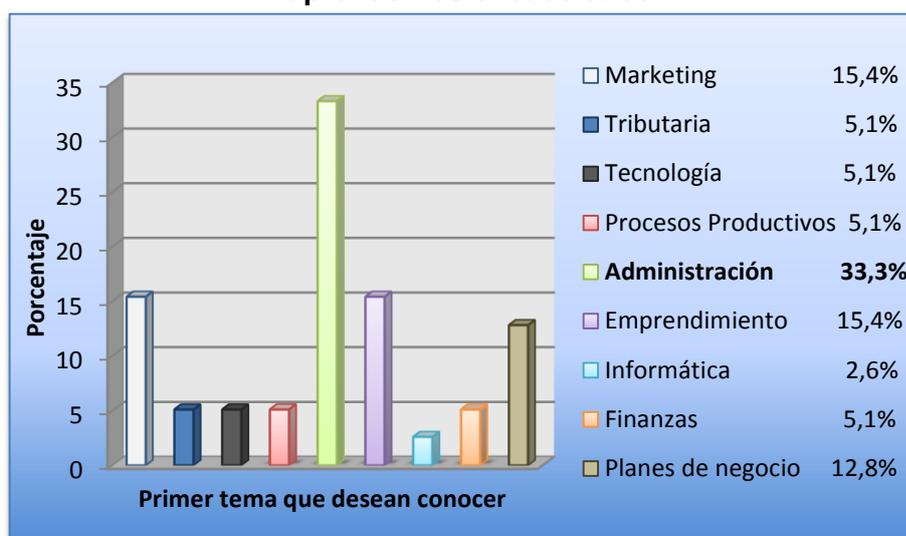
6.1. Calificación generada por los encuestados para determinar al primer tema que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia del Carchi.

<b>Tabla No. 16 Puntuación para el primer tema que desean conocer y aprender los encuestados.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Marketing	6	15,4	15,4	15,4
	Tributaria	2	5,1	5,1	20,5
	Tecnología	2	5,1	5,1	25,6
	Procesos Productivos	2	5,1	5,1	30,8
	Administración	13	33,3	33,3	64,1
	Emprendimiento	6	15,4	15,4	79,5
	Informática	1	2,6	2,6	82,1
	Finanzas	2	5,1	5,1	87,2
	Planes de negocio	5	12,8	12,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 13 El primer tema que desean conocer y aprender los encuestados**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013  
**Elaborado por:** William Morillo

En primer lugar se obtuvo a la Administración, siendo este tema uno de los más importantes que deben conocer y manejar los gerentes de las microempresas, ya que por medio de la administración ellos podrán gobernar y gestionar correctamente los recursos disponibles de la empresa, también planificar, organizar, dirigir y controlar programas y proyectos que se llevan a cabo en una organización.

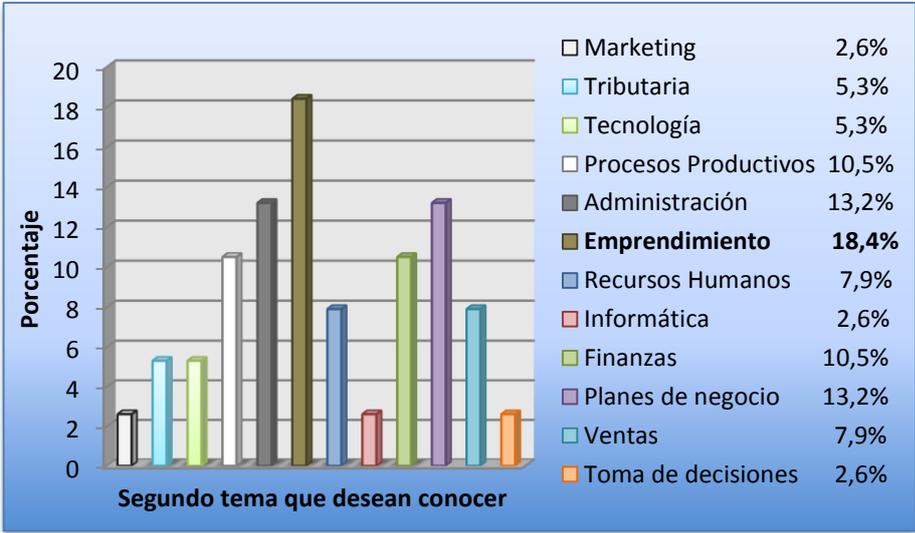
**6.2. Calificación generada por los encuestados para determinar el segundo tema que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia del Carchi.**

Tabla No. 17 Puntuación para el segundo tema que desean conocer y aprender los encuestados.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Marketing	1	2,6	2,6	2,6
	Tributaria	2	5,1	5,3	7,9
	Tecnología	2	5,1	5,3	13,2
	Procesos Productivos	4	10,3	10,5	23,7
	Administración	5	12,8	13,2	36,8
	Emprendimiento	7	17,9	18,4	55,3
	Recursos Humanos	3	7,7	7,9	63,2
	Informática	1	2,6	2,6	65,8
	Finanzas	4	10,3	10,5	76,3
	Planes de negocio	5	12,8	13,2	89,5
	Ventas	3	7,7	7,9	97,4
	Toma de decisiones	1	2,6	2,6	100,0
	<b>Total</b>		<b>38</b>	<b>97,4</b>	<b>100,0</b>
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	2,6		
<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>100,0</b>		

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

**Gráfico No. 14 El segundo tema que desean conocer y aprender los encuestados**



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

El segundo tema con mayor calificación es el emprendimiento, ya que este tema se enfoca en explotar el espíritu emprendedor que hay dentro de cada

persona, y motiva la búsqueda de logros en las organizaciones. Este tema enseñará a las personas emprendedoras a asumir ciertos retos y a tomar diversas decisiones en oportunidades de negocio y crecimiento empresarial.

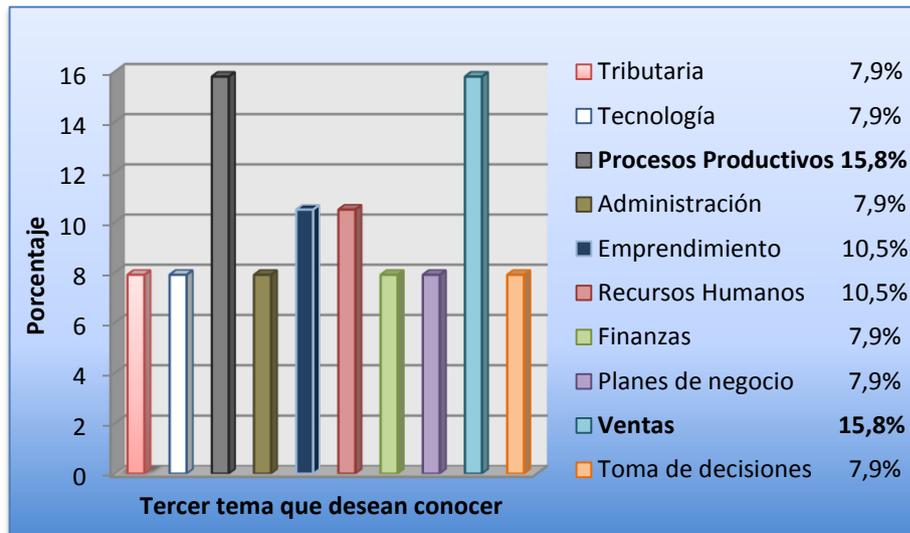
### 6.3. Calificación generada por los encuestados para determinar el tercer tema que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia del Carchi.

<b>Tabla No. 18 Puntuación para el tercer tema que desean conocer y aprender los encuestados.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Tributaria	3	7,7	7,9	7,9
	Tecnología	3	7,7	7,9	15,8
	Procesos Productivos	6	15,4	15,8	31,6
	Administración	3	7,7	7,9	39,5
	Emprendimiento	4	10,3	10,5	50,0
	Recursos Humanos	4	10,3	10,5	60,5
	Finanzas	3	7,7	7,9	68,4
	Planes de negocio	3	7,7	7,9	76,3
	Ventas	6	15,4	15,8	92,1
	Toma de decisiones	3	7,7	7,9	100,0
	<b>Total</b>		38	97,4	100,0
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	1	2,6		
<b>Total</b>		39	100,0		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 15 El tercer tema que desean conocer y aprender los encuestados**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013  
**Elaborado por:** William Morillo

En la determinación del tercer tema en importancia se ha obtenido un empate, entre procesos productivos y ventas con un 15,8%, esto quiere decir que ambos temas generarán provecho para estas personas, ya que brindarán beneficios en su producción y comercialización. Por lo tanto, podemos decir que el conocer procesos productivos, ayudará a las personas a utilizar los recursos y materias primas de una forma más eficiente y eficaz en la hora de elaborar los productos, y con relación al tema de ventas, las personas encargadas en vender, comercializarán sus productos con mayor eficacia.

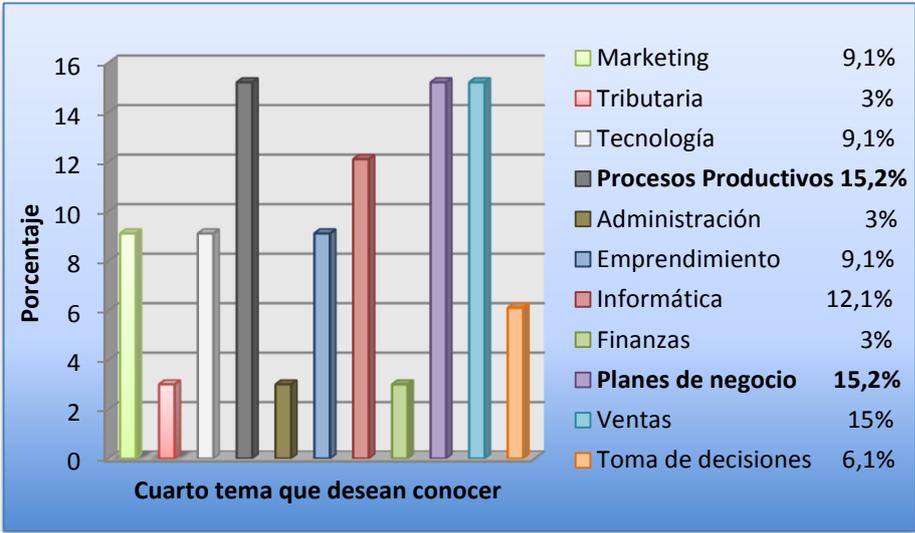
#### **6.4. Calificación generada por los encuestados para determinar el cuarto tema que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia del Carchi.**

Tabla No. 19 Puntuación para el cuarto tema que desean conocer y aprender los encuestados.						
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
<b>Válidos</b>	Marketing	3	7,7	9,1	9,1	
	Tributaria	1	2,6	3,0	12,1	
	Tecnología	3	7,7	9,1	21,2	
	Procesos Productivos	5	12,8	15,2	36,4	
	Administración	1	2,6	3,0	39,4	
	Emprendimiento	3	7,7	9,1	48,5	
	Informática	4	10,3	12,1	60,6	
	Finanzas	1	2,6	3,0	63,6	
	Planes de negocio	5	12,8	15,2	78,8	
	Ventas	5	12,8	15,2	93,9	
	Toma de decisiones	2	5,1	6,1	100,0	
	<b>Total</b>		33	84,6	100,0	
	<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	6	15,4		
<b>Total</b>		39	100,0			

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Gráfico No. 16 El cuarto tema que desean conocer y aprender los encuestados



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Para la determinación del cuarto tema, se presenta un triple empate, entre los planes de negocio, ventas y procesos productivos. El uso de los conocimientos de estos temas puede ser muy provechoso para estas

personas, ya que aprenderán a diseñar personalmente su plan de negocios y también conocer procesos productivos que mejoren eficiente y eficazmente su producción, además sacaría provecho al adquirir conocimientos en ventas y mejorarían notablemente su comercialización, atrayendo nuevos clientes y consumidores para la empresa.

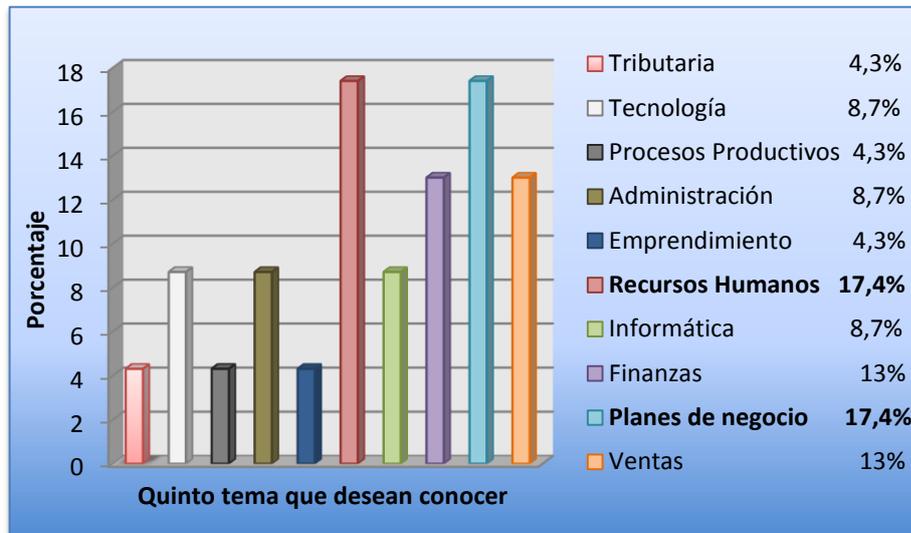
### 6.5. Calificación generada por los encuestados para determinar el quinto tema que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia del Carchi.

<b>Tabla No. 20 Puntuación para el quinto tema que desean conocer y aprender los encuestados.</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válidos</b>	Tributaria	1	2,6	4,3	4,3
	Tecnología	2	5,1	8,7	13,0
	Procesos Productivos	1	2,6	4,3	17,4
	Administración	2	5,1	8,7	26,1
	Emprendimiento	1	2,6	4,3	30,4
	Recursos Humanos	4	10,3	17,4	47,8
	Informática	2	5,1	8,7	56,5
	Finanzas	3	7,7	13,0	69,6
	Planes de negocio	4	10,3	17,4	87,0
	Ventas	3	7,7	13,0	100,0
	Total	23	59,0	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	16	41,0		
<b>Total</b>		39	100,0		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 17 El quinto tema que desean conocer y aprender los encuestados**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013  
**Elaborado por:** William Morillo

En la determinación del quinto tema que desean conocer y aprender, nos encontramos con un empate, entre los temas de recursos humanos y los planes de negocio, naturalmente algunos de estos conocimientos deben ser asesorados por expertos. Por la gran importancia que generarían a las personas emprendedoras el conocer estos temas determinados por ellos.

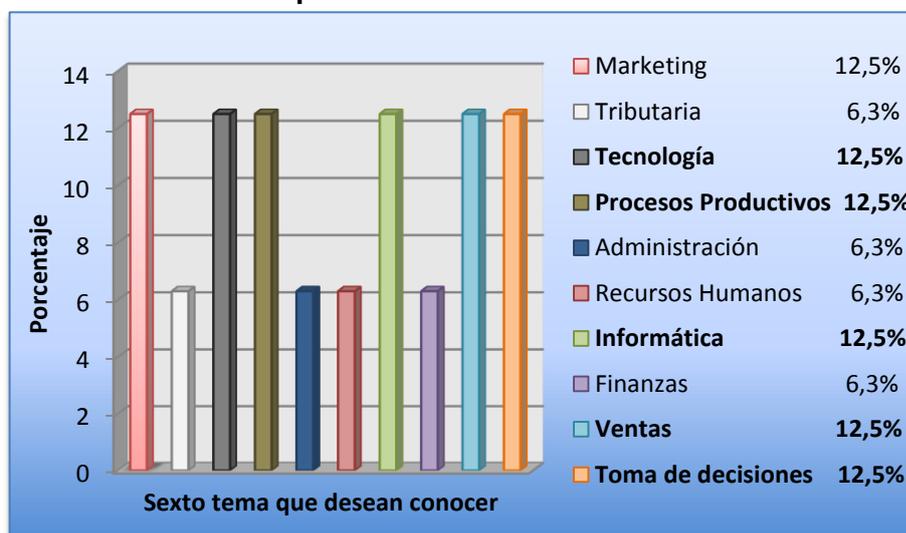
**6.6. Calificación generada por los encuestados para determinar el sexto tema que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia del Carchi.**

Tabla No. 21 Puntuación para el sexto tema que desean conocer y aprender los encuestados.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Marketing	2	5,1	12,5	12,5
	Tributaria	1	2,6	6,3	18,8
	Tecnología	2	5,1	12,5	31,3
	Procesos Productivos	2	5,1	12,5	43,8
	Administración	1	2,6	6,3	50,0
	Recursos Humanos	1	2,6	6,3	56,3
	Informática	2	5,1	12,5	68,8
	Finanzas	1	2,6	6,3	75,0
	Ventas	2	5,1	12,5	87,5
	Toma de decisiones	2	5,1	12,5	100,0
	Total	16	41,0	100,0	
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	23	59,0		
<b>Total</b>		39	100,0		

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Gráfico No. 18 El sexto tema que desean conocer y aprender los encuestados.



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Para la determinación del sexto tema se encontró calificaciones en diversidad de temas, dándonos como resultado la apertura a 6 temas que se encuentran en igual de porcentaje (12,5%), esto quiere decir que los

encuestados tienen la necesidad diversificar su conocimiento, para tener mayores oportunidad de crecimiento empresarial y profesional.

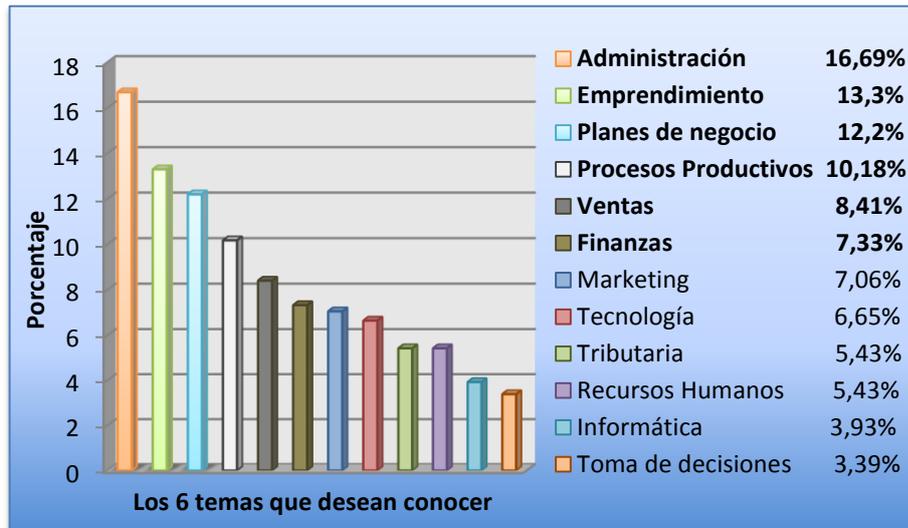
**6.1.1. Ponderación para determinar con mayor exactitud los 6 temas que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas del Carchi.**

<b>Tabla No. 22 Los 6 temas más solicitados que desean conocer y aprender los encuestados.</b>				
<b>Temas empresariales que desean conocer</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>	<b>Posiciones de importancia</b>
<b>Administración</b>	123	16,69	16,69	1
<b>Emprendimiento</b>	98	13,3	29,99	2
<b>Planes de negocio</b>	90	12,2	42,2	3
<b>Procesos Productivos</b>	75	10,18	52,37	4
<b>Ventas</b>	62	8,41	60,79	5
<b>Finanzas</b>	54	7,33	68,11	6
Marketing	52	7,06	75,17	7
Tecnología	49	6,65	81,82	8
Tributaria	40	5,43	87,25	9
Recursos Humanos	40	5,43	92,67	9
Informática	29	3,93	96,61	11
Toma de decisiones	25	3,39	100	12
<b>Total</b>	<b>737</b>	<b>100</b>		

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 19 Los 6 temas más solicitados por los encuestados**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Para determinar correctamente los 6 mejores temas que desean conocer y aprender los emprendedores y microempresarios, se llevó a cabo una ponderación con cada uno de los temas, tomando en cuenta la calificación que habían generado los encuestados, a continuación se detallan los siguientes resultados:

- ❖ Administración con 16,69%
- ❖ Emprendimiento con 13,3%
- ❖ Planes de negocio con 12,2%
- ❖ Procesos Productivos con 10,18%
- ❖ Ventas con 8,41%
- ❖ Finanzas con 7,33%

Estos serían los 6 principales temas que se deberían transferir a todos los emprendedores y microempresarios del Carchi, según sus propias necesidades, ya que la implementación de estos temas en su gestión, contribuirá a fortalecer las actividades empresariales que ejercen, como también desarrollarían nuevas destrezas y habilidades para llevar las riendas de la empresa hacia el camino del desarrollo corporativo empresarial.

Para conocer el proceso de ponderación realizado en esta pregunta, refiérase al Anexo No.8.

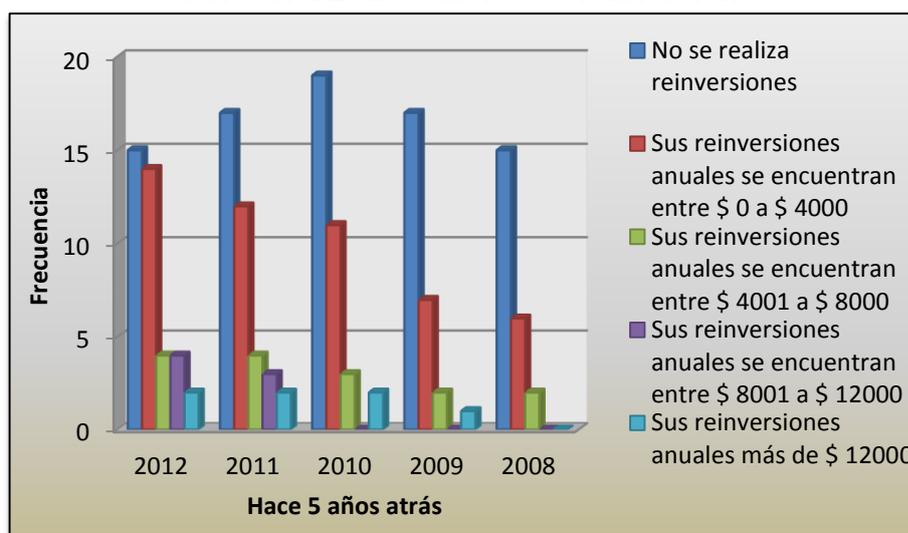
7. De acuerdo a los siguientes valores monetarios, indique las reinversiones que se han presentado en los últimos 5 años.

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No se realiza reinversiones	15	17	19	17	15
	Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 0 a \$ 4000	14	12	11	7	6
	Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 4001 a \$ 8000	4	4	3	2	2
	Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 8001 a \$ 12000	4	3	-	-	-
	Sus reinversiones anuales más de \$ 12000	2	2	2	1	-
<b>Perdidos Sistema</b>		-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

**Gráfico No. 20 Incremento de reinversiones**



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

La siguiente pregunta se enfoca directamente con el desarrollo empresarial que ha tenido la población investigada durante estos últimos años, en términos de finanzas, concretamente los esfuerzos de reinversión en las empresas. La investigación permitió mostrar los siguientes resultados; las microempresas no realizan reinversiones específicamente en los años 2008, 2009 y 2010, destacando por otro lado que en los últimos 2 años sus

reinversiones se han ido mejorando notablemente, y que en la actualidad algunos están creciendo en su parte financiera.

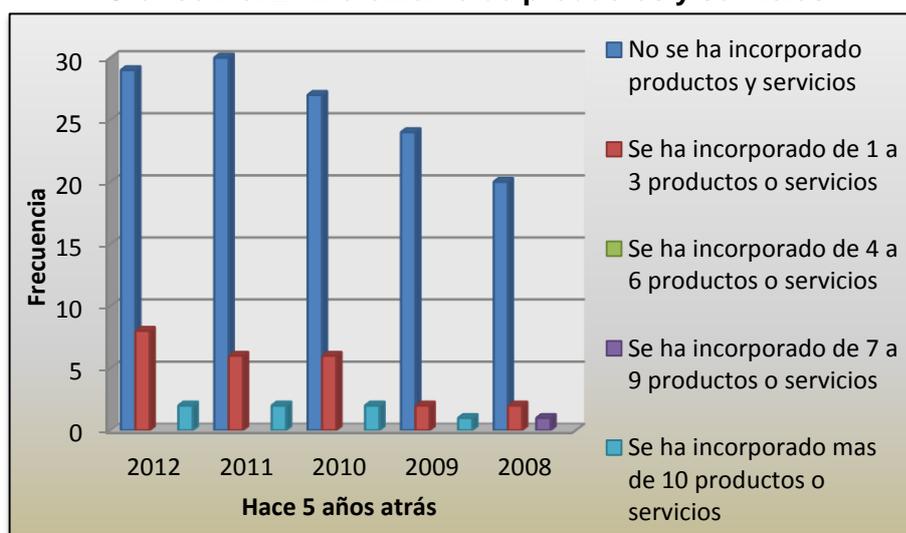
**8. Determine cuantos productos o servicios nuevos ha incrementado o ha incorporado en su negocio en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No ha incrementado productos y servicios	29	30	27	24	20
	Se ha incorporado de 1 a 3 productos o servicios	8	6	6	2	2
	Se ha incorporado de 4 a 6 productos o servicios	-	-	-	-	-
	Se ha incorporado de 7 a 9 productos o servicios	-	-	-	-	1
	Se ha incorporado más de 10 productos o servicios	2	2	2	1	-
<b>Perdidos Sistema</b>	-	1	4	12	16	
<b>Total</b>	39	39	39	39	39	

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

**Gráfico No. 21 Incremento de productos y servicios**



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Con respecto a la incorporación de nuevos productos y servicios en los emprendimientos y microempresas investigadas, podemos decir que durante los últimos 5 años no han incrementado considerablemente nuevos productos y servicios, siendo muy pocas organizaciones quienes sí lo han llevado a cabo en los últimos 3 años, en forma general, la gráfica No. 21 nos da entender que ellos no realizan innovaciones productivas, ni generan valor agregado en sus productos, por lo tanto mantienen casi la misma oferta de productos y servicios con los que muchos negocios iniciaron sus actividades económicas en la provincia del Carchi.

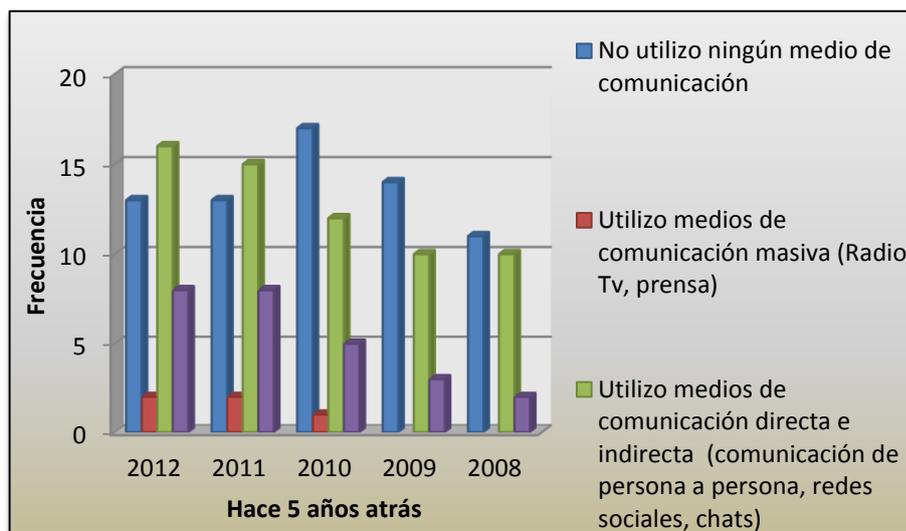
**9. Indique la utilización de medios de comunicación, para dar a conocer los productos y servicios ofertados en su negocio en los últimos 5 años.**

<b>Tabla No. 25 Utilización de medios de comunicación.</b>						
		<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Válidos</b>	No utilizo ningún medio de comunicación	13	13	17	14	11
	Utilizo medios de comunicación masiva (Radio, Tv, prensa)	2	2	1		
	Utilizo medios de comunicación directa e indirecta (comunicación de persona a persona, redes sociales, chats)	16	15	12	10	10
	Utilizo medios de comunicación masiva, directa e indirecta.	8	8	5	3	2
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 22 Utilización de medios de comunicación**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Tomando en cuenta las formas de comunicación, podemos decir que los emprendedores y microempresarios del Carchi en los dos últimos años han mejorado notablemente la forma de dar a conocer sus productos y servicios, ya que ellos utilizan con mucho más frecuencia la comunicación directa de persona a persona para ofertar sus productos y servicios en el mercado, siendo este medio mucho más efectivo para las personas que viven en los alrededores de las ciudades como también para las personas que ejercen actividad económica en las zonas rurales de la provincia del Carchi. Es así como ellos generan comunicación constante con las personas aledañas al emprendimiento brindando sus productos y servicios.

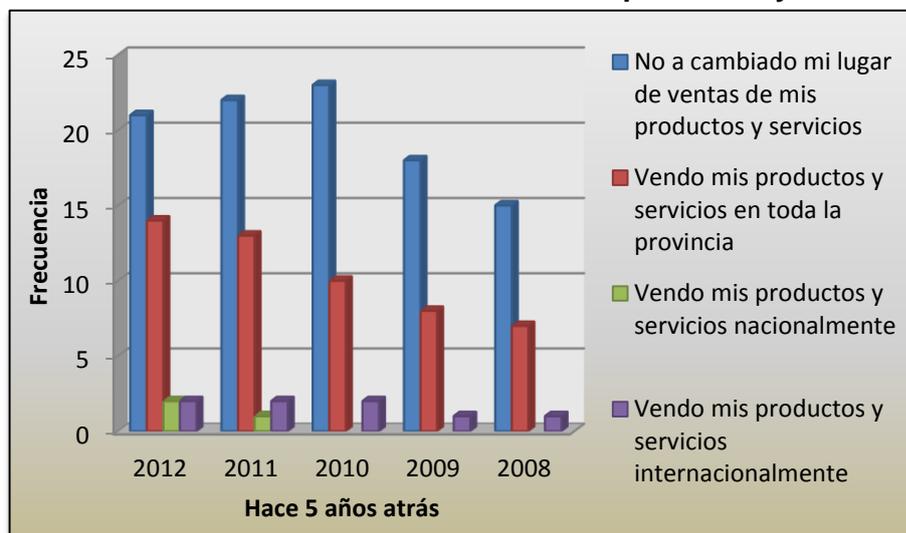
**10. Determine como ha cambiado el lugar de comercialización de sus productos y servicios en los últimos 5 años.**

<b>Tabla No. 26 Nivel de comercialización de productos y servicios.</b>		<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Válidos</b>	No ha cambiado mi lugar de ventas de mis productos y servicios	21	22	23	18	15
	Vendo mis productos y servicios en toda la provincia	14	13	10	8	7
	Vendo mis productos y servicios nacionalmente	2	1	-	-	-
	Vendo mis productos y servicios internacionalmente	2	2	2	1	1
<b>Perdidos Sistema</b>	-	1	4	12	16	
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

**Gráfico No. 23 Nivel de comercialización de productos y servicios**



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

La comercialización de los productos y servicios de la población encuestada, en estos últimos 5 años, no ha cambiado significativamente, ya que ellos mantienen la comercialización de sus productos y servicios en los mismos lugares de fabricación y expedición, en la gráfica No. 23 se muestra que la comercialización es provincial y que muy pocos lograron vender sus productos a nivel nacional y menos aún en mercados internacionales. Gran parte de la población encuestada deberá trabajar duro y constantemente en estudios de mercado, para garantizar el crecimiento y comercialización de

sus productos en lugares más atractivos y demandantes de productos similares a los que ellos ofertan, y de esta manera aumentar su competitividad en los mercados.

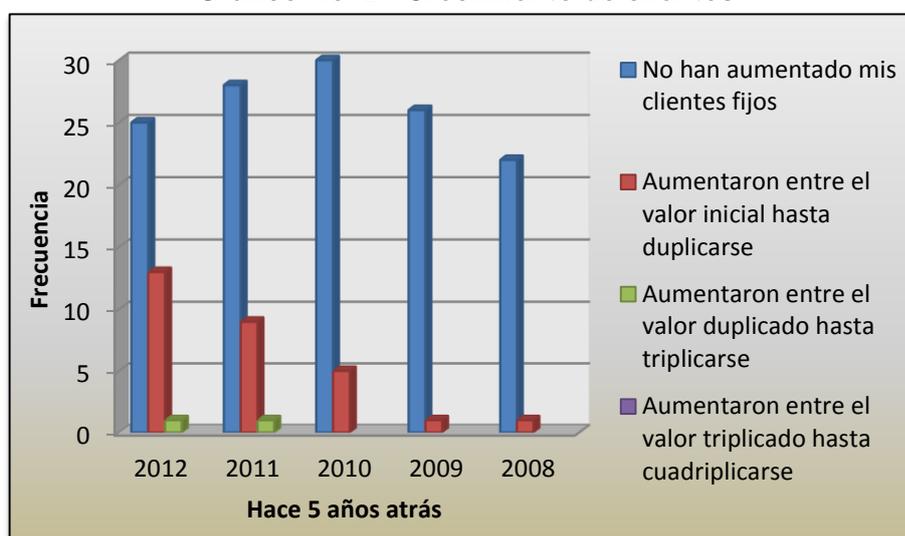
### 11. Indique como aumentado sus clientes fijos en los últimos 5 años

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No han aumentado mis clientes fijos	25	28	30	26	22
	Aumentaron entre el valor inicial hasta duplicarse	13	9	5	1	1
	Aumentaron entre el valor duplicado hasta triplicarse	1	1	-	-	-
	Aumentaron entre el valor triplicado hasta cuadruplicarse	-	-	-	-	-
<b>Perdidos Sistema</b>		-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

**Gráfico No. 24 Crecimiento de clientes**



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Con un porcentaje muy bajo podemos establecer que el aumento y crecimiento de clientes en los emprendimientos y microempresas no ha sido muy alto, ya que la mayor parte de la población investigada no han logrado

incrementar considerablemente sus clientes en estos últimos años, y los pocos emprendimientos y microempresas que si aumentaron sus clientes llegaron hasta duplicar la cantidad de clientes fijos. Esto quiere decir que sus ventas no han mejorado considerablemente por el poco crecimiento de clientes fijos y potenciales que presentan y dan a conocer en la investigación de campo.

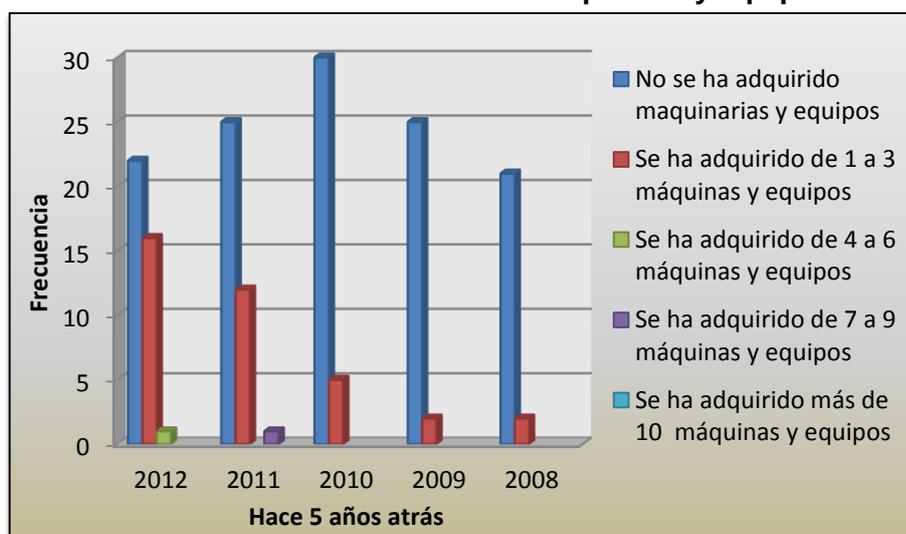
**12. Determine el crecimiento de su maquinaria y equipos en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No se ha adquirido maquinarias y equipos	22	25	30	25	21
	Se ha adquirido de 1 a 3 máquinas y equipos	16	12	5	2	2
	Se ha adquirido de 4 a 6 máquinas y equipos	1	-	-	-	-
	Se ha adquirido de 7 a 9 máquinas y equipos	-	1	-	-	-
	Se ha adquirido más de 10 máquinas y equipos	-	-	-	-	-
<b>Perdidos Sistema</b>		-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

**Gráfico No. 25 Crecimiento de maquinaria y equipos**



Fuente: Investigación de campo Agosto 2013

Elaborado por: William Morillo

Con respecto al crecimiento e incorporación de nueva maquinarias y equipos en los emprendimientos y microempresas, podemos deducir que no ha sido muy alto el porcentaje encontrado, ya que la mayor parte de la población investigada no adquirió gran número de equipos y maquinaria, y los pocos que han logrado adquirirlos es probable que hayan aumentado la elaboración de sus productos y servicios. Hay que destacar que en los últimos 3 años ha existido una mejora en el crecimiento e incorporación de maquinaria, ya que el número de adquisiciones aumenta de 1 a 3, tal como se muestra en la gráfica No. 25.

**13. Determine como ha mejorado su administración empresarial en los últimos 5 años.**

<b>Tabla No. 29 Mejoramiento en su parte administrativa.</b>		<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Válidos</b>	No se realiza planificación	3	3	6	7	7
	Se realiza planificación y se establecen metas y objetivos	4	10	9	7	6
	Se establecen metas y objetivos y se ponen en marcha procesos administrativos	18	17	16	9	7
	Los procesos administrativos son efectivos para cumplir con las metas y objetivos	14	8	4	4	3
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>	<b>39</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 26 Mejoramiento en su parte administrativa**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Con lo que respecta a la administración empresarial de estos negocios, podemos decir que se ha presentado un mejoramiento considerable y constante en muchos de ellos, ya que en los últimos 5 años los representantes y socios, han trabajado arduamente para mejorar el funcionamiento de las microempresas, y a su vez fortalecer su gestión administrativa, estableciendo metas, objetivos, procesos y procedimientos que apuntan al cumplimiento de su planificación general, y apuntan al crecimiento sostenible de la empresa.

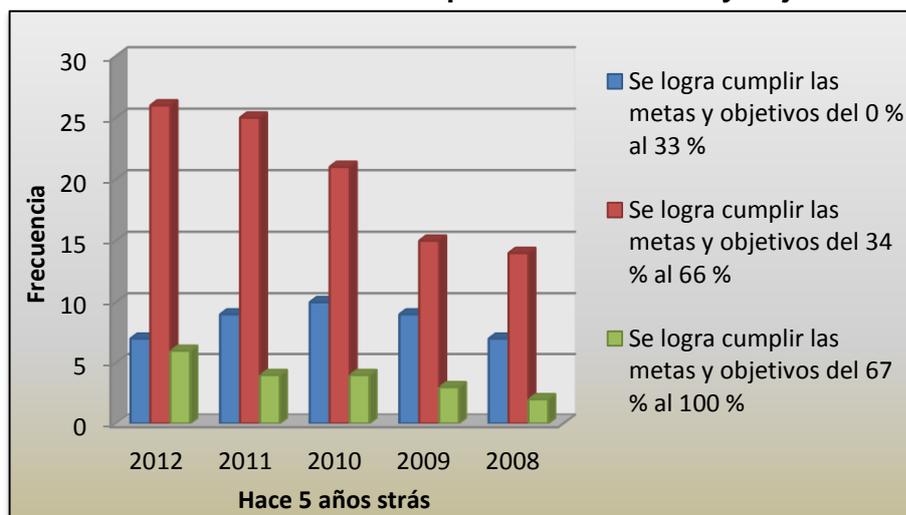
**14. Determine el nivel de cumplimiento de sus metas y objetivos en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	Se logra cumplir las metas y objetivos del 0 % al 33 %	7	9	10	9	7
	Se logra cumplir las metas y objetivos del 34 % al 66 %	26	25	21	15	14
	Se logra cumplir las metas y objetivos del 67 % al 100 %	6	4	4	3	2
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 27 Nivel de cumplimiento de metas y objetivos**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

En el indicador del nivel de cumplimiento de sus metas y objetivos, los encuestados se encuentran en un 33% a 66%, esto quiere decir que la mayor parte de la población encuestada cumple sus metas y objetivos en ese rango, podemos decir entonces que la población encuestada debe trabajar constantemente para lograr cumplir al 100% sus metas y objetivos y de esta manera ser más competitivos y fuertes en sus mercados.

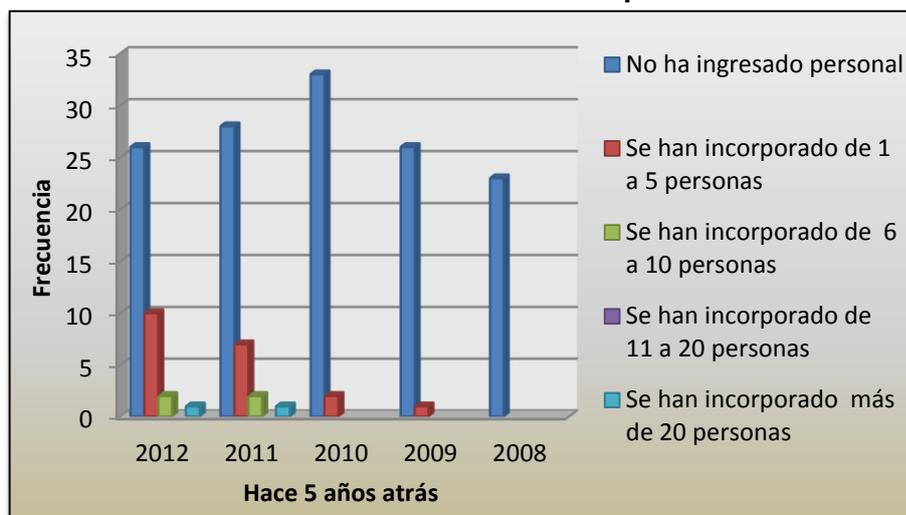
**15. Indique el ingreso o crecimiento de personal en su negocio en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No ha ingresado personal	26	28	33	26	23
	Se han incorporado de 1 a 5 personas	10	7	2	1	-
	Se han incorporado de 6 a 10 personas	2	2	-	-	-
	Se han incorporado de 11 a 20 personas	-	-	-	-	-
	Se han incorporado más de 20 personas	1	1	-	-	-
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 28 Crecimiento del personal**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos ver en la tabla No. 31, el crecimiento de su personal en los últimos 5 años no ha sido muy representativo, ya que más del 60% de la población investigada no ha adquirido nuevo personal. Mediante entrevistas en el GADPC, también se constató que tampoco han registrado nuevos socios para la empresa, muchos emprendimientos y microempresas han logrado mantener a su talento humano con el que han venido trabajando años tras año en la provincia.

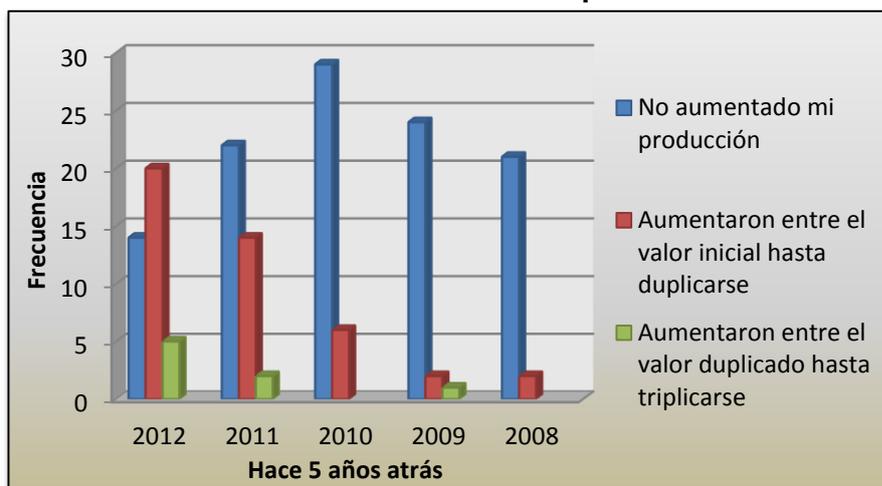
**16. Indique el crecimiento de su producción o fabricación de su producto principal en los últimos 5 años**

<b>Tabla No. 32 Incremento de producción.</b>		<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Válidos</b>	No aumentado mi producción	14	22	29	24	21
	Aumentaron entre el valor inicial hasta duplicarse	20	14	6	2	2
	Aumentaron entre el valor duplicado hasta triplicarse	5	2	-	1	-
	Aumentaron entre el valor triplicado hasta cuadruplicarse	-	-	-	-	-
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 29 Incremento de producción**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Con lo que respecta al crecimiento en la oferta de sus productos y servicios, se puede ver que muchos negocios se encuentran paralizados con el incremento de producción en los últimos 5 años, y que pocos son los negocios que han tenido un notable crecimiento productivo en los últimos 2 años, tal y como se muestra en la gráfica No. 29. Más del 50% de la población investigada, deberá trabajar considerablemente en su producción, como también en la comercialización de sus productos y servicios.

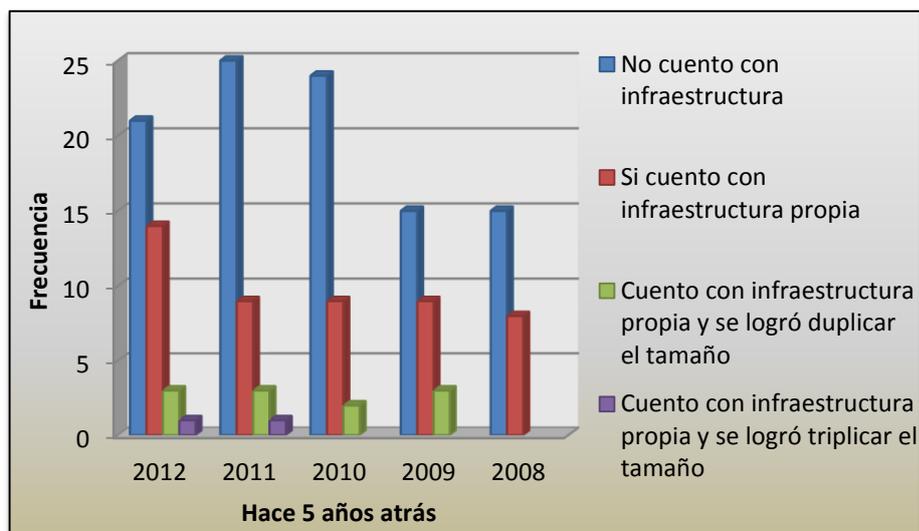
**17. Determine si su negocio cuenta con infraestructura, y como ha ido creciendo en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No cuento con infraestructura	21	25	24	15	15
	Si cuento con infraestructura propia	14	9	9	9	8
	Cuento con infraestructura propia y se logró duplicar el tamaño	3	3	2	3	-
	Cuento con infraestructura propia y se logró triplicar el tamaño	1	1	-	-	-
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 30 Obtención de Infraestructura**



**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

La mayor parte de los emprendimientos y microempresas no cuentan con infraestructura propia, y los pocos que sí cuentan, han logrado obtener su infraestructura en los últimos 3 años, esto nos da a entender que durante este tiempo muchos emprendimientos y microempresas han trabajado arduamente para conseguir sus propios activos fijos, seguramente debido al crecimiento. La infraestructura es un factor importante para emprender caminos de crecimiento y desarrollo empresarial, por lo tanto los gerentes y representantes de los emprendimientos y empresas deberán trabajar firmemente para lograr obtener sus propios bienes.

### 3.6.1.1.1. Resultados conclusivos en la aplicación de la encuesta

Descripción general de los resultados encontrados en cada uno de los emprendimientos y microempresas, de acuerdo a su nivel de educación y desarrollo empresarial en los últimos 5 años. Para conocer el proceso de ponderación realizada en la tabla No. 34, refiérase al Anexo No.9.

<b>Tabla No. 34 Ubicación de los negocios de acuerdo a su puntuación obtenida en su crecimiento empresarial.</b>							
<b>Puestos</b>	<b>Asociación</b>	<b>Tiempo de funcionamiento</b>	<b>Puntuación en nivel de conocimientos (puntuación máxima posible = 16)</b>	<b>Puntuación en desarrollo empresarial (puntuación máxima posible = 180)</b>	<b>Puntuación total de las dos variables</b>	<b>Valoración por año</b>	<b>Ponderación Total</b>
1	Agrícola los Pastos	3 Años	11	72	83	4	332
2	Abejas Ecuador	4 Años	10	92	102	3	306
3	San Pedro de Canchaguano	2 Años	11	17	28	5	140
4	Tusa Gabal	3 Años	7	28	35	4	140
5	Agropecuarios el Edén	2 Años	4	22	26	5	130
6	Producampo	3 Años	8	24	32	4	128
7	11 de Febrero	1 Año	8	13	21	6	126
8	Social productiva Cuesaca	3 Años	7	20	27	4	108
9	Maldonado Verde	3 Años	7	19	26	4	104
10	Productores Pindical	3 Años	2	22	24	4	96
11	Asociación Taya	4 Años	3	27	30	3	90
12	Mira por el progreso	2 Años	3	14	17	5	85
13	San Isidro	3 Años	8	10	18	4	72
14	Santa Clara	Más de 5 años	5	62	67	1	67

15	La casa del Uniforme	5 Años	7	26	33	2	66
16	Artesanal el Ángel	Más de 5 años	3	61	64	1	64
17	Agropecuarios Cuesaca	Más de 5 años	8	50	58	1	58
18	Fuerza y progreso	Más de 5 años	7	50	57	1	57
19	Nuevo amanecer	Más de 5 años	8	44	52	1	52
20	Lácteos centro de acopio	Más de 5 años	6	41	47	1	47
21	Mujeres Santa Lucia	Más de 5 años	11	35	46	1	46
22	Unión y progreso Cristóbal	4 Años	2	13	15	3	45
23	11 de Enero	Más de 5 años	10	35	45	1	45
24	Unión y progreso Chitan	Más de 5 años	7	37	44	1	44
25	Los chasquis de san Vicente	Más de 5 años	8	35	43	1	43
26	Defensoras de la naturaleza	Más de 5 años	6	37	43	1	43
27	Mujeres luz y verdad	3 Años	4	6	10	4	40
28	Campo fértil	Más de 5 años	5	35	40	1	40
29	Cabildo de Canchaguano	Más de 5 años	7	32	39	1	39
30	Jóvenes sueños de libertad	5 Años	5	12	17	2	34
31	Unidad para el progreso	Más de 5 años	7	27	34	1	34
32	17 de Agosto	5 Años	5	11	16	2	32
33	Mortinial	Más de 5 años	7	25	32	1	32
34	Chitacspi	Más de 5 años	6	25	31	1	31
35	San Francisco de Athal	Más de 5 años	3	24	27	1	27
36	28 de Diciembre	Más de 5 años	5	16	21	1	21
37	Frailejón	Más de 5 años	4	14	18	1	18
38	Los Andes	Más de 5 años	5	11	16	1	16
39	Nuevos Horizontes	4 Años	3	2	5	3	15

Elaborado por: William Morillo

### 3.6.1.1.2. Análisis de los mejores negocios, frente a los demás.

Diferenciación general entre los emprendimientos y microempresas que obtuvieron mayor puntuación con relación a los negocios que obtuvieron menor puntuación.

Las microempresas que más reinvertían, producían, comercializaban, adquirirían mayor conocimientos, y cumplían con sus metas y objetivos lograban obtener mayor puntuación en su crecimiento empresarial, y las que trabajaron con menores esfuerzos obtenían menores resultados, tal y como se muestran en las siguientes tablas:

Los emprendimientos y microempresas que obtuvieron mejores resultados son las siguientes:

<b>Tabla No. 35 Los 5 mejores emprendimientos y microempresas.</b>					
<b>Puestos</b>	<b>Asociación</b>	<b>Nivel de educación</b>	<b>Tiempo de funcionamiento</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Detalle</b>
1	Agrícola los Pastos	Primaria	3 Años	332	Microempresa
2	Abejas Ecuador	Ingeniería	4 Años	300	Microempresa
3	San Pedro de Canchaguano	Ingeniería	2 Años	140	Microempresa
4	Tusa Gabal	Secundaria	3 Años	140	Microempresa
5	Agropecuarios el Edén	Primaria	2 Años	130	Emprendimiento

**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013

**Elaborado por:** William Morillo

En la tabla No. 35 podemos apreciar a las cuatro mejores microempresas y al mejor emprendimiento de la provincia del Carchi, estos negocios lograron obtener los mejores resultados y puntuaciones en nivel de conocimientos y desarrollo empresarial. Su trabajo arduo y constante ha hecho que su desarrollo empresarial sea constante y eficiente en los últimos 5 años. Por otro lado hay que destacar, que el personal que se encuentra al frente de cada uno de las microempresas y emprendimientos son muy competitivos por sus resultados que mostraron en el estudio de campo, lo cual favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de sus negocios, como también

sus innovaciones y procesos que hacen que su crecimiento sea mucho más sostenible y constante en el tiempo.

A continuación en la tabla No. 36, exponemos a los emprendimientos que determinan poco desarrollo empresarial, y bajo nivel de conocimientos.

<b>Tabla No. 36 Emprendimientos con menores puntuaciones.</b>					
<b>Puestos</b>	<b>Asociación</b>	<b>Nivel de estudios</b>	<b>Tiempo de funcionamiento</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Detalle</b>
<b>1</b>	San Francisco de Athal	Primaria	Más de 5 años	27	Emprendimiento
<b>2</b>	28 de Diciembre	Primaria	Más de 5 años	21	Emprendimiento
<b>3</b>	Frailejón	Primaria	Más de 5 años	18	Emprendimiento
<b>4</b>	Los Andes	Secundaria	Más de 5 años	16	Emprendimiento
<b>5</b>	Nuevos Horizontes	Primaria	4 Años	15	Emprendimiento

**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013

**Elaborado por:** William Morillo

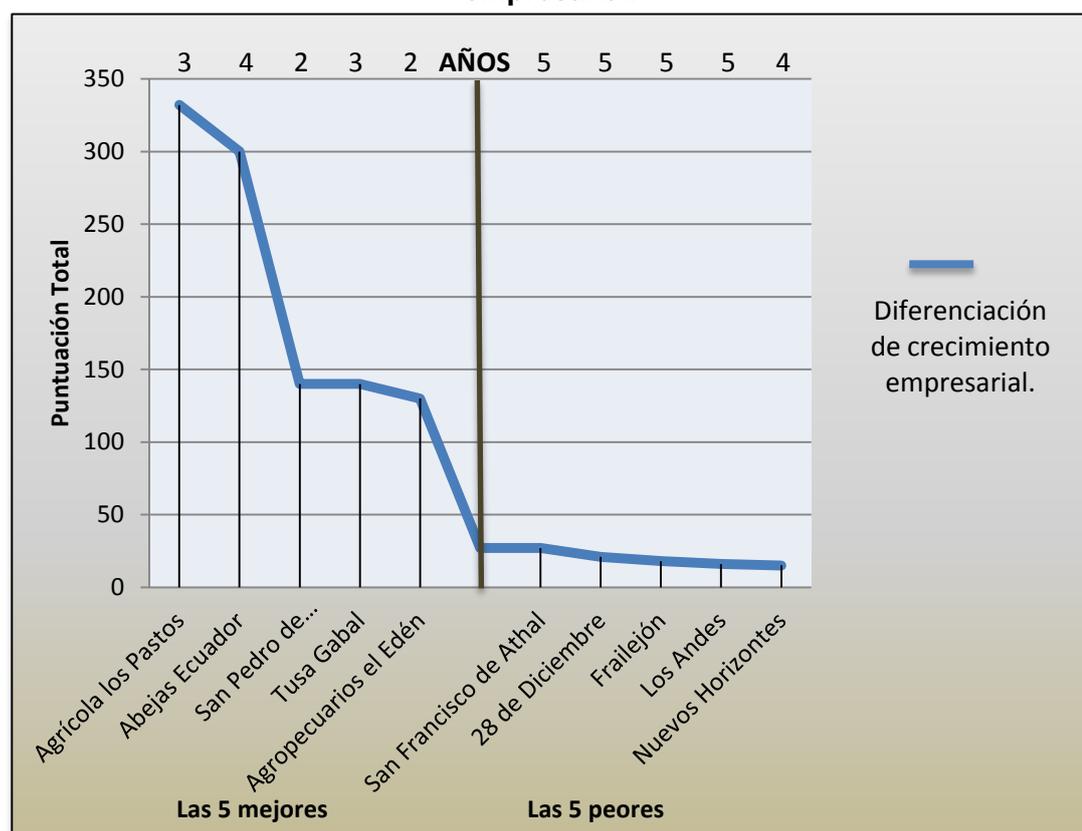
En esta tabla apreciamos a los cinco emprendimientos que obtuvieron bajos resultados en sus calificaciones y puntuaciones, con respecto a sus niveles de conocimiento y desarrollo empresarial, donde podemos establecer que durante los últimos 5 años no han logrado ser muy exitosos, por ende no han logrado crecer y desarrollar exitosamente en el tiempo. Una de sus principales razones son el bajo capital y sus pocas o nulas reinversiones. También está la mala gestión de sus recursos, el incorrecto estudio de mercados y por ultimo podemos establecer que ellos no realizan innovaciones en sus productos y servicios.

### 3.6.1.1.3. Características y diferencias de los negocios más destacados.

Descripciones generales que presentan los emprendimientos y microempresas de mayor puntuación, frente a los emprendimientos que obtuvieron menores puntuaciones en el estudio de campo.

A continuación se detallarán las diferencias de crecimiento empresarial de los cinco mejores negocios con respecto a los cinco peores, que fueron encontrados en el estudio de campo octubre 2013.

**Gráfico No. 31 Diferenciación entre negocios, en función al crecimiento empresarial.**



**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos ver en el gráfico No. 31, la diferencia del crecimiento empresarial de cada uno de las microempresas y emprendimientos es muy

representativa, ya que por un lado las cinco primeras se encuentran en un nivel de crecimiento muy alto y por encima de los demás, mientras que las cinco últimas se encuentran por debajo de todos los emprendimientos y microempresas investigadas. Los que se encuentran en las posiciones bajas no sobrepasan una puntuación de 50 puntos, sobre un total máximo que obtuvieron los mejores negocios de 332 puntos, por ende podemos establecer que los emprendimientos y microempresas de baja puntuación, poseerán diversidad de problemas, tal y como se demostrarán a continuación.

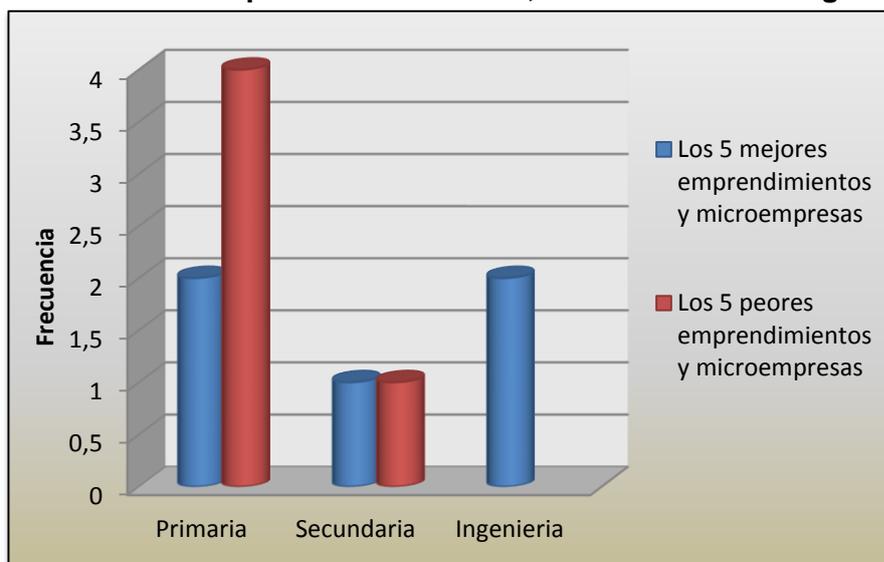
Problemas más comunes encontrados en el estudio de campo, que afectan el crecimiento de los emprendimientos y microempresas del Carchi.

- ❖ No realizan reinversiones.
- ❖ Sus innovaciones son bajas.
- ❖ No realizan publicidad y comunicación para ofertar sus productos.
- ❖ La comercialización de sus productos no es muy amplia.
- ❖ No generan atracción de nuevos clientes.
- ❖ No adquieren maquinaria y equipos.
- ❖ La gestión administrativa no es la adecuada.
- ❖ No cumplen con sus metas y objetivos.
- ❖ El crecimiento en su producción es bajo.
- ❖ No cuentan con infraestructura propia etc.

Todas y cada una de estas razones, hacen que estos emprendimientos no crezcan continuamente, sin dejar a un lado la mala administración que pueden generar el personal encargado del negocio.

En la gráfica siguiente se detallará la diferencia en preparación académica que tienen los representantes de los cinco mejores negocios con respecto a los cinco emprendimientos y microempresas que obtuvieron menores resultados en la investigación de campo.

**Gráfico No. 32 Preparación académica, en los diferentes negocios**



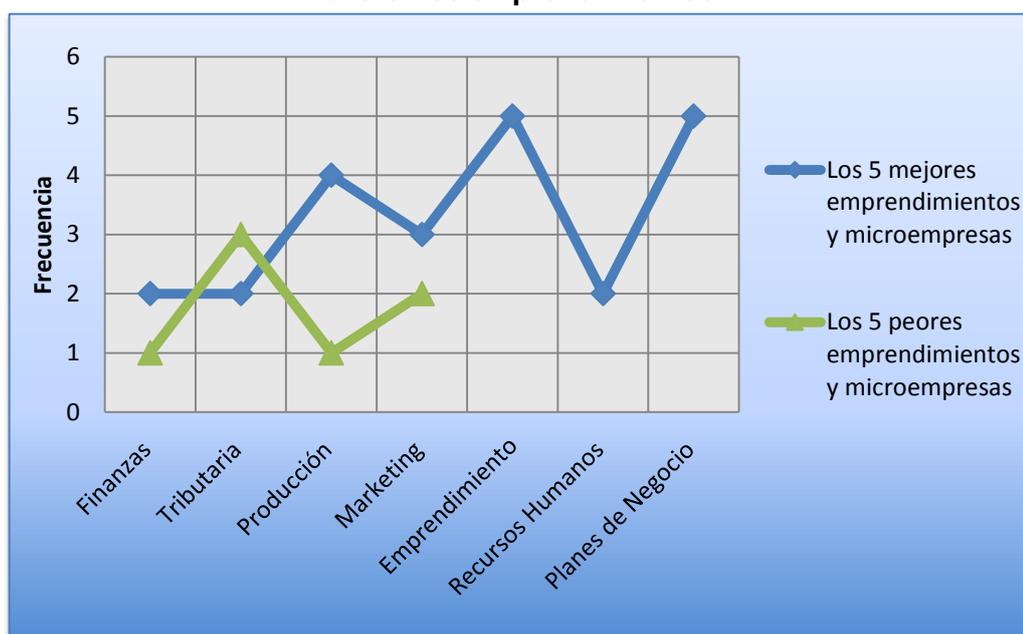
**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos ver en la gráfica No. 32, destaco que, las microempresas que tiene a los 3 representantes de titulación de pregrado, son las que se encuentran en un nivel de desarrollo aceptable, mientras tanto los emprendimientos que tienen a 4 representantes en educación básica, se encuentran con un nivel muy bajo de crecimiento empresarial. El nivel de estudios obtenidos por parte de los gerentes y representante de los emprendimientos y microempresas influye en el desarrollo empresarial, en definitiva depende mucho la preparación académica para ponerse al frente de una microempresa. Por consiguiente el nivel de conocimientos si interviene en el éxito y crecimiento constante, por cuantos los representantes son quienes toman las mejores decisiones y acciones para un buen desenvolvimiento de la empresa.

En la gráfica siguiente se plasma el nivel de cursos y capacitaciones que los representantes han obtenido durante los últimos 5 años.

**Gráfico No. 33 Diferencia de cursos y capacitaciones obtenidos en los diferentes emprendimientos.**



**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como se puede ver en el gráfico No. 33, las microempresas y emprendimientos que se encuentran con un buen desempeño empresarial, se han capacitado y han adquirido cursos en diversidad de temas, esto quiere decir, que el conocer temas empresariales puede ser muy beneficioso para los representantes y gerentes de las empresas, ya que ellos tienen un panorama mucho más amplio de las acciones y gestiones que pueden realizar en beneficio de sus empresas.

Por otro lado, los emprendimientos que obtuvieron menor ponderación en crecimiento empresarial, han adquirido cursos y capacitaciones en pocos temas administrativos empresariales, por ende desconocen que pueden ser útiles e importantes al momento de gestionar los recursos disponibles de la empresa.

### **3.6.1.2 Entrevista**

La información obtenida en la entrevista, partió desde los técnicos en emprendimiento y desarrollo empresarial, hasta el representante de la Dirección de Desarrollo Económico Local del GAD provincial del Carchi, siendo ellos las siguientes personas:

**Director:** Ing. Washington Ávalos GADPC

**Técnicos:** Ing. Edison Piñán GADPC

Ing. Candy Vizquete GADPC

Ing. Luis Jiménez GADPC

#### **3.6.1.2.1 Resultados alcanzados en la entrevista**

Las preguntas que se plantearon en la entrevista fueron directamente relacionadas con el nivel de conocimientos que los emprendedores y microempresarios tienen en su actualidad, y como se ha generado el desarrollo empresarial en el Carchi en los últimos 5 años, por parte de los emprendimientos y microempresas que el GAD provincial del Carchi ayuda y asesora.

#### **Preguntas:**

**1. De acuerdo con su experiencia laboral en el GAD provincial del Carchi, determine qué nivel de conocimiento administrativos empresariales pueden tener los emprendedores y representantes de las microempresas.**

En la entrevista realizada a los técnicos y director del GAD provincial del Carchi, supieron determinar que el nivel de conocimientos que tienen los emprendedores y microempresarios del Carchi, se encuentran en un nivel regular y que en muchos de los casos son bajos, esto se debe a que muchos de los representantes no han tenido la oportunidad de capacitarse en temas empresariales y mucho menos en temas administrativos. Todos los entrevistados concuerdan en determinar que el nivel de conocimientos es

bajo en la mayor parte de los representantes y gerentes de las microempresas.

Por otra parte, los representantes y gerentes de los negocios, no han puesto interés en adquirir conocimientos, ya que en muchas ocasiones el GAD provincial del Carchi ha realizado eventos culturales, sociales y educativos, y existe una apatía en cuanto a la participación. En mucho de los casos no se ha podido contar con una cantidad de invitados superior a 70%, por lo tanto podemos decir que muchos de los representantes no tienen la disponibilidad e interés por participar en estos eventos formativos, y por ende tienen desconocimientos y vacíos sobre temas administrativos empresariales.

**2. Determine como se ha ido generando la implementación de conocimientos empresariales en el ámbito laboral, por parte de los emprendedores y representantes de los negocios, en los últimos 5 años.**

Los emprendedores y microempresarios del Carchi, si ponen en práctica lo aprendido en los cursos y capacitaciones de manera regular. Gran parte de los empresarios han logrado crecer considerablemente en los últimos años en los ámbitos administrativos y empresariales.

Los entrevistados exaltan el trabajo arduo y constante que se realiza con el asesoramiento y el seguimiento a los emprendimientos y microempresas, complementando como una iniciativa que los empresarios requieren para crecer, y seguir adelante con sus objetivos propuestos.

Estas ayudas que se generan, se han mantenido constantemente y prolongadas por todo el tiempo que se ha realizado el programa de Carchi emprende.

**3. De acuerdo a su experiencia laboral en el GAD provincial del Carchi, determine cuáles serían los 4 principales temas que deberían conocer y aprender los emprendedores y microempresarios del Carchi.**

Tomando en cuenta todas las opiniones de los entrevistados, se ha logrado identificar 4 temas, que ellos consideran ser más útiles e importantes para este grupo de personas.

Los temas que dieron a conocer son los siguientes:

- ❖ Contabilidad básica
- ❖ Tributaria
- ❖ Comercialización y técnicas de venta
- ❖ Fortalecimiento organizativo

Estos son los temas que los técnicos y director de la Dirección de Desarrollo Económico Local, proponen implementarlos y darles a conocer a todos los emprendedores del Carchi.

Los investigados han coincidido que se debería trabajar en la implementación de estos temas por medio de cursos, capacitaciones y asesoramientos, para todas las personas emprendedoras.

#### **4. De acuerdo a sus expectativas, como ha visto el crecimiento y desarrollo de los negocios en los últimos 5 años.**

Generalizando las opiniones de los entrevistados, se pudo establecer que los emprendimientos y microempresas que maneja el GAD provincial del Carchi, son sostenibles en el tiempo, esto quiere decir que la mayor parte de los negocios se mantienen en funcionamientos, aunque sin mayor crecimiento y desarrollo empresarial, en muchos de los casos se han logrado mantener tal y como iniciaron sus actividades económicas, muchos de ellos necesitan ayuda constante por parte del GADPC para salir adelante y crecer constantemente.

#### **5. En qué porcentaje de crecimiento calificaría usted a los emprendimientos y microempresas del Carchi, en estos últimos 5 años.**

De acuerdo a la experiencia que tienen los técnicos en emprendimiento del GAD provincial del Carchi, establecen que el porcentaje de crecimientos de las microempresas y emprendedores se encuentran entre el 5 y 10%, de crecimiento anual; tomando en consideración que en los últimos dos años, es donde se ha logrado ver mayores resultados de crecimiento en muchos negocios, entonces, puedo inferir que el desarrollo empresarial en el Carchi va generando mayores expectativas e interés por parte de las personas emprendedoras, como también de los GAD's provinciales.

### **3.6.2. Interpretación de datos**

Los resultados que se lograron encontrar en la aplicación de instrumentos como la encuesta y la entrevista, muestran que los representantes y los gerentes de los emprendimientos y microempresas, tienen un nivel bajo de conocimientos. En primer lugar más del 49% de los representantes tienen un nivel de educación primaria, muchas de estas personas no han adquirido los suficientes cursos y capacitación en temas administrativos empresariales. Por ende el nivel de conocimientos de los representantes no es muy alto, y tienen desconocimientos en diversidad de temas.

Por otra parte, se pudo obtener resultados sobre el crecimiento y desarrollo empresarial, en ello los encuestados dieron a conocer la realidad que están pasando sus emprendimientos y microempresas, obteniendo datos que evidencian un regular desarrollo empresarial, aunque la investigación también nos informa que en los dos últimos años, se ha visto grandes cambios positivos en muchos de los negocios investigados.

### **3.6.3. Validación de la idea a defender**

Para poder validar la idea a defender, se ha tomado en consideración el cálculo estadístico elemental, llamado coeficiente de correlación de Karl Person, este simula una relación lineal que existe entre las dos variables

aleatorias cuantitativas, dándonos como resultado el nivel de relación que existe entre las dos variables investigadas que son: el nivel de conocimiento de los emprendedores y el desarrollo empresarial.

Para lo cual existen parámetros que debemos considerar en el cálculo del coeficiente de correlación, que son los siguientes:

“El valor del índice de correlación varía en el intervalo [-1,1]:

- Si  $r = 1$ , existe una correlación positiva perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables denominada relación directa: cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante.
- Si  $0 < r < 1$ , existe una correlación positiva.
- Si  $r = 0$ , no existe relación lineal. Pero esto no necesariamente implica que las variables son independientes: pueden existir todavía relaciones no lineales entre las dos variables.
- Si  $-1 < r < 0$ , existe una correlación negativa.
- Si  $r = -1$ , existe una correlación negativa perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables llamada relación inversa: cuando una de ellas aumenta, la otra disminuye en proporción constante.” (Wikipedia, Karl Person, 2013, párr.5)

Entendiendo los parámetros de interpretación de resultados del coeficiente de correlación, procedemos a realizar el cálculo del coeficiente, con los siguientes datos encontrados en el Anexo No. 10, y expresados en la tabla No. 37

<b>Tabla No. 37 Coeficiente de correlación</b>				
$X_i$	$Y_i$	$X_i * Y_i$	$X_i^2$	$Y_i^2$
1146	243	7865	47342	1747

**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013  
**Elaborado por:** William Morillo

1. Hallamos la media aritmética en X y Y.

$$\bar{X} = \frac{X_i}{N} = \frac{1146}{39} = 29,38 \qquad \bar{Y} = \frac{Y_i}{N} = \frac{243}{12} = 6,23$$

2. Calculamos la covarianza.

$$\sigma_{xy} = \frac{X_i * Y_i}{N} - \bar{X} * \bar{Y}$$
$$\sigma_{xy} = \frac{7865}{39} - 29,38 * 6,23 = 18,64$$

3. Calculamos las desviaciones típicas marginales de  $X_i$  y  $Y_i$

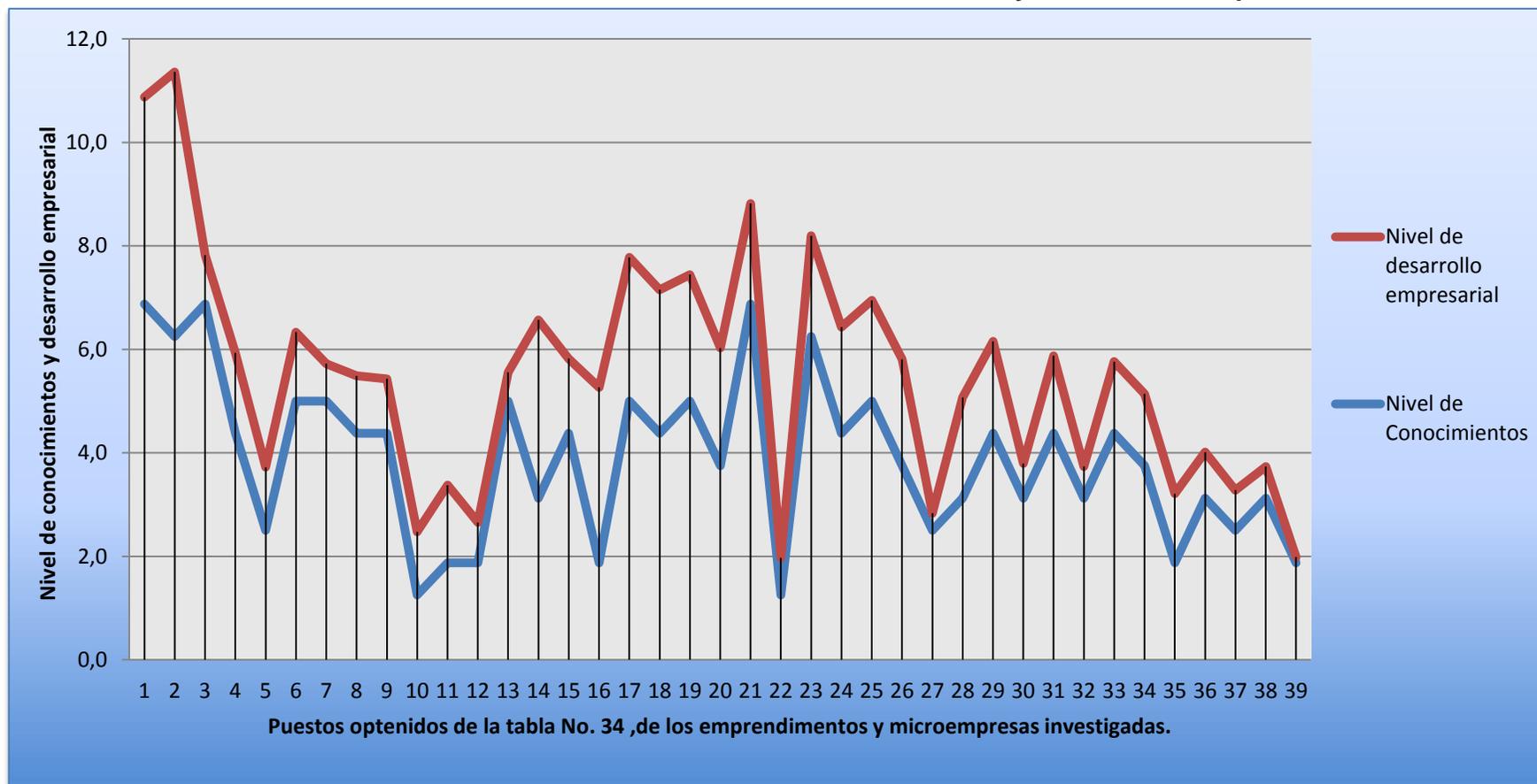
$$\sigma_x = \sqrt{\frac{X_i^2}{N} - \bar{X}^2} \qquad \sigma_y = \sqrt{\frac{Y_i^2}{N} - \bar{Y}^2}$$
$$\sigma_x = \sqrt{\frac{47342}{39} - 29,38^2} \qquad \sigma_y = \sqrt{\frac{1747}{39} - 6,23^2}$$
$$\sigma_x = 18,7 \qquad \sigma_y = 2,4$$

4. Encontramos el coeficiente de correlación.

$$r = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x * \sigma_y} = \frac{18,64}{18,73 * 2,44} = 0,41$$

El coeficiente de correlación que nos arrojó en el cálculo respectivo es de 0,41; que indica que es una correlación positiva. Esto significa que la relación de las dos variables es directa, tomando en cuenta que una depende de la otra para formar una correlación positiva. Demostrando que; cuando el nivel de conocimiento de los emprendedores aumenta, el desarrollo empresarial crece al ritmo que los gerentes y representantes adquieren y fortalecen sus conocimientos tal y como se muestra en la gráfico No. 34.

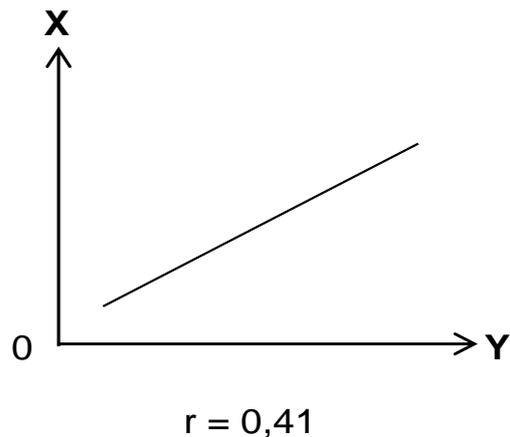
**Gráfico No. 34 Relación existente, entre el nivel de conocimientos y el desarrollo empresarial.**



**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Gráfico No. 35 Correlación Positivo**



**Fuente:** Resultados de la investigación de campo Octubre 2013  
**Elaborado por:** William Morillo

Consecuentemente la validación de la idea defender es positiva, ya que se pudo demostrar que el tener un limitado nivel de conocimientos administrativos empresariales si afecta el desarrollo de los emprendimientos, pero esos no son los únicos factores de influencia, al ser un fenómeno humano y mercadológico, se ve influenciado por otros factores tales como, la toma de decisiones, innovación, el cumplimiento de metas y objetivos, la competencia, que son de igual forma factores que influyen en la sostenibilidad de un negocio. Por lo tanto un emprendedor debe tener un grado aceptable de conocimientos, ya que la formación emprendedora no es sólo enseñar a crear o dirigir un negocio, sino también trata de alentar el pensamiento creativo, promover un sentido de autorrealización personal y desarrollar el hábito de realizar una autoevaluación periódica del rendimiento micro empresarial.

Concluyendo de esta manera que el tener un nivel aceptable de conocimientos, puede influir directamente en el crecimiento micro empresarial, ya que las habilidades de las personas en identificar y evaluar oportunidades de negocios, definir la propuesta de valor y modelo del negocio, comunicar efectivamente sus ideas de negocio y armar un buen equipo de trabajo, son habilidades que se las adquiere en cursos, capacitaciones, autoeducación, desempeño laboral, y que se ven reflejadas en el crecimiento empresarial.

## CAPÍTULO IV

### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1. CONCLUSIONES

- En la investigación de campo, se pudo concluir que algunos negocios son sostenibles en el tiempo, aunque no presentan mayor desarrollo empresarial en los últimos años.
- Por medio de las entrevistas, se pudo comprobar que existe un sentimiento de conformismo, por parte de algunas personas emprendedoras, demostrando que no tienen mucho interés por crecer y desarrollar sus negocios como empresas.
- Los emprendedores y personas que se encuentran al frente de las microempresas del Carchi, tienen desconocimiento en materias, administrativas y empresariales, por ende muchos de ellos se les dificulta poner en práctica sus planes de negocio, llevar a cabo procesos y procedimientos, como también la aplicación correcta de estrategias de crecimiento empresarial.
- Con respecto al nivel de educación adquirida en toda su vida profesional, se pudo establecer que el 49% de las personas encuestadas, cuentan con un nivel de educación general básica, y por ende tienen desconocimiento en diversidad de temas, lo que puede provocar que no gestionen correctamente la empresa, y que a su vez, se les dificulta el manejo de los recursos disponibles en ellas.
- Con lo que respecta al desarrollo empresarial en el Carchi, se logró establecer que existe un crecimiento muy notable en los últimos 2 años, en gran parte, debido a que el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, ha venido realizando diversidad

de proyectos y programas, con orientación a ayudar a las personas emprendedoras en la provincia, generando crecimiento empresarial.

- Se pudo concluir también, que el nivel de conocimientos de las personas emprendedoras, si afecta el desarrollo empresarial, en un valor de correlación positiva de 0,41. Esto quiere decir, que muchas personas de bajo nivel de conocimientos, se les dificulta establecer tácticas de crecimiento y poner en marcha actividades que ayuden a cumplir sus metas y objetivos. Muchos de los emprendedores no llegan a cumplir sus objetivos ya que tienen dificultades en la toma de decisiones y manejo de sus recursos.
- Los emprendimientos y microempresas formados con el apoyo del GAD provincial del Carchi, “son impulsados a generar innovaciones productivas y la implementación de valor agregado en los productos y servicios existentes,” (GADPC, 2013). Así se reconoce que muchos de los negocios estudiados han logrado generar innovaciones constantes, con la ayuda que brindan los técnicos en emprendimiento que trabajan en el GADPC.
- En la investigación de campo realizada, los encuestados concluyeron que existe un incorrecto manejo de los cursos y capacitaciones que genera el GAD provincial del Carchi, a los diferentes grupos de personas que no tienen el mismo nivel de preparación académica. Ellos manifestaron inconformidad en el manejo de los procesos y procedimientos de programas cognitivos que genera dicha institución.
- De acuerdo a la información otorgada por los emprendedores y microempresarios del Carchi, se logró establecer los requerimientos de capacitación más demandados, tales como; finanzas, administración, tributación, ventas, procesos productivos y marketing.

- Por último, podemos concluir que; los emprendedores y microempresarios del Carchi, requieren de la utilización constante de medios masivos de información, tales como documentos, páginas web, foros abiertos etc.

## **4.2. RECOMENDACIONES**

- Los negocios que demuestran tener sostenibilidad en el tiempo, son negocios donde se observa desventajas frente a la competencia, es por esto que se recomienda promover acciones competitivas empresariales, como el acceso al financiamiento, reinversión empresarial y gestión administrativa.
- Es necesario mejorar el sentimiento de motivación empresarial, con enfoques de desarrollo personal y laboral, y promover en ellos el espíritu emprendedor para salir adelante con sus negocios. Mediante cursos y capacitaciones.
- Se ve necesario impulsar programas de fortalecimiento administrativo empresarial, donde las personas emprendedoras sean partícipes y adquieran orientación y dirección en la implementación de sus planes de negocio y la aplicación de sus estrategias competitivas, que contribuyan a los principales ejes de desarrollo de la organización.
- Se recomienda, llevar a cabo programas de entrenamiento a las personas de nivel de educación básica, siendo ellos quienes presentan mayores problemas cognitivos. Una de las sugerencias, podría ser; vincular a estudiantes universitarios, para que ellos sean los nuevos transportadores de conocimientos e ideas de crecimiento empresarial, y a su vez que los estudiantes pongan en práctica lo aprendido en las aulas. La vinculación de estudiantes con personas

de educación básica, generarían beneficios y resultados positivos para ambas partes vinculadas.

- Se pide, a las instituciones generadoras de proyectos y programas de emprendimiento como el GADPC, aprovechando que existe mayor crecimiento en los dos últimos años, se recomienda direccionar a los emprendedores a asumir nuevos retos, nuevas responsabilidades, nuevos compromisos afrontando deberes y responsabilidades para pasar de emprendedor a empresario.
- Se recomienda motivar a las personas, a optar por tener educación en emprendimiento, donde ellos puedan generar cambios significativos en su conocimiento, mejoren sus competencias y habilidades y generen compromiso en cumplir sus metas y objetivos empresariales.
- Las ayudas generadas por el GADPC, a los diferentes emprendimientos productivos, han sido muy significativas en los últimos años, por lo tanto, se recomienda ampliar los procesos y procedimientos de generación de emprendimientos, a nuevos sectores productivos, impulsando diversidad de negocios rentables en la provincia.
- Muchas instituciones que brindan curso y capacitaciones a los diferentes emprendedores y microempresarios del Carchi, realizan los programas de forma general, sin tomar en cuenta el nivel de conocimientos de las personas o el nivel de educación que presentan muchas de ellas. Por consiguiente, se recomienda, realizar una investigación persuasiva antes de llevar a cabo un programa. Donde se analice el nivel de formación académica de las personas para implementar correctamente cursos y capacitaciones acorde a la similitud de las personas.

- Se recomienda realizar programas en actualización de conocimientos a los diversos grupos de personas emprendedoras, en temas de mayor demanda, como son: finanzas, administración, tributaria, ventas, procesos productivos y marketing, siendo estos temas los que les promoverían de conocimientos atractivos para ponerlos en práctica en sus negocios.
  
- Por último se recomienda al GADPC, trabajar con tecnologías y herramientas que solicitan los emprendedores, tales como; los documentos, páginas web, foros abiertos etc., de esta manera, las personas emprendedoras son más partícipes de su formación.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### **5.1. TÍTULO**

Modelo de formación para emprendedores

##### **5.1.1.- Datos Informativos del GAD Provincial del Carchi.**

Con el objetivo de estructurar un modelo de formación para emprendedores que se encuentran asesorados y ayudados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, a continuación se muestra un marco institucional del GADPC, específicamente de la Dirección de Desarrollo Económico Local, siendo esta la promotora autorizada para ayudar y generar crecimiento de emprendimientos en la provincia, y quien realiza programas y proyectos enfocados a generar beneficios en los emprendedores y asociaciones productivas que se encuentran en el Carchi. Se presentan los siguientes datos obtenidos de: <http://www.carchi.gob.ec>

#### **DIRECCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL GADPC**

La Dirección de Desarrollo Económico Local del Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, es un referente a nivel provincial y nacional que genera confianza y credibilidad, proponiendo y ejecutando políticas públicas para asumir los ejes competenciales (rectoría, planificación, regulación, control y gestión) en fomento productivo y agropecuario generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social, territorial y sostenibilidad ambiental.

Promueve y apoya las actividades agropecuarias y productivas impulsadas por nuestros pequeños y medianos agricultores, ganaderos, transportistas, sector comercial, turismo, artesanos, unidades productivas asociativas, empresarios, micro-empresarios, emprendedores, jóvenes, personas vulnerables y demás carchenses, a través del diseño y gestión de planes, programas y proyectos que reactiven y potencien el desarrollo económico territorial, propiciando el crecimiento sostenible de la productividad y competitividad de la provincia del Carchi.

Brinda capacitación, asesoramiento técnico, crédito mediante la conformación de cajas de ahorro comunitarias, construcción, remodelación y adecuación de infraestructura productiva, apoyo a iniciativas de emprendimiento e innovación, y la generación de políticas públicas con el objeto de mejorar el nivel de vida de los carchenses, mediante el incremento de ingresos y generación de empleo, garantizando el desarrollo sustentable de las presentes y futuras generaciones. (GADPC. Avalos, 2013)

## **MISIÓN**

“Promover y apoyar las actividades agropecuarias y productivas, a través de programas y proyectos que reactiven y potencien el desarrollo económico territorial, propiciando el crecimiento sostenible de la productividad y competitividad de la provincia del Carchi”.

## **VISIÓN**

La Dirección de Desarrollo Económico Local del Gobierno Autónomo Provincial del Carchi, es un referente a nivel provincial y nacional que genera confianza y credibilidad, proponiendo y ejecutando políticas públicas para asumir los ejes competenciales (rectoría, planificación, regulación y control, coordinación y gestión) en fomento productivo generando valor agregado con rentabilidad económica, equidad social y territorial y sostenibilidad ambiental.

## **OBJETIVO GENERAL**

“Propiciar el crecimiento económico en base al modelo de economía solidaria a través de la diversificación sostenible de la producción de bienes y servicios con equidad territorial en la provincia del Carchi”.

## **OBJETIVO ESPECIFICO**

Fomentar el desarrollo de las actividades provinciales agropecuarias y productivas a través de la puesta en marcha de proyectos con un enfoque de cadenas productivas, interviniendo en los diferentes eslabones como es la organización, producción, transformación y comercialización a propósito de entregar bienes y servicios de calidad al consumidor final.

## 5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En los últimos años, el emprendimiento en el Carchi, ha permitido desarrollar nuevas unidades productivas, con la creación de productos y servicios para la sociedad ecuatoriana. Donde los GAD's del Ecuador asesoran e integran la construcción y operación de un plan de negocio para las organizaciones que así lo demanden.

Es por esto que en la Dirección de Desarrollo Económica Local del GAD Provincial del Carchi, el emprendimiento ha otorgado una importancia inusitada, y como no puede ser de otra manera, también a nivel provincial, razón por la cual el GAD provincial del Carchi viene impulsando desde hace 5 años atrás, varios procesos de apoyo a los emprendimientos productivos, a través de proyectos como “Seamos productivos, Carchi Emprende y Carchi Innova,” convirtiéndose en fuentes generadoras de oportunidades productivas de desarrollo en la región fronteriza del norte del país.

El GAD provincial del Carchi, considera al emprendimiento, “como la capacidad de iniciar y operar empresas (micro, pequeñas y medianas) que mejoran su gestión, desarrollan sus competencias, y puedan acceder a nuevas oportunidades de negocio”. Se realizan proyectos y programas desde el año 2010 como; Carchi Emprende, en donde se trabajan con asociaciones productivas y grupos de personas que brindan productos y servicios, capaces de cubrir algunas necesidades de la sociedad. “El GAD ha entregado a todos los emprendedores y microempresarios, consultorías, cursos, capacitaciones, asistencia técnica e inversiones a través de fondos concursables en todos estos últimos años. Buscando de esta manera contribuir un desarrollo equilibrado y armónico en la provincia del Carchi”. (GADPC, 2013)

En este sentido se ha capacitado a los diferentes emprendimientos, a efectos de que mejoren sus procesos productivos y posteriormente iniciar el apoyo a través de fondos o capital semilla a los emprendedores e innovadores más destacados de la provincia.

“El GAD provincial del Carchi ha venido trabajando arduamente los últimos años, apoyando y asesorando a los emprendedores del Carchi, para que en su futuro logren crecer y desarrollarse como empresas sostenibles y competitivas en el mercado ecuatoriano”. (GADPC, 2013)

### **5.3. JUSTIFICACIÓN**

El objetivo que tiene la Dirección de Desarrollo Económica Local, es generar ayuda constante al sector productivo, gran parte de su enfoque está dirigido al emprendimiento, que lo ha configurado como un proceso de desarrollo empresarial en la provincia. El GAD cuenta con un grupo de personas preparadas que ayudan a los emprendimientos, mejorando las condiciones de vida de los socios.

Uno de los problemas encontrados en la investigación de campo, es el inadecuado manejo de cursos y capacitaciones a los diferentes grupos de personas, que tienen distinta preparación académica. Muchas capacitaciones, no eran lo suficientemente entendible para personas que tenían educación primaria, pero si eran comprendidas por personas de educación secundaria y educación superior. El manejo de capacitaciones ha generado inconformidad para muchas personas, la captación de ideas era muy pobre y poco entendible al transmitir conocimientos, motivo por el cual muchas personas optaban por no participar en diferentes programas relacionados con cursos y capacitaciones.

Por lo tanto, el diseñar un modelo de formación para emprendedores, ayudará a las personas que trabajan en el GAD provincial del Carchi, a transferir correctamente los conocimientos, a las diferentes personas que cuentan con un negocio.

Una de las ventajas que obtendrá este modelo de formación para emprendedores, es que en su contenido se detalla metodologías de trasmisión de conocimientos para las diferentes personas, de acuerdo a su nivel educativo. También en este modelo, se toman en cuenta los temas sugeridos por la población investigada, además de los propuestos por los

técnicos en emprendimiento y desarrollo empresarial del GAD provincial del Carchi.

Los temas más destacados, resultados de la presente investigación, tienen que ver con, el emprendimiento, la administración, los planes de negocio, los procesos productivos, las finanzas, las ventas, el marketing, y la administración tributaria.

En el modelo de formación para emprendedores, se destaca una herramienta muy utilizada por ellos, para adquirir conocimientos, que son los documentos. De allí que es importante manejar y facilitar estos materiales, ya que su finalidad, como facilitadores de información, es promover el mecanismo de aprendizaje orientado a los diferentes grupos de personas.

Lo que se propone, es el uso de los resultados de la investigación, para influir correctamente en la transferencia de conocimiento, a la hora de llevar a cabo las capacitaciones.

Para ello se debe identificar los beneficiarios de educación primaria, de educación secundaria, y personas de educación superior. Al ser grupos diferentes, deberán manejarse otras formas de trasmisión de conocimientos, implementando conceptos básicos, palabras técnicas, o del vocabulario normal de las personas, y material didáctico para los diferentes grupos de personas.

## **5.4. OBJETIVO**

Diseñar un modelo de formación para emprendedores y microempresarios del Carchi, que son apoyados y asesorados por el GADPC.

Objetivos específicos:

- ❖ Diseñar un modelo de formación para emprendedores, que ayude al GADPC, a llevar a cabo correctamente los cursos y capacitaciones a las personas emprendedoras con distintos niveles educativos.

- ❖ Identificar y determinar las formas de transmitir conocimientos, a diferentes grupos de beneficiarios de acuerdo a su nivel de formación educacional.
  
- ❖ Establecer los temas básicos y demandados por los emprendedores y microempresarios que son auspiciados por el GAD provincial del Carchi.

## **5.5. FUNDAMENTACIÓN**

**5.5.1. Modelo.-** Es una representación simplificada de la realidad o de una idea, en la que parecen algunas de sus propiedades y características de un objeto y que se las representa en otro objeto o sistema de menor complejidad. Los modelos nos ayudan a explicar, entender o mejorar un sistema. Muchos autores definen a los modelos como “Un objeto, concepto o conjunto de relaciones que se utiliza para representar y estudiar de forma simple y comprensible una porción de la realidad empírica.” (Aracil, 2012 párr. 4)

**5.5.2. Formación emprendedora.-** Es conocer y aprender nuevos temas y teorías empresariales, que ayudan a las personas a llevar una vida empresarial más ordenada y dinámica, enfocadas a gestionar correctamente los recursos con los que cuenta las empresas, y a su vez que las personas logren aprovechar las oportunidades de mercado, tomando riesgos controlados. La formación emprendedora no es sólo enseñar a crear u dirigir un negocio. Fundamentalmente, se trata de “alentar el pensamiento creativo, promover un sentido de autorrealización personal y desarrollar el hábito de realizar una autoevaluación periódica del rendimiento.” (Dehter, 2009, párr.5)

**5.5.3. Formación empresarial.-** Es un proceso por el cual se educa a las personas para dotar de competencias emocionales y racionales al personal de la empresa, y a su vez que estas personas mejoren sus conocimientos y habilidades en el campo empresarial, llevándolos al éxito y reconocimiento en nuestra sociedad.

La formación empresarial también se la define como:

El conjunto de actividades planeadas y coordinadas, centradas en el estímulo, desarrollo y refuerzo de las competencias que permiten el desarrollo personal a través de la capacitación, el entrenamiento y la educación, a fin de apropiar las capacidades para el adecuado desempeño del talento humano de una organización, de manera que facilite el logro de los objetivos definidos por cargo, área o proceso y la entidad como un todo. (Sarmiento, 2013, párr. 2)

**5.5.4. Educación para adultos.-** Es el tipo de educación que se encuentra orientada a las personas adultas, quienes por situaciones económicas, sociales y personales dejaron su educación formal, y por ende tienen como finalidad continuar con sus estudios, a través de personas, instituciones públicas y privadas que realizan procesos de formación y transmisión de conocimientos. “La educación para Adultos está destinada a una población realmente singular, con características, estructuras e intereses propios favoreciendo la especificación del por qué, del cómo, del cuándo, del dónde y del para qué de las situaciones”. (Unesco, 2013, p. 127)

La recomendación relativa al desarrollo de la educación de adultos afirma que:

Las actividades de educación cívica, política, sindical y cooperativa deberían procurar desarrollar el juicio independiente y crítico y crear o reforzar la competencia necesaria para que cada persona pueda hacerse cargo de los cambios que repercuten en esas condiciones de vida y de trabajo mediante una participación efectiva en la gestión de los asuntos de la sociedad y en todos los niveles del proceso de decisión. (Unesco, 2013, p. 127)

### **5.5.5. Andragogía**

Es la ciencia y el arte que, siendo parte de la Antropogogía y estando inmersa en la Educación Permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de participación y horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el Facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su autorrealización. (Sánchez. 2001, párr.7)

Considerando también que la andragogía se considera como una disciplina educativa que trata directamente con adultos desde todos los componentes humanos como sus culturas, relaciones sociales y formas de pensar.

## **5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA**

El modelo operativo de la propuesta, está diseñado en dos partes. Se ha tomado en consideración el nivel de educación que tienen los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas del Carchi, como también los medios y las formas de aprendizaje que ellos tienen mayor preferencia en los casos de aprender, conocer y enriquecer sus conocimientos.

Para ello se han diseñado dos modelos de formación para emprendedores:

- Modelo de formación emprendedora para personas con nivel de educación general básica.
- Modelo de formación emprendedora para personas con nivel de educación secundaria y educación superior.

En estos dos modelos, se destacan diferentes formas, de cómo los representantes y gerentes prefieren, conocer nuevas temáticas, cuales son los materiales de aprendizaje favoritos y de mayor utilización para ellos, y por último, destacamos los temas que ellos requieren conocer y aprender para ponerlos en práctica en su ámbito laboral, que a su vez serán transmitidos y enseñados por el personal del GAD provincial del Carchi.

A continuación se detalla el contenido de los modelos de formación para emprendedores en el siguiente cuadro:

## MODELO DE FORMACIÓN PARA EMPRENDEDORES

### Modelo de formación para emprendedores de educación básica general.

**Cómo.-** Utilizando material didáctico impreso, expresiones y palabras básicas, y ejemplos entendibles.

**Donde.-** Cantón o parroquia más cercana para todos los participantes.

**Por qué.-** Una de las razones del uso de las técnicas y herramientas detalladas, es para mayor comprensión de cursos y capacitaciones dictados.

**Con qué medios.-** Los materiales y herramientas a utilizar son todos los documentos impresos.

**Con quienes.-** Técnicos y trabajadores del GADPC, capacitadores, especialistas y los beneficiarios.

**En qué tiempo.-** El tiempo estimado para un programa de actualización de conocimientos es de 3 meses. Ya que requieren la implementación de mayor cantidad de los temas y subtemas, y la utilización de diferente forma de transmisión de conocimientos.

#### Temas de aprendizaje:

- Emprendimiento
- Administración
- Finanzas
- Procesos productivos
- Marketing y Ventas
- Planes de negocio
- Informática
- Tributaria

### Modelo de formación para emprendedores de educación secundaria y educación superior.

**Cómo.-** Utilizando material didáctico impreso y digital, palabras generales y técnicas, ejemplos de mayor razonamiento.

**Donde.-** Cantón o parroquia más cercana para todos los participantes.

**Por qué.-** Una de las razones del uso de las técnicas y herramientas detalladas, es para mayor comprensión de cursos y capacitaciones dictados.

**Con qué medios.-** Los materiales y herramientas a utilizar son los documentos impresos y digitales, utilización de Internet, páginas web y multimedia.

**Con quienes.-** Técnicos y trabajadores del GADPC, capacitadores, especialistas y los beneficiarios.

**En qué tiempo.-** El tiempo estimado para un programa de actualización de conocimientos es de 2 meses. Ya que las herramientas y técnicas de aprendizaje para este grupo de personas son muchas más prácticas y diversas para la comprensión de los temas detallados.

#### Temas de aprendizaje:

- Emprendimiento
- Administración
- Finanzas
- Procesos productivos
- Marketing y Ventas
- Planes de negocio
- Tributaria

## **5.6.1 Impactos**

El trabajo de investigación que se llevó a cabo, sirvió para conocer más de cerca la realidad de los emprendedores y microempresarios del Carchi, y cómo influye el nivel de conocimientos en el desarrollo micro empresarial. Se demostró que un mejoramiento de aprendizaje, actualización y transmisión de nuevos conocimientos administrativos empresariales, promueve un mejoramiento continuo en el desarrollo empresarial.

### **5.6.1.1 Impactos Institucionales**

Mejorando su imagen y excelencia dentro del servicio empresarial, se le facilita al GADPC, una base de datos, que muestra la realidad del crecimiento empresarial en los últimos años, y a su vez, se muestra el nivel de conocimientos empresariales que tienen los representantes de los negocios investigados. De esta manera se propone un modelo de formación para emprendedores, donde se describe paso a paso como el GAD provincial del Carchi, puede mejorar el proceso de actualización, y transmisión de conocimientos a las diferentes personas.

### **5.6.1.2 Impactos socio económicos**

La calidad en el proceso de formación emprendedora, para quienes hacen partícipes de los programas y proyectos que brinda el GADPC, generará un impulso de crecimiento, y mejoras en los programas de capacitación. Los representantes de los emprendimientos, tendrán un mejoramiento cognoscitivo, siendo esto beneficioso para el crecimiento de la empresa.

### **5.6.1.3 Impactos educativos**

La propuesta constituirá, un aporte como fuente de conocimiento, al facilitarse como instrumento de consulta y manejo de programas relacionados con la formación emprendedora, para personas que se encuentran vinculadas directamente con emprendimiento y desarrollo empresarial en la provincia. Mejorando el talento humano, logrando mayor eficiencia en su desempeño laboral.

### **5.6.2. Diseño del modelo de formación emprendedora**

El emprendimiento en el Ecuador viene siendo el motor de desarrollo económico y de crecimiento productivo. Motivo por el cual se pretende fortalecer dichos procesos, elaborando el modelo de formación para emprendedores, que determina correctamente, como el GAD provincial del Carchi debe trabajar con los emprendedores, que cuentan con distinta preparación académica, identifica que materiales y herramientas deben utilizar en una actualización de conocimientos, y que temática de capacitaciones y cursos son las más idóneas.

El modelo de formación para emprendedores estará puesto a disposición de entidades estatales, que manejen programas como capacitaciones, cursos y actualización de conocimientos, ya que este instrumento permite divulgar el conocimiento básico y necesario para formar correctamente emprendedores en la provincia del Carchi.

Los beneficiarios serán todas las personas emprendedoras de la provincia del Carchi, siendo ellos quienes participaron en un estudio, y dieron a conocer las mejores formas de aprendizaje, como también los temas y unidades que ellos desean conocer y aprender por medio de capacitaciones y documentos que facilite el GAD provincial.

Partiendo del estudio acerca del nivel de conocimientos que tienen los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas, se logró determinar estratos educativos, como la educación general básica y la educación superior, donde el modelo de formación emprendedora se ajusta a cada uno de estos estratos educativos, para que los usuarios tengan mayor comprensión de los temas enmarcados en los diferentes modelos.

### **5.6.2.1. Modelo de formación emprendedora para personas con nivel de educación general básica.**

#### **INTRODUCCIÓN**

Este modelo de formación para emprendedores es muy importante, ya que en él, se detalla claramente el manejo correcto de una educación para adultos y su transmisión de conocimientos, a su vez, se determina factores importantes tales como; el donde hacer las cosas, por qué, cómo, con qué medios, con quienes, en qué tiempo y por último los temas y subtemas, que son los más apropiados y demandados por las personas de educación básica general.

Se ha elegido trabajar con este tipo de personas de educación general básica, ya que en la provincia del Carchi, se encontró por medio de la investigación de campo, que existe desconocimiento en diversidad de temas por parte de muchos emprendedores y microempresarios, esto quiere decir que estas personas requieren en su actualidad, conseguir un mejoramiento cognitivo, para fortalecer sus habilidades y destrezas en sus negocios, generando en ellos, un crecimiento empresarial.

Muchas personas involucradas en la investigación de campo, mencionan que es necesario llevar a cabo programas en actualización de conocimientos, mediante cursos y capacitaciones, ya que estos proyectos ayudan a desarrollar en las personas nuevos conocimientos, habilidades, competencias y destrezas necesarias para que en sus organizaciones puedan implementar acciones, con enfoque al logro de sus objetivos y cumplimiento de sus responsabilidades de manera eficiente y efectiva en un determinado tiempo.

Todo lo dicho es importante que lo conozcan los técnicos y trabajadores del GADPC, ya que ellos podrán implementar acciones para el fortalecimiento y crecimiento de sus competencias laborales e institucionales.

## ¿Cómo?

Al identificar personas que tienen educación básica general, la mejor manera de llevar a cabo la transmisión de conocimientos es utilizando palabras entendibles, material didáctico como, folletos, manuales, revistas; ejemplos comprensibles y manejo concurrente de expresiones básicas, para mayor comprensión de los temas dictados.

Una de las formas más convenientes y factibles para transmitir conocimientos a las personas que cuentan con este tipo de educación, es por medio de los documentos proporcionados en las capacitaciones, ya que la mayor parte de la población emprendedora carchense, prefiere la obtención de un documento que se encuentre accesible, para poder leer, conocer, interpretar temas de una forma más rápida y apropiada, y así dar sus puntos de vista en el momento que se trabaja con los capacitadores.



Los documentos, como medio de transmisión de conocimientos, son elementos por los cuales los autores pueden escribir y transcribir los contenidos en temas empresariales y administrativos, para que sean fuente de información registrada para ser utilizados como partida de consulta, estudio e informativa para todos los usuarios que accedan a los documentos facilitados por los especialistas, capacitadores y profesores en emprendimiento y desarrollo empresarial.

## ¿Dónde?

Entre los cantones de la provincia del Carchi, donde se han fundado los emprendimientos que maneja el GAD provincial de Carchi, tenemos a:

- Cantón Tulcán
- Cantón San Pedro de Huaca
- Cantón Montufar
- Cantón Mira
- Cantón Bolívar

Los emprendedores ocupan gran parte de las zonas rurales de la provincia del Carchi. Por lo tanto, se tendrá que llegar a todos los rincones donde se encuentran instalados 19 negocios.



Se propone realizar invitaciones personales para llevar a cabo reuniones y charlas para acordar lugares y fechas para los procesos de capacitación, y de esta forma establecer los días y horas que se ajusten a las actividades que realizan cotidianamente los representantes de los emprendimientos. En muchos de los casos los emprendedores podrían establecer diferentes lugares para reuniones y capacitaciones, siendo el GAD quien tendrá que evaluar y decidir sobre los acuerdos llegados.

### ¿Por qué?

Una de las razones por las cuales se ha llevado a cabo la elaboración del modelo de formación para emprendedores, es apoyar y contribuir con el desarrollo equilibrado y armónico en emprendimiento y desarrollo empresarial en la provincia del Carchi, generando ayudas técnicas a este tipo de personas, quienes requieren el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado provincial del Carchi, como también del apoyo de universidades e instituciones que conocen de temas empresariales.



En la investigación realizada sobre el nivel de conocimientos, se logró establecer, que más del 50% de las personas investigadas desconocen de temas administrativos empresariales, razones por las cuales se vio necesario desarrollar este modelo de formación para emprendedores, ya que ayudará a los emprendedores a mejorar y fortalecer sus conocimientos, con el apoyo de especialistas y capacitadores que llenarán esos vacíos, utilizando metodologías apropiadas para este grupo de personas que tienen un bajo nivel de educación, proporcionándoles temas que son indispensables conocerlos, para llevar correctamente las riendas de un emprendimiento al crecimiento sostenible.

### **¿Con que medios?**

Se propone utilizar documentos impresos como folletos, anillados, libros y demás material tangible que se pueda ofrecer a este grupo de personas, donde, los contenidos se relacionen con lo demandado por los emprendedores y representantes de los negocios. Tomando en consideración que se ve necesario entregar diversidad de información por parte del personal calificada del GAD provincial, logrando ser la institución que genera procesos de enriquecimiento y actualización de conocimientos a los diferentes emprendedores de la provincia.



## ¿Con quiénes?

Quienes impartirán y darán a conocer los contenidos del modelo de formación para emprendedores, será el personal que trabaja en el GAD provincial del Carchi, de la Dirección de Desarrollo Económico Local, conjuntamente con, capacitadores y técnicos que compartan sus conocimientos en temas empresariales, y aporten con la presentación de los temas enmarcados en el modelo de formación, a todas aquellas personas de nivel de educación básica general.

Entre los beneficiarios de la aplicación del modelo de formación emprendedora para personas de educación básica general, tenemos a los siguientes emprendedores:

<b>Tabla No. 38 Beneficiarios del modelo de formación emprendedora para personas de educación general básica.</b>				
<b>N°</b>	<b>Nombre de la asociación</b>	<b>Lugar</b>	<b>Representante</b>	<b>Actividad</b>
1	Artesanal el Ángel	El Ángel	Rosa Alba Vallejo	Confección y comercialización de ropa deportiva.
2	28 de Diciembre	Guananguicho Norte	Roció Arias	Frigorífico, comercialización de carne y lácteos.
3	San Francisco de Athal	Athal	Carlos Obando	Producción bovina, mejoramiento de pastizales.
4	San pedro de Canchaguano	Canchaguano	Nelly Hernández	Panadería, pastelería y frigorífico
5	El Frailejon	El frailejón	Marco Casanova	Producción de leche.
6	Cabildo de Canchaguano	Canchaguano	Arturo García	Complejo Turístico Canchaguano.
7	Taya	San Gabriel	Pedro Almeida	Productora de leche
8	Campo Fértil	San Gabriel	Felipe Chaspuengal	Productora de quesos
9	Nuevos Horizontes	San Gabriel	Luis Erazo	Producción de leche
10	Productores Pindical	La Chorrera	Orlando Pepinosa	Producción y comercialización de panela y sus derivados.
11	Social Productiva Cuesaca	Cuesaca	Martha Enríquez	Fábrica de empaques de

				productos agrícolas
12	Mira por el progreso	Mira	Cumanda Palma	Producción y comercialización de café y tortillas de tiesto.
13	Mujeres Santa Lucia	Santa Lucia	Angelita Bernardo	Almacén de insumos agropecuarios
14	Unión y progreso	Cristóbal Colon	Alba Román	Producción y comercialización de hojuelas de papa.
15	Nuevo Amanecer	El Capulí	Nolberto Burbano	Fábrica de Plástico reciclable
16	Lácteos centro de acopio	San Gabriel	Sandra Ceballos	Enfriadora de leche
17	Esfuerzo y progreso	San Luis	Carmen Fraga	Tienda Agropecuaria
18	Agrícola los Pastos	San Gabriel	Carlos Pérez	Producción y comercialización de Miel de abeja
19	Chitacaspi	Chitacaspi	Nalda Ortega	Producción de Chanchos en forma asociativa

**Elaborado por:** William Morillo

### ¿En qué tiempo?

El tiempo que se estima en dar a conocer los temas enmarcados en el modelo de formación para emprendedores, a personas con nivel de educación general básica, se determina en el siguiente cronograma:

Tabla No. 39 Cronograma de formación emprendedora para personas de educación general básica.													
Actividad	Tiempo	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Objetivo:</b> Actualizar y fortalecer los conocimientos de los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas del Carchi, que cuentan con educación básica general.													
Reuniones con los representantes de los emprendimiento y microempresas.													
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en temas como emprendimiento y administración.													
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en temas como finanzas y procesos productivos.													
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en temas como marketing, ventas y tributaria													
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en planes de negocio.													
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en informática.													

Elaborado por: William Morillo

#### 5.6.2.1.1 Temas demandados por los emprendedores que tienen educación general básica.

A continuación se presentan los temas y sub temas que los emprendedores y microempresarios del Carchi deben conocer y aprender en una actualización de conocimiento.

Para conocer el presupuesto realizado por cada tema de capacitación, refiérase al Anexo No. 11.

**Tabla No. 40 Los 8 temas de mayor demanda por los emprendedores y microempresarios del Carchi.**

<b>Tema 1. Emprendimiento</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Emprendimiento</li> <li>*Que es el emprendimiento empresarial</li> <li>*Emprendedor</li> <li>*Cualidades de un emprendedor</li> <li>*Características del emprendedor</li> <li>*Ventajas del emprendimiento</li> <li>*Actividad emprendedora</li> <li>*Formación para el emprendimiento</li> <li>*Ideas de negocio</li> <li>*Identificación de deseos y necesidades</li> <li>*Factibilidad del negocio.</li> </ul>	<p>El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en dos sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos como; folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.</p>	<p>El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 650</p>
<b>Tema 2. Administración</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Generalidades sobre administración de Empresas</li> <li>*Eficiencia, Eficacia y Productividad</li> <li>*Entorno de la Empresa</li> <li>*Conducta ética y responsabilidad social de la Empresa</li> <li>Globalización y Administración de Empresas</li> <li>*El enfoque de sistemas en Administración</li> <li>*La Empresa. Generalidades</li> <li>*El proceso Administrativo</li> <li>*La previsión</li> <li>*La planificación</li> <li>*El proceso de Planificación</li> <li>*El grafico de Gantt</li> <li>*Otras técnicas de planificación</li> <li>*La Organización.</li> <li>*Generalidades</li> <li>*Los Organigramas</li> <li>*Los manuales administrativos</li> <li>*Cultura organizacional</li> <li>*La Integración</li> <li>*La Dirección</li> <li>*La Motivación</li> <li>*El Liderazgo</li> <li>*La Gerencia</li> <li>*La Toma de Decisiones</li> </ul>	<p>El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos como; folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.</p>	<p>El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 890</p>

*La Comunicación *El Control *El Proceso de Control *Técnicas de Control			
<b>Tema 3. Finanzas</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Importancia del análisis financiero *Fuentes de información *Métodos y Técnicas de Análisis Financiero *Principales indicadores financieros *Administración del capital de trabajo *Administración del efectivo *Administración de Inversiones Financieras Temporales *Administración de cuentas y documentos por cobrar. *Administración de inventarios *Financiamiento de corto plazo	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos como; folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 890
<b>Tema 4. Procesos productivos</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Clasificación de los procesos y características *Elementos de los procesos productivos *Etapas de los procesos productivos *Proceso lineal o por producto *Ventajas *Desventajas *Actividades básicas de los procesos y objetivos de mejora *Procedimientos básicos *Distribución del puesto de trabajo *Tiempo estándar de las operaciones *Usos de los tiempos estándares *Gráfico de control de eficiencia *Balance de líneas de producción	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos como; folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 650
<b>Tema 5. Marketing y Ventas</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Que es el Marketing *Estrategia de Marketing *Mercados de Consumo. *Porqué, Cómo, Quienes y Cuándo compran. *Segmentación y Posicionamiento	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos como;	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 890

<ul style="list-style-type: none"> <li>*El Mix de Marketing</li> <li>*Desarrollos de nuevos productos y estrategias según el ciclo de vida</li> <li>*El Precio y la Rentabilidad</li> <li>*Estrategias Integradas de Comunicación</li> <li>*Publicidad, Promoción y RRPP.</li> <li>*Ventas Personales</li> <li>*Tipos de ventas</li> <li>*Cierre de una venta</li> </ul>	técnicos y capacitadores en emprendimiento.	folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.	
<b>Tema 6. Planes de negocio</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Plan de negocios para emprendedores</li> <li>*Idea y presentación del promotor</li> <li>*Plan Estratégico</li> <li>Análisis Externo</li> <li>Demanda</li> <li>Clientes</li> <li>Proveedores</li> <li>Análisis Interno</li> <li>Análisis DAFO</li> <li>*Plan de Marketing</li> <li>Política de Precios</li> <li>Política de Distribución - Política de Comunicación</li> <li>Presupuesto del Plan de Marketing</li> <li>*Plan de operaciones</li> <li>*Plan de organización y recursos humanos</li> <li>*Plan de Tecnologías de la información</li> <li>*Plan económico financiero</li> <li>Gastos financieros</li> <li>*Plan Financiero:</li> <li>Balance Previsional</li> <li>Continuación</li> <li>Observaciones</li> <li>*PLAN DE TESORERÍA</li> <li>Análisis Económico</li> <li>Análisis de cash-flow</li> <li>Apalancamiento financiero</li> <li>Apalancamiento Financiero</li> <li>Continuación</li> <li>Estructura Legal de la Empresa</li> <li>Conclusiones</li> </ul>	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de tres semanas, dividida en siete sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos como; folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 890
<b>Tema 7. Tributaria</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Presupuesto general del estado</li> <li>*Que es un tributo</li> <li>*Características de los tributos</li> </ul>	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana,	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de	El costo para este tema propuesto

<ul style="list-style-type: none"> <li>*Impuestos y su clasificación</li> <li>*Clases de tributos</li> <li>*Las obligaciones tributarias</li> <li>*Que es el servicios de rentas Internas</li> <li>*Deberes formales de la sociedad</li> <li>*RUC</li> <li>*Determinación de la actividad económica</li> <li>*Documentos que maneja el SRI</li> <li>*El ilícito tributario</li> <li>*Impuesto al valor agregado</li> <li>*Impuesto a las renta</li> <li>*Como realizar declaraciones al SRI</li> <li>*Manejo del sistema electrónico del SRI</li> </ul>	<p>dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>educación general básica, son los documentos impresos como; folletos, revistas, libros y escritos que realizan los técnicos y capacitadores.</p>	<p>se estipula en \$ 890</p>
<b>Tema 8. Informática Básica</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Introducción a la Informática</li> <li>*Sistema operativo Windows</li> <li>*PC Equipo básico</li> <li>*Procesador de texto - Microsoft Word, Excel, Power point y Open Office.</li> <li>*Navegar por internet y mandar correos electrónicos</li> </ul>	<p>El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación general básica, son los documentos impresos y documentos digitales que manejen los técnicos y capacitadores.</p>	<p>El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 890</p>

**Elaborado por:** William Morillo

### **5.6.3. Modelo de formación emprendedora para personas con nivel de educación secundaria y educación superior.**

#### **Introducción**

El modelo de formación para personas de educación secundaria y educación superior, es de gran importancia, ya que en él se estipula, acciones y actividades que las personas involucradas en transmitir conocimientos, puedan trabajar más eficientemente. Por cuanto se prescribe en él modelo: el cómo hacer las cosas, el donde, el porqué, con qué medios, en que tiempo, y por último se determina que temas son los sugeridos para este tipo de personas.

Se ha elegido llevar a cabo la elaboración de este tipo de modelo de formación, ya que las personas con educación secundaria y educación superior, requieren diferente manejo en los cursos y capacitaciones, siendo estas personas quienes dieron a conocer sus puntos de vista en la investigación de campo realizada.

Situación por la cual se establece maneras distintas para trabajar con estas personas, también los medios y herramientas que serían de mayor provecho y las técnicas de aprendizaje que generarán mayor comprensión de los temas abarcados.

#### **¿Cómo?**

Tomando en cuenta a las personas que tienen educación secundaria y a las personas que tienen educación superior, el proceso de transmisión de conocimientos, es mucho más amplio y técnico, ya que ellos han pasado por mucho más tiempo recibiendo educación en instituciones educativas públicas y privadas,



por ende, se les facilitará la comprensión de los temas enmarcados en el modelo de formación emprendedora. De igual forma, este grupo de personas requieren de la utilización e implementación de documentos para conocer los temas, ya que la mayor parte de la población emprendedora a la cual nos dirigimos, tiene preferencias para; leer, conocer e interpretar los temas detallados en los diferentes documentos.

Se propone la utilización del Internet, ya que este tipo de personas dan a conocer la importancia que tiene para ellos, siendo el medio que utilizan con mayor frecuencia, en su autoeducación, por ende el GAD provincial del Carchi, tendrá que utilizar una página web, donde los emprendedores y microempresarios puedan acceder a la información brindada por el GAD, en temas empresariales y administrativos actualizados. Al utilizar estas dos herramientas de transmisión de conocimientos, ayudarán a las personas emprendedoras a conocer y fortalecer sus ideas y pensamientos, considerando que al utilizar el internet, los usuarios estarán mayormente informados y actualizados en; temas empresariales, como también en noticias sociales, programas, proyectos y eventos culturales que se realizan en nuestra provincia y en nuestro país.

### **¿Dónde?**

Los temas del modelo de formación para emprendedores que se darán a conocer por medio de los documentos, serán transmitidos y compartidos en lugares cercanos y alejados para este tipo de personas, situación por la cual los técnicos y trabajadores del GAD provincial del Carchi, deberán establecer lugares estratégicos y convenientes para todas las personas que participen en proyectos y programas de actualización de conocimientos.



Si tomamos en cuenta a la cantidad de personas que tienen educación secundaria y a las personas que tienen educación superior, se logra identificar un total de 20 personas, que se encuentra ubicados en diversas zonas rurales de la provincia. El GAD provincial del Carchi, tendrá que establecer reuniones en los diferentes cantones, para poder realizar con éxito la transmisión de conocimientos a este grupo de personas. A su vez, conjuntamente con los beneficiarios establecer los horarios más convenientes, definiendo de igual forma los lugares en los cuales se llevará a cabo los cursos y capacitaciones. En muchos de los casos, el GADPC tendrá que considerar las disposiciones que generan los participantes.

### **¿Por qué?**

La elaboración del modelo de formación, se lo ha llevado acabo porque es importante brindar a las personas emprendedoras ayudas constantes con capacitaciones, asesoramientos, cursos y trasmisión de conocimientos, para generar crecimiento y desarrollo empresarial en la provincia del Carchi, generando personas altamente competitivas para el mercado ecuatoriano.

Esto hará que el nivel de competitividad de los carchenses, sea más alto en el país, y que los productos y servicios que son brindados en todos los mercados nacionales como internacionales sean de mayor calidad y atractivos para los clientes.

Razones por las cuales el apoyo a los emprendedores y microempresarios del Carchi, debe ser continuo, para lograr un mayor crecimiento de negocios competitivos.

El desarrollar el modelo de formación, es una muestra del interés en ayudar y apoyar a este tipo de personas, ya que de esta manera contribuimos a los emprendedores



y microempresarios a mejorar y fortalecer sus conocimientos, llenando esos vacíos en temas administrativos empresariales, que son indispensables conocerlos para llevar sus emprendimientos hacia un crecimiento sostenible.

### **¿Con que medios?**

Los medios y herramientas más atractivos para este tipo de personas, son los documentos impresos de forma de revista o folleto, en el cual se establezcan claramente los contenidos que se llevará cabo en la transmisión de conocimientos por parte de los capacitadores.

En los documentos, se requiere llevar en su interior sus respectivos respaldos, como lo es el disco compacto digital, que será de gran provecho para muchas personas que manejan con mayor constancia los materiales digitales.

Otro medio atractivo que deberán manejar los expertos y técnicos especialistas, es el internet, donde las personas puedan interactuar entre sí, con la implementación de foros abiertos que estimulen sus formas de pensar, y llenen sus vacíos con temas de gran importancia y de provecho para ellos.

Y por último se propone la creación de una página web, la cual brinde información relevante sobre emprendimiento y desarrollo empresarial en la provincia y en el país.



### **¿Con quiénes?**

Para llevar a cabo programas de transmisión, actualización y fortalecimiento de conocimientos, se verá necesario la participación del personal técnico en emprendimiento que trabajen en el GAD provincial del Carchi, conjuntamente con los especialistas, capacitadores y motivadores, quienes compartirán con la transmisión de conocimientos a las personas

emprendedoras, como también se verá necesario la interacción del Director de la Dirección de Desarrollo Económico Local, quien es la persona que lleva a cabo la implementación y aprobación de programas y proyectos productivos.

Entre los beneficiarios de la aplicación del modelo de formación emprendedora para personas de educación secundaria y educación superior, tenemos a los siguientes emprendedores y microempresarios.

<b>Tabla No. 41 Beneficiarios del modelo de formación emprendedora para personas de educación secundaria y educación superior.</b>				
<b>N°</b>	<b>Nombre de la asociación</b>	<b>Lugar</b>	<b>Representante</b>	<b>Actividad</b>
1	Trabajadores agropecuarios Cuesaca	Cuesaca	Elvia Rodríguez	Asadero de cuyes
2	La casa de Uniforme	Huaca	Mary Ramírez	Confección de uniformas para instituciones educativas
3	Mujeres Luz y Verdad	Monte Olívo	Pilar Villareal	Planta de balanceados
4	Club ecológico defensores de la naturaleza	La mariscal sucre	Piedad Mafla	Producción y comercialización de artesanías en papel reciclado.
5	Los Chasquis de san Vicente	San Vicente de Pusir	Bolívar Viveros	Manejo y Producción de leche de cabra
6	Jóvenes sueños de libertad	San Gabriel	Candy Meneses	Productora de lácteos
7	El Chamizo	El Chamizo	Nelson Cortez	Producción bovina, mejoramiento de pastizales
8	17 de Agosto	Monte Verde	Judith Irua	Producción de Ovinos
9	Los Andes	Los Andes	Sonia Guerron	Panadería y pastelería
10	Unidades para el progreso	García Moreno	Margarita Chávez	Panadería y pastelería
11	San Isidro	San Isidro	Carmen Rosero	Producción de Chanchos
12	Mortinial	Mortinial	Rosario Guamialama	Producción Bovino, mejoramiento de pastizales
13	Avancemos Juntos	San Luis	Alfonso Nazate	Planta enfriadora de leche
14	Tusa Gabal	San Gabriel	Patricia Llore	Elaboración de

				tejidos con diseño Pasto.
15	Producampo	San Gabriel	Aida Pozo	Producción y comercialización de pollos camperos
16	Abejas Ecuador	Santa Marta de Cuba	Andrés Pastaz	Producción y comercialización de productos apícolas.
17	Maldonado Verde	Maldonado	Fabrizio Coral	Producción y comercialización de huevos, gallinas ponedoras.
18	Once de Enero	Tulcán	Marieta Narváez	Producción y comercialización de hojuelas de papa.
19	11 de febrero	San Gabriel	Ramiro López	Productores de leche
20	Santa Clara	San Gabriel	Zoila Manosalvas	Elaboración de artesanías, bisutería.

**Elaborado por:** William Morillo

### ¿En qué tiempo?

El tiempo que se estima en dar a conocer los temas enmarcados en el modelo de formación para emprendedores a personas con nivel de educación secundaria y educación superior, está determinada en el siguiente cronograma:

Tabla No. 42 Cronograma de formación emprendedora para personas de educación superior.									
Actividad	Tiempo	Mes 1				Mes 2			
		1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Objetivo:</b> Actualizar y fortalecer los conocimientos de los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas del Carchi, que cuentan con educación secundaria y educación superior. .									
Reuniones con los representantes de los emprendimiento y microempresa.									
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en temas como emprendimiento y administración.									
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en temas como finanzas y procesos productivos.									
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en temas como marketing, ventas y tributaria									
Actualización y fortalecimiento de conocimientos en planes de negocio.									

Elaborado por: William Morillo

### 5.6.3.1. Temas determinados para personas que cuentan con educación secundaria y educación superior.

A continuación se presentan los temas y sub temas que los emprendedores y microempresarios del Carchi deben conocer y aprender en una actualización de conocimiento.

Para conocer el presupuesto realizado por cada tema de capacitación, refiérase al Anexo No. 12

**Tabla No. 43 Los 7 temas demandados por los emprendedores y microempresarios de cuentan con educación secundaria y educación superior.**

<b>Tema 1. Emprendimiento</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Que es el emprendimiento empresarial</li> <li>*Emprendedor</li> <li>*Emprendimiento</li> <li>*Cualidades de un emprendedor</li> <li>*Características del emprendedor</li> <li>*Ventajas del emprendimiento</li> <li>*Actividad emprendedora</li> <li>*Idea de negocio</li> <li>*Identificación de deseos y necesidades</li> <li>*Factibilidad del negocio.</li> </ul>	<p>El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en dos sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas web, Cd's.</p>	<p>El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 748</p>
<b>Tema 2. Administración</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>*Generalidades sobre administración de empresas</li> <li>Eficiencia, eficacia y productividad</li> <li>*Entorno de la empresa</li> <li>*Conducta ética y responsabilidad social de la Empresa</li> <li>*Globalización y administración de empresas</li> <li>*El enfoque de sistemas en Administración</li> <li>*Otras teorías de administración</li> <li>*La Empresa y generalidades</li> <li>*El proceso administrativo</li> <li>*La previsión</li> <li>*La planificación</li> <li>*El proceso de planificación</li> <li>*El grafico de Gantt</li> <li>*Otras técnicas de planificación</li> <li>*La Organización</li> <li>*Los Organigramas</li> <li>*Los manuales administrativos</li> <li>*Cultura organizacional</li> <li>*La Integración</li> <li>*La Dirección</li> <li>*La Motivación</li> <li>*El Liderazgo</li> <li>*La Gerencia</li> <li>*La Toma de decisiones</li> <li>*La Comunicación</li> <li>*El Control</li> <li>*El Proceso de control</li> <li>*Tipos y fuentes de control</li> <li>*Técnicas de control</li> </ul>	<p>El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas web, Cd's.</p>	<p>El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 988</p>

<b>Tema 3. Finanzas</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Importancia del análisis financiero *Fuentes de información *Métodos y técnicas de análisis financiero *Principales indicadores financieros *Administración del capital de trabajo *Administración del efectivo *Administración de inversiones Financieras temporales *Administración de cuentas y documentos por cobrar. *Administración de inventarios *Financiamiento de corto plazo	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas web, Cd's.	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 988
<b>Tema 4. Procesos productivos</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Clasificación de los procesos y características *Elementos de los procesos productivos *Etapas de los procesos productivos *Proceso lineal o por producto *Proceso intermitente *Ventajas *Desventajas *Proceso "por proyecto" *Actividades básicas de los procesos y objetivos de mejora *Actividad - simbología - significado *Procedimiento *Distribución del puesto de trabajo Posición del operario *Tiempo estándar de las operaciones *Ejemplo en método global y método analítico *Usos de los tiempos estándares Gráfico de control de eficiencia *Balance de líneas de producción	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en dos sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas web, Cd's.	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 748
<b>Tema 5. Marketing y Ventas</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Marketing: gestión de relaciones rentables con los clientes *Estrategia empresarial y estrategia de marketing *Mercados de consumo. Porqué, Cómo, Quienes y Cuándo compran? *Segmentación y Posicionamiento Productos, Servicios y	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 988

Estrategias de marca *Desarrollos de nuevos productos y estrategias según el Ciclo de vida del producto. *El Precio y la rentabilidad *Estrategias integradas de Comunicación *Publicidad, promoción y RRPP. *Ventas personales y marketing directo *Marketing digital		web, Cd's.	
<b>Tema 6. Planes de negocio</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Plan de negocios para emprendedores *Idea y presentación del promotor *Plan Estratégico Análisis Externo Demanda Clientes Proveedores Análisis Interno Análisis DAFO *Plan de Marketing Política de Precios Política de Distribución - Política de Comunicación Presupuesto del Plan de marketing *Plan de operaciones *Plan de organización y recursos humanos *Plan de Tecnologías de la información *Plan económico financiero Gastos financieros *Plan Financiero: Balance Previsional Continuación Observaciones *PLAN DE TESORERÍA Análisis Económico Análisis de cash-flow Apalancamiento financiero Apalancamiento Financiero Continuación Estructura Legal de la Empresa Conclusiones	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas web, Cd's.	El costo para este tema propuesto se estipula en \$ 988
<b>Tema 7. Tributaria</b>	<b>Tiempo</b>	<b>Herramientas</b>	<b>Costos</b>
*Presupuesto general del estado *Que es un tributo *Características de los tributos *Impuestos y su clasificación *Clases de tributos	El tiempo que se estima para dar a conocer este tema, es de una semana, dividida en tres	Las herramientas que se deben manejar para este tipo de personas de educación	El costo para este tema propuesto se

<ul style="list-style-type: none"> <li>*Las obligaciones tributarias</li> <li>*Que es el servicios de rentas Internas</li> <li>*Deberes formales de la sociedad</li> <li>*RUC</li> <li>*Determinación de la actividad económica</li> <li>*Documentos que maneja el SRI</li> <li>*El ilícito tributario</li> <li>*Impuesto al valor agregado</li> <li>*Impuesto a las renta</li> <li>*Manejo del DIMM</li> <li>*Manejo del sistema de SRI</li> <li>*Derecho y deberes de la sociedad</li> </ul>	<p>sesiones o reuniones que dispongan los técnicos y capacitadores en emprendimiento.</p>	<p>secundaria y educación superior son: diversidad de documentos impresos y digitales, internet, páginas web, Cd's.</p>	<p>estipula en \$ 988</p>
--	---	---	---------------------------

**Elaborado por:** William Morillo

## VI. BIBLIOGRAFÍA

Arrayanes J. (2007). *Tu Potencial Emprendedor*, México: Primera Edición.

Adalberto C. (2009). *Gestión del talento humano: Capacitación*, México.

Álvaro U. (2006). *Ley 1014 2006: De fomento a la cultura del emprendimiento*, Colombia.

Amaru, A. (2008). *Administración para emprendedores*, México: Editorial Person.

Armstrong, K. (2010). *Fundamentos de marketing*, México: Octava Edición. Person.

Asamblea N. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*, Ecuador.

Asamblea N. (2010). *La constitución de la república del Ecuador*, Ecuador.

Business W. (2009) *Plan de acción estratégico: Plan de acción estratégico*, México.

Consejo N. (2009). *Plan nacional del buen vivir. Objetivo 11*, Ecuador.

Cortes, U. (2001). *Ciencia de educación para adultos*, Andrología, Ecuador: Primera Edición.

Calleja, J. (2003). *Contabilidad administrativa*, México: Primera Edición.

COOTAD. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización*, Ecuador.

Coulter, R. (2005). *Administración*, México: Octava Edición. Person.

Chiavenato, I. (2008). *Introducción a la teoría general de la administración*, México: Tercera Edición.

Daniel R. (2007). *Investigación de mercado: definición de Marketing*, México: Segunda Edición.

Daniel B, (2012). *Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo*, UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, Milagro-Ecuador.

Elizabeth A. (2011). *Educación en emprendimiento, en la universidad ecuatoriana: estado y oportunidades de mejora*, ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL), Ecuador.

Edison P. (2012). *Fortalecimiento de emprendimientos productivos generadores de valor agregado en la provincia del Carchi*: Gobierno autónomo descentralizado provincial del Carchi, Tulcán-Ecuador.

Emprende E. (2011). *Cimientos de emprendimientos en Ecuador*, Ecuador.

Enrique, Henao, V. (2011). *Contabilidad sistema de información para las organizaciones*, Colombia: Sexta Edición.

Greg B. (2008). *Como preparar un plan de negocio exitoso*, México.

Koontz W. (2008). *Administración un perspectiva global y empresarial: definición de administración*, México: Décima Edición.

Leiva, J. (2012). *Los emprendedores y la creación de empresas*, Costa Rica.

Montero, j. (2011). *Emprendedores*, Ecuador: Edición el consejo.

Ochoa, G. (2012). *Administración financiera correlación con las NIF*, México: Tercera Edición.

Reyes, A. (2006). *Administración de empresas teoría y práctica*, México: Segunda Editorial.

Rene, Y. (2008). *Guía del emprendimiento*, Carchi-Ecuador: Edición CEFORCOM.

Red R. (2012). *Guía del emprendimiento para crear tu empresa*, Nariño-Colombia.

Rafael A. (2011). *Emprendedor éxitos: Trabajo en equipo y características del emprendedor*, México. Primera Edición.

## LINKOGRAFÍA

Amado, P. (2013). *Definiciones, objetivo, importancia y características de la administración*. Recuperado el seis de Mayo del 2013 de [http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/definicionadministracion/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/definicionadministracion/).

Aguilar, H. (2006). *Tipos de negocios y sus características*. Recuperado el ocho de Mayo del 2013 de <http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/negociacion-conceptos-conocimientos-y-herramientas.htm>.

Araújo, M. (2010). *Definición del orientación al cliente*. Recuperado el cinco de Mayo de 2013, de <http://www.eventplannerspain.com/noticias-eventos-Espa%C3%B1a/1369/Orientaci%C3%B3n-al-cliente>.

Aracil. (2012). *Definiciones de modelo*. Recuperado el tres de Mayo del 2013 de [http://www6.uniovi.es/~feli/CursoMDT/Tema\\_1.pdf](http://www6.uniovi.es/~feli/CursoMDT/Tema_1.pdf).

Arroyos R. (2004). *Definiciones y diferencias de teorías de emprendimiento*. Recuperado el dos de Junio del 2014 de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>.

Brizas. (2010). *Definiciones y características de empoderamiento*. Recuperado el veintiuno de Mayo del 2013 de <http://brizas.wordpress.com/2010/10/05/definicion-de-conceptos-empoderamiento-i/>.

Bicgalicia. (2008). *Que es innovación*. Recuperado el 13 de Enero del 2014 de [http://www.bicgalicia.es/MEMOFICHAS/web/comunes/editor/salida/Fich449\\_esp.htm](http://www.bicgalicia.es/MEMOFICHAS/web/comunes/editor/salida/Fich449_esp.htm).

Gonzales, D. (2010). *Tecnología en las empresas*. Recuperado el dieciséis de Junio del 2013 de <http://www.eumed.net/ce/2010a/hdgr.htm>.

Castillo, H. (2013). *Definiciones de Joseph Schumpeter en emprendimiento*. Recuperado el diez de Junio del 2013, de [http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/Emprendimiento/estado\\_arte\\_emprendimiento.pdf](http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/Emprendimiento/estado_arte_emprendimiento.pdf).

Calla, B. (2010). *Desarrollo de las personas*. Recuperado el veinte de Junio del 2013 de <http://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20101031122023AA6LFAo>.

Ceemp. (2013). *Objetivos de un modelo de formación*. Recuperado el tres de Junio del 2013 de <http://ceemp.org/universidad/curso-de-emprendimiento-e-innovacion-tecnologica/>.

David, (2013). *Estado de resultados y las cuentas financieras*. Recuperado el catorce de Julio del 2013, de <http://tusclasesonline.bligoo.com.mx/concepto-de-estado-de-resultado-y-sus-cuentas>.

Dehter, M. (2009). *La formación emprendedora*. Recuperado el dos de Julio del 2013 de [http://mariodehter.com/aprender/que-es-la-formacion-de-emprendedores\\_3303/#sthash.tySZyPyo.dpuf](http://mariodehter.com/aprender/que-es-la-formacion-de-emprendedores_3303/#sthash.tySZyPyo.dpuf).

Definiciones. (2014). *Infraestructura empresarial*. Recuperado el 15 de Enero del 2014 de <http://www.definicionabc.com/general/infraestructura.php#ixzz33Y7W5XVr>.

Educar, Chile. (2013) *Resolución de problemas*. Recuperado el dos de Julio del 2013 de [http://www.educarchile.cl/UserFiles/P0029/File/Objetos\\_Didacticos/TPEmpleabilidad/modulo6/Recursos\\_conceptuales\\_RESOLUCION\\_PROBLEMAS\\_%20APLICAR\\_ALTERNATIVAS\\_DE\\_SOLUCION.pdf](http://www.educarchile.cl/UserFiles/P0029/File/Objetos_Didacticos/TPEmpleabilidad/modulo6/Recursos_conceptuales_RESOLUCION_PROBLEMAS_%20APLICAR_ALTERNATIVAS_DE_SOLUCION.pdf).

Eco, Finanzas. (2013). *Definición de capital e infraestructura*. Recuperado el siete de Julio del 2013 de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/C/CAPITAL.htm>.

Feliciano. (2009). *Definiciones de emprendimiento*. Recuperado el dos de septiembre del 2014 de <http://es.slideshare.net/joseanfg/emprendedores-1952828>.

Gerencie. (2010). *Definición de flujo de efectivo*. Recuperado el nueve de Julio del 2013 de <http://www.gerencie.com/estado-de-flujos-de-efectivo.html>.

Gregorio, H. (2008). *Desarrollo empresarial*. Recuperado el catorce de mayo del 2013 de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2008/hgg.htm>.

Gonzales, D. (2010). *Definición de tecnología*. Recuperado el doce de noviembre de 2013, de <http://www.eumed.net/ce/2010a/hdgr.htm>.

Jhoana, A. (2013). *La productividad*. Recuperado el siete de Junio del 2013 de <http://es.scribd.com/doc/3336115/Productividad-de-Administracion>.

Jorge R. (2009). Aula virtual UPEC, *Emprendimiento*. Recuperado el trece de Junio del 2013 de <http://periscopio.bligoo.com>.

Krell, H. (2012). *Pensamiento estratégico organizacional*. Recuperado el cinco de Junio del 2013 de <http://www.ilvem.com/shop/otraspaginas.asp?paginanp=348>.

Kim, W. (2008). *Gestión de Calidad e innovación*. Recuperado el Enero del 2014 de [http://bpa.peru-v.com/innovacion\\_empresarial.htm](http://bpa.peru-v.com/innovacion_empresarial.htm).

Luna. (2008). *Definición de educación para el trabajo y el desarrollo*. Recuperado el nueve de Abril del 2014 de [http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/articulos157798\\_archivo\\_pdf.unknown](http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/articulos157798_archivo_pdf.unknown)

Nassif, R. (2012). *Educación para adultos*. Recuperado el cuatro de Julio del 2013 de [http://www.capitannemo.com.ar/educacion\\_para\\_adultos.htm](http://www.capitannemo.com.ar/educacion_para_adultos.htm).

Ortega, L. (2013). *Gestión del talento humano*. Recuperado el veintidós de Julio del 2013 de <http://talentohumanofaba2013.blogspot.com/2013/03/definicion-de-talento-humano.html>.

Rodríguez O, Aula virtual UPEC, Jorge C, (2007). *Noticias Financieras*. Recuperado el cinco de Julio del 2013 de <http://search.proquest.com/docview/>.

Rosero A. Aula virtual UPEC, Celina T, Claudia M, Hernán G, (2008), *Modelo de emprendimiento*. Recupero el trece de Julio de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/>.

Sevilla, M. (2013). *Las 7 p de marketing*. Recuperado el cuatro de Junio del 2013, de <http://www.ticrevolution.com/blog/index.php/2013/04/08/las-7-p-del-marketing-y-tu-proyecto-o-negocio/>.

Stevenson, H. (2013). *Definición de emprendimiento de Howard Stevenson*. Recuperado el tres de Septiembre del 2014, de <http://www.esencialblog.es/la-mejor-definicion-de-lo-que-es-un-emprendedor/>.

Sistema educativo de Ecuador. (2008). *Tipos de educación de Ecuador*. Recuperado el quince de Abril del 2013, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema\\_educativo\\_de\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_educativo_de_Ecuador).

Sarmiento, J. (2013). *Formación emprendedora*. Recuperado el dos de Agosto del 2013 de <http://capacitaciondepersonalaxon.com/formacion-empresarial-plan-de-formacion-empresarial-actual-i/#sthash.idArVv8C.dpuf>.

Slideshare. (2012). *Orientación a resultados*. Recuperado de once de abril de 2013 de <http://www.slideshare.net/elbrodelche/orientacion-al-resultado>.

Soto, C. (2012). *Definición de trabajo de equipo*. Recuperado el tres de marzo del 2013 de <http://psicologosenlinea.net/1678-que-es-trabajo-en-equipo-definicion-de-trabajo-en-equipo-las-ventajas-que-este-tiene-y-los-pasos-para-que-un-equipo-funcione-mejor.html>.

Sánchez, F. (2010). *Andrología*. Recuperado el diez de octubre del 2013 de <http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/021123224856.html>.

Schumpeter. (2013). *Definición de emprendimiento*. Recuperado el tres de septiembre del 2013 de [http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph\\_Alois\\_Schumpeter](http://es.wikipedia.org/wiki/Joseph_Alois_Schumpeter).

Thompson, I. (2006). *Definición de marketing según diversos autores*. Recuperado el once de noviembre de 2013, de <http://www.marketing-free.com/articulos/definicion-marketing.html>.

Torres, M. (2011). *Tipos de instituciones de tercer nivel*. Recuperado el dieciséis de octubre del 2013, de <http://es.scribd.com/doc/46434801/El-sistema-educativo-del-Ecuador>.

Universidad de Cádiz. (2013). *Definición de iniciativa*. Recuperado el dos de Octubre del 2013 de [http://csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com\\_content&view=article&id=148:iniciativa&catid=55:competencia](http://csintranet.org/competenciaslaborales/index.php?option=com_content&view=article&id=148:iniciativa&catid=55:competencia).

Unal, Edu. (2013). *Fundamentos de la administración*. Recuperado el seis de Octubre de 2013 de [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%201/cap1\\_c.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%201/cap1_c.htm).

Unesco. (2013). *Contexto de educación de adultos*. Recuperado el diez de octubre del 2013 de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001494/149413s.pdf>.

USAID, (2008), *Microempresas y micro finanzas de Ecuador*. Recuperado el dos de Mayo del 2013 [http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1131636604206\\_Microenterprises\\_and\\_microfinance\\_in\\_Ecuador\\_es.pdf](http://www.ruralfinance.org/fileadmin/templates/rflc/documents/1131636604206_Microenterprises_and_microfinance_in_Ecuador_es.pdf)

Viteri, G. (2008). *La educación en el Ecuador*. Recuperado el veinte de Octubre del 2013 de [http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5953/31/Capitulo%201%20\\_%20La%20educaci%C3%B3n.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/5953/31/Capitulo%201%20_%20La%20educaci%C3%B3n.pdf).

Zoilaplacencio. (2013). *Características de la administración*. Recuperado el diecisiete de marzo del 2013 de <http://www.zoilaplacencio.8m.net/Tema4.htm>.

**VII. ANEXOS**  
**ANEXO No. 1 Tabla No. 44 Cronograma**

Actividad	Tiempo											
	Meses			Meses			Meses			Meses		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>OBJETIVO 1</b>												
Fundamentar teórica y bibliográficamente los temas relacionados con la formación de emprendedores y el desarrollo de las microempresas.												
1. Consulta bibliográfica sobre temas relacionados con el emprendimiento.												
2. Consulta de la influencia del nivel de conocimientos de los emprendedores y la incidencia dentro del desarrollo de las microempresas.												
3. Lectura y análisis de la información obtenida.												
4. Redacción del marco teórico con la aplicación de normas APA.												
<b>OBJETIVO 2</b>												
Investigar el grado de conocimientos que tienen los emprendedores y su incidencia en el desarrollo micro empresarial.												
5. Investigar los procesos de seguimientos y asesoramientos que realizan el Gobierno provincial a los emprendedores.												
6. Investigar y analizar los programas que generan el Gobierno Provincial para dar vida a las microempresas.												
7. Investigar el nivel de conocimientos de los emprendedores, y como inciden en el crecimiento micro empresarial.												
8. Aplicación de técnicas como la encuesta, entrevista y observación en la recolección de información.												
9. Recopilación de información investigada, análisis e interpretación de datos.												
<b>OBJETIVO 3</b>												
Diseñar un modelo de formación para emprendedores que son apoyados por el GADPC.												
10. Conocer la estructura de un modelo de formación para emprendedores.												
11. Diseñar y elaborar los modelos de formación para emprendedores.												
12. Retroalimentación del proyecto de tesis.												
13. Presentación final de la tesis realizada.												

Elaborado por: William Morillo

## ANEXO No. 2 Presupuesto

A continuación se detalla el presupuesto y los recursos utilizados en la elaboración del presente trabajo de tesis.

**Tabla No. 45 Presupuesto**

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor \$</b>
1. Investigación bibliográfica	Utilización de recursos investigativos.	50
2. Recursos computacionales y software	Pago por la adquisición y utilización de software computacionales en la elaboración del proyecto de tesis.	50
3. Adquisición de libros, revistas y folletos.	Pago de libros, revistas y folletos adquiridos para la realización del proyecto de tesis.	50
4. Estudio de emprendimientos.	Participación en proyectos y programas generados por el GADPC sobre emprendimientos.	50
5. Visitas técnicas	Visitas a emprendimientos con personal técnico del GADPC.	80
6. Transporte	Pago de movilización terrestre.	100
7. Alimentación	Pago de alimentos y bebidas.	100
8. Suministros y materiales de oficina, anillados y copias.	Pago por materiales de oficina, copias y anillados adquiridos en la elaboración del proyecto de tesis.	200
9. Adquisición de información sobre guías de emprendimiento.	Pagos por las compras de guías, revistas, folletos sobre emprendimiento.	70
10. Estructuración del modelo de formación	Elaboración del modelo de formación para emprendedores.	30
12. Retroalimentación del proyecto de tesis	Revisión total del proyecto de tesis con sus respectivos ajustes.	20
11 Producto final	Impresión y empastado de tesis.	200
<b>TOTAL</b>		<b>1000</b>

Elaborado por: William Morillo

## ANEXO No. 3

### ENCUESTA

	<b>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI</b> <b>ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING</b> <b>ENCUESTA</b>				
<b>Objetivo:</b> Determinar el grado de conocimientos que tienen los emprendedores, y cómo influye en el desarrollo de las microempresas apoyados por el Gobierno autónomo descentralizado provincial del Carchi.					
<b>DATOS GENERALES</b>					
Nombre de la empresa:		Tiempo de funcionamiento: Años: <input type="text"/> Meses: <input type="text"/>			
Nombre del representante, gerente o propietario:					
<b>NIVEL DE CONOCIMIENTOS EN EDUCACIÓN FORMAL, EDUCACIÓN NO FORMAL Y EDUCACIÓN INFORMAL</b>					
1. Marque con una X o <input checked="" type="checkbox"/> el nivel de estudios aprobados.					
Primaria <input type="checkbox"/>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Educación superior: Técnico <input type="checkbox"/> Ingeniería <input type="checkbox"/>			
		Tecnología <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/>			
		Licenciatura <input type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/>			
2. Marque con una X o <input checked="" type="checkbox"/> los cursos y capacitaciones adquiridos en los siguientes temas:					
Finanzas <input type="checkbox"/>	Tributaria <input type="checkbox"/>	Administración <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/>			
Marketing <input type="checkbox"/>	Emprendimiento <input type="checkbox"/>	Recurso Humanos <input type="checkbox"/> Plan de Negocio <input type="checkbox"/>			
3. De acuerdo con la selección de los temas de capacitación recibidos, (Preguntas 2) califique de mayor a menor los 4 principales temas que le han sido más útiles e importantes en su ámbito laboral, y que le han generado mayor beneficio para su empresa. Siendo 1 el más importante y 4 el de menor importancia.					
Finanzas <input type="checkbox"/>	Tributaria <input type="checkbox"/>	Administración <input type="checkbox"/> Producción <input type="checkbox"/>			
Marketing <input type="checkbox"/>	Emprendimiento <input type="checkbox"/>	Recurso Humanos <input type="checkbox"/> Plan de Negocio <input type="checkbox"/>			
4. Ordene de mayor a menor los 3 medios por los cuales ha adquirido autoeducación, entendiéndola a esta como la adquisición de conocimientos individuales. Siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.					
Internet <input type="checkbox"/>	Documentos <input type="checkbox"/>	Multimedia <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Ninguno <input type="checkbox"/>			
5. Tomando en cuenta las cuatro preguntas anteriores, ordene de mayor a menor las principales fuentes de capacitación que han sido más efectivas para adquirir conocimiento. Siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.					
Educación formal (Instituciones educativas) <input type="checkbox"/>					
Educación no formal (Cursos y capacitaciones) <input type="checkbox"/>					
Autoeducación (Aprendizaje individual) <input type="checkbox"/>					
6. De acuerdo a la siguiente lista de temas, califique de mayor a menor los 6 temas que cree que son los más importantes que debe conocer o aprender, para la puesta en práctica en su ámbito laboral. Siendo 1 el más importante y 6 el de menor importancia.					
Marketing { <input type="checkbox"/> }	Tributaria { <input type="checkbox"/> }	Tecnología { <input type="checkbox"/> } Procesos productivos { <input type="checkbox"/> }			
Administración { <input type="checkbox"/> }	Emprendimiento { <input type="checkbox"/> }	Recursos Humanos { <input type="checkbox"/> } Informática { <input type="checkbox"/> }			
Finanzas { <input type="checkbox"/> }	Planes de negocio { <input type="checkbox"/> }	Ventas { <input type="checkbox"/> } Toma de decisiones { <input type="checkbox"/> }			
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>					
7. De acuerdo a los siguientes valores monetarios, indique como han aumentado sus inversiones en los últimos 5 años.					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No se ha realizado reinversiones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 0 a \$ 4.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 4.001 a \$ 8.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 8.001 a \$ 12.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sus reinversiones anuales superan más de \$ 12.000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Determine cuantos productos o servicios nuevos ha incrementado o ha incorporado en su negocio en los últimos 5 años.					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No se ha incorporado producto o servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se ha incorporado de 1 a 3 productos o servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se ha incorporado de 4 a 6 productos o servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se ha incorporado de 7 a 9 productos o servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se ha incorporado más de 10 productos o servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Indique la utilización de medios de comunicación, para dar a conocer los productos y servicios ofertados en su negocio en los últimos 5 años.					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No utilizo ningún medio de comunicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizo medios de comunicación masiva (Radio, TV, prensa).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizo medios de comunicación directa (recomendaciones, mensajes de texto, internet etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Utilizo medios de comunicación masiva y directa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>10. Determine como ha cambiado el lugar de comercialización de sus productos y servicios en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No ha cambiado mi lugar de ventas de mis productos o servicios	<input type="checkbox"/>				
Vendo mis productos o servicios en toda la provincia	<input type="checkbox"/>				
Vendo mis productos o servicios nacionalmente	<input type="checkbox"/>				
Vendo mis productos o servicios internacionalmente	<input type="checkbox"/>				
<b>11. Indique como ha crecido sus clientes fijos en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No han aumentado mis clientes fijos	<input type="checkbox"/>				
Aumentaron entre el valor inicial hasta duplicarse	<input type="checkbox"/>				
Aumentaron entre el valor duplicado hasta triplicarse	<input type="checkbox"/>				
Aumentaron entre el valor triplicado hasta cuadruplicarse	<input type="checkbox"/>				
<b>12. Determine el crecimiento de su maquinaria y equipos en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No se ha adquirido maquinarias y equipos	<input type="checkbox"/>				
Se ha adquirido de 1 a 3 máquinas y equipos	<input type="checkbox"/>				
Se ha adquirido de 4 a 6 máquinas y equipos	<input type="checkbox"/>				
Se ha adquirido de 7 a 9 máquinas y equipos	<input type="checkbox"/>				
Se ha adquirido más 10 máquinas y equipos	<input type="checkbox"/>				
<b>13. Determine su mejoramiento administrativo en relación a su planificación en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No se realiza planificación	<input type="checkbox"/>				
Se realiza planificación y se establecen metas y objetivos	<input type="checkbox"/>				
Se establecen metas y objetivos y se pone en marcha procesos administrativos	<input type="checkbox"/>				
Los procesos administrativos son efectivos para cumplir con las metas y objetivos.	<input type="checkbox"/>				
<b>14. Determine el nivel de cumplimiento de sus metas y objetivos en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
Se logra cumplir las metas y objetivos del 0% al 33%	<input type="checkbox"/>				
Se logra cumplir las metas y objetivos del 34% al 66%	<input type="checkbox"/>				
Se logra cumplir las metas y objetivos del 67% al 100%	<input type="checkbox"/>				
<b>15. Indique el ingreso o crecimiento de personal en su negocio en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No han ingresado personal	<input type="checkbox"/>				
Se han incorporado de 1 a 5 personas	<input type="checkbox"/>				
Se han incorporado de 6 a 10 personas	<input type="checkbox"/>				
Se han incorporado de 11 a 20 personas	<input type="checkbox"/>				
Se han incorporado mas de 20 personas	<input type="checkbox"/>				
<b>16. Indique el crecimiento de su producción o fabricación de su producto principal en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No aumentado mi producción	<input type="checkbox"/>				
Aumentaron entre el valor inicial hasta duplicarse	<input type="checkbox"/>				
Aumentaron entre el valor duplicado hasta triplicarse	<input type="checkbox"/>				
Aumentaron entre el valor triplicado hasta cuadruplicarse	<input type="checkbox"/>				
<b>17. Determine si su negocio cuenta con infraestructura, y como ha ido creciendo en los últimos 5 años.</b>					
	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No contaba con infraestructura	<input type="checkbox"/>				
Si cuento con infraestructura propia	<input type="checkbox"/>				
Cuento con infraestructura propia y se logró duplicar el tamaño	<input type="checkbox"/>				
Cuento con infraestructura propia y se logró triplicar el tamaño	<input type="checkbox"/>				

**GRACIAS PO SU COLABORACIÓN**

## ANEXO No. 4

### ENTREVISTA

	<p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI</b> ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING <b>ENTREVISTA</b></p> <p><b>Objetivo:</b> Determinar el grado de conocimientos que tienen los emprendedores, y cómo influye en el desarrollo de las microempresas, en los negocios apoyados por el Gobierno autónomo descentralizado provincial del Carchi.</p>	
<b>DATOS GENERALES</b>		
<b>NOMBRE DEL ENTREVISTADO:</b>		
<b>NIVEL DE CONOCIMIENTOS DE EMPRENDEDORES</b>		
<b>1. De acuerdo con su experiencia laboral en el GADPC, determine qué nivel de conocimientos administrativos empresariales pueden tener los emprendedores y representantes de las microempresas.</b>		
..... ..... ..... ..... .....		
<b>2. Determine como se ha ido generando la implementación de conocimientos empresariales en el ámbito laboral por parte de los emprendedores o representantes de los negocios, en los últimos 5 años.</b>		
..... ..... ..... ..... .....		
<b>3. De acuerdo a su experiencia laboral en el GADPC, determine cuáles serían los 4 principales temas que deberían conocer y aprender los emprendedores y microempresarios del Carchi.</b>		
1..... 2..... 3..... 4.....		
<b>DESARROLLO EMPRESARIAL</b>		
<b>4. De acuerdo a sus expectativas, determine si los representantes de los negocios realizan estrategias empresariales.</b>		
..... ..... ..... .....		
<b>5. De acuerdo a sus expectativas, como ha visto el crecimiento y desarrollo de los negocios en los últimos 5 años.</b>		
..... ..... ..... .....		
<b>6. En qué porcentaje de crecimiento calificaría usted a los microempresarios, en estos últimos 5 años.</b>		
..... ..... ..... .....		
<b>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</b>		

**ANEXO No. 5 PONDERACIÓN REALIZADA EN LA PREGUNTA  
No. 3 DE LA ENCUESTA APLICADA.**

**3.4.1. Descripción general de la ponderación realizada en la pregunta número 3, utilizando un ejemplo de menor complejidad para su explicación.**

A continuación se dará a conocer el proceso de ponderación que se llevó a cabo en la pregunta número 3, para determinar correctamente los 4 mejores temas recibidos en capacitaciones.

**Paso 1**

En la pregunta número 3, los encuestados debieron calificar de mayor a menor a los 4 mejores temas que han adquirido y que les ha sido más útiles e importantes en su ámbito laboral. Ellos calificaron con el valor de 1 al tema que creen que es la más importante y con el valor de 4 al tema que es él menos importante.

Ejemplo de una calificación de un encuestado, en los siguientes temas:

Finanzas (1)	Tributaria (3)	Producción (4)
Administración ( )	Marketing (2)	

Como podemos ver, el encuestado dice que, finanzas es el tema de mayor importancia, seguido de marketing, luego el tema tributario, y por último la producción.

**Paso 2**

Una vez que todos los encuestados calificaron los temas, según su importancia de mayor a menor, se procede a agrupar la información obtenida, para realizar ordenadamente el conteo de acuerdo a sus calificaciones.

Para poder explicar correctamente este pasó, se tomará a 4 personas encuestadas y se definirá los resultados obtenidos en ellos.

<b>Tabla No. 46 Anexo 5. Calificaciones: 1 el tema más importante, y 4 de menor importancia.</b>				
Encuestado 1°	Finanzas	Marketing	Tributaria	Producción
Encuestado 2°	Administración	Producción	Ventas	Emprendimiento
Encuestado 3°	Finanzas	Tributaria	Producción	Marketing
Encuestado 4 °	Marketing	Producción	Ventas	Emprendimiento
	<b>Materias Calificadas con valor de 1</b>	<b>Materias Calificadas con valor de 2</b>	<b>Materias Calificadas con valor de 3</b>	<b>Materias Calificadas con valor de 4</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos ver en la tabla No. 46, en la segunda columna de calificación 1, se puede establecer que dos personas votaron por finanzas, mientras que administración y marketing se encuentran votadas por una sola persona.

En las materias calificadas con valor 2, podemos ver qué producción es el tema que tiene mayor votación seguido de marketing y tributaria con votaciones de una sola persona.

En la columna siguiente, tenemos a ventas como el tema más votado, seguido de tributaria y producción, que fueron votadas por una sola persona, y finalmente la calificación 4, donde emprendimiento es el tema más votado por dos personas seguido de producción y marketing que fueron temas votados por una sola persona.

De esta forma podemos obtener los resultados de las 4 personas encuestadas con respecto a la diversidad de temas obtenidos en cursos y capacitaciones, tomando en cuenta la importancia que generan estos temas para ellos.

A continuación se dará a conocer los resultados obtenidos en las calificaciones por materias.

<b>Tabla No. 47 Anexo 5. Votaciones de las 4 personas en diferentes temas.</b>		
<b>Calificaciones</b>	<b>Materias</b>	<b>Número de votantes</b>
Materias de calificación 1	Finanzas Administración Marketing	2 Personas 1 Personas 1 Personas
Materias de calificación 2	Marketing Producción Tributaria	1 Personas 2 Personas 1 Personas
Materias de calificación 3	Tributaria Producción Ventas	1 Personas 1 Personas 2 Personas
Materias de calificación 4	Producción Emprendimiento Marketing	1 Personas 2 Personas 1 Personas

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

### **Paso 3**

Una vez obtenido los resultados de las encuestas, se procede a ponderar los temas de capacitación tomando en cuenta las calificaciones de los encuestados. Donde la calificación 1 tiene mayor importancia por ende tendrá mayor puntuación, y 4 es la menor calificación por tanto tendrá la menor puntuación, tal y como se describe en la siguiente tabla:

<b>Tabla No. 48 Anexo 5. Ponderación de las calificaciones 1, 2, 3 y 4.</b>	
<b>Calificaciones de los encuestados</b>	<b>Ponderación de los valores</b>
La calificación 1	Es igual a 4 puntos
La calificación 2	Es igual a 3 puntos
La calificación 3	Es igual a 2 puntos
La calificación 4	Es igual a 1 puntos

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Una vez entendido los 3 primeros pasos se realiza la ponderación final, con sus respectivos cálculos, tomando en cuenta las calificaciones de los encuestados, el número de votaciones por materia y la valoración numérica que tienen las calificaciones.

<b>Tabla No. 49 Anexo 5. Ponderación de las materias más representativas.</b>					
<b>Materias</b>	Calificación encuestados	Ponderación	Número de votantes	Ponderación x N° de votantes	Tota
Finanzas	1	4	2	4 x 2 = 8	8
Administración	1	4	1	4 x 1 = 4	4
Marketing	1	4	1	4 x 1 = 4	4
Marketing	2	3	1	3 x 1 = 3	3
Producción	2	3	2	3 x 2 = 6	6
Tributaria	2	3	1	3 x 1 = 3	3
Tributaria	3	2	1	2 x 1 = 2	2
Producción	3	2	1	2 x 1 = 2	2
Ventas	3	2	2	2 x 2 = 4	4
Producción	4	1	1	1 x 1 = 1	1
Emprendimiento	4	1	2	1 x 2 = 2	2
Marketing	4	1	1	1 x 1 = 1	1

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

De esta forma se logra obtener los 4 temas con mayor puntuación, tal como lo muestro a continuación:

1. **Finanzas** con un total de 8 puntos
2. **Producción** con un total de 6 puntos
3. **Administración** con un total de 4 puntos
4. **Marketing** con un total de 4 puntos

Es así como se logra determinar con mayor precisión los 4 mejores temas adquiridos en cursos y capacitaciones por parte de los gerentes y representantes de los negocios, y que estos temas a su vez les han generado mayor beneficio en su vida profesional y laboral.

## **ANEXO No. 6 PONDERACIÓN REALIZADA EN LA PREGUNTA No. 4, EN LA ENCUESTA APLICADA.**

### **Descripción general de la ponderación realizada en la pregunta número 4, utilizando un ejemplo de menor complejidad para su explicación.**

A continuación se dará a conocer el proceso de ponderación que se llevó a cabo en la pregunta número 4, para determinar correctamente los 3 medios por los cuales los representantes y gerentes obtienen su autoeducación enfocada a enriquecer sus conocimientos.

#### **Paso 1**

En la pregunta número 4, los encuestados debieron calificar de mayor a menor, a los 3 medios más utilizados para su autoeducación, en donde el valor de 1 es el medio más utilizado y 3 el menos frecuente.

Ejemplo de una calificación de un encuestado, en los siguientes medios de autoeducación:

Documentos (1) Internet (2) Multimedia ( ) televisión (3) Radio ( )

Como podemos ver, el encuestado establece que la opción documentos, es el medio más común para realizar su autoeducación, seguido del Internet, y por último a la televisión como el medio menos utilizado por parte de los encuestados.

#### **Paso 2**

Una vez que todos los encuestados calificaron los medios de autoeducación según su importancia, de mayor a menor, se procede a agrupar la información obtenida, para realizar ordenadamente el conteo de acuerdo a sus calificaciones.

Para poder explicar correctamente este paso, se tomará en cuenta a 4 personas encuestadas y se definirá los resultados obtenidos en ellos.

<b>Tabla No. 50 Anexo 6. Calificaciones: 1 el más importante y 3 de menor importancia.</b>			
<b>Encuestado 1°</b>	Documentos	Multimedia	Televisión
<b>Encuestado 2°</b>	Televisión	Internet	Multimedia
<b>Encuestado 3°</b>	Documentos	Documentos	Documentos
<b>Encuestado 4°</b>	Internet	Internet	Televisión
	<b>Herramientas de autoeducación calificados con valor de 1</b>	<b>Herramientas de autoeducación calificados con valor de 2</b>	<b>Herramientas de autoeducación calificados con valor de 3</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos ver en la tabla No. 50, en la columna de calificación 1, se observa que dos personas votaron por documentos, mientras que internet y televisión se encuentran votadas por una sola persona. En la calificación 2, podemos ver que internet es el medio que obtuvo mayor votación, seguido de documentos y multimedia con votaciones de una sola persona, finalmente tenemos en la cuarta columna de calificación 3, donde televisión es el medio más votado y utilizado por los encuestados, seguido de documentos y multimedia que fueron los medios de auto educación votados por una sola persona.

De esta forma podemos obtener los resultados de las 4 personas encuestadas con respecto a la diversidad de medios de autoeducación que utilizan normalmente.

A continuación se dará a conocer los resultados obtenidos en las calificaciones, para cada medio de autoeducación.

<b>Tabla No. 51 Anexo 6. Votaciones para los medios de autoeducación.</b>		
<b>Calificaciones</b>	<b>Medios utilizados para auto educarse.</b>	<b>Número de votantes</b>
Medios calificados con valor 1	Documentos Televisión Internet	2 Personas 1 Personas 1 Personas
Medios calificados con valor 2	Multimedia Internet Documentos	1 Personas 2 Personas 1 Personas
Medios calificados con valor 3	Televisión Documentos Multimedia	1 Personas 1 Personas 2 Personas

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Paso 3.** Una vez obtenido los resultados de las encuestas, se procede a ponderar. La calificación 1 tiene mayor importancia, por ende tendrá mayor ponderación, y 3 es la menor calificación por tanto tendrá la menor puntuación, tal y como se describe en la siguiente tabla:

<b>Tabla No. 52 Anexo 6. Ponderación de las calificaciones 1, 2 y 3.</b>	
<b>Calificaciones de los encuestados</b>	<b>Ponderación de los valores</b>
La calificación 1	Es igual a 3 puntos
La calificación 2	Es igual a 2 puntos
La calificación 3	Es igual a 1 puntos

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Una vez entendido los 3 primeros pasos se procede a realizar la ponderación final con sus respectivos cálculos, tomando en cuenta a las calificaciones de los encuestados.

<b>Tabla No. 53 Anexo 6. Ponderación de los medios utilizados en la autoeducación.</b>					
<b>Medios para auto educarse</b>	Calificación encuestados	Ponderación	Número de votantes	Ponderación x N° de votantes	Tota
Documentos	1	3	2	$3 \times 2 = 6$	6
Televisión	1	3	1	$3 \times 1 = 3$	3
Internet	1	3	1	$3 \times 1 = 3$	3
Multimedia	2	2	1	$2 \times 1 = 2$	2
Internet	2	2	2	$2 \times 2 = 4$	4
Documentos	2	2	1	$2 \times 1 = 2$	2
Tributaria	3	1	1	$1 \times 1 = 1$	1
Documentos	3	1	1	$1 \times 1 = 1$	1
Multimedia	3	1	2	$1 \times 2 = 2$	2

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

De esta forma se logra obtener con exactitud a los 3 medios más utilizados para auto educarse, dándonos como resultado los siguientes temas:

1. **Documentos** con un total de 6 puntos
2. **Internet** con un total de 4 puntos
3. **Televisión** con un total de 3 puntos

Es así como se logra determinar con mayor precisión a los 3 medios más utilizados para auto educarse, por parte de los gerentes y representantes de los negocios, y que estos medios a su vez les han generado mayor provecho, ya que llenan y enriquecen sus conocimientos.

## **ANEXO No. 7 PONDERACIÓN REALIZADA EN LA PREGUNTA No. 5, DE LA ENCUESTA APLICADA.**

### **5.1.2 Descripción general de la ponderación realizada en la pregunta número 5, utilizando un ejemplo de menor complejidad para su explicación.**

A continuación se dará a conocer el proceso de ponderación que se llevó a cabo en la pregunta número 5.

#### **Paso 1**

En la pregunta número 5, los encuestados debieron calificar de mayor a menor a los 3 tipos de educación propuestos. Donde el valor de 1 corresponde el tipo de educación más efectivo y 3 al tipo de educación menos efectivo.

Ejemplo de una calificación de un encuestado, en los siguientes tipos de educación:

Educación formal (1) Educación no formal (2) Autoeducación (3)

Como podemos ver, el encuestado dice que la educación formal es la mejor forma de adquirir conocimientos, seguido de la educación no formal y por último tenemos a la autoeducación como el medio menos frecuente para adquirir conocimientos.

#### **Paso 2**

Una vez que todos los encuestados calificaron los 3 tipos de educación según su importancia de mayor a menor, se procede a agrupar la información obtenida, para realizar ordenadamente el conteo de acuerdo a sus calificaciones. Para poder explicar correctamente este paso, se tomará en cuenta a 3 personas encuestadas y se definirán los resultados obtenidos en ellos.

Para poder explicar correctamente este paso, se tomará en cuenta a 3 personas encuestadas y se definirán los resultados obtenidos en ellos.

<b>Tabla No. 54 Anexo 7. Calificaciones: 1 el más importante y 3 de menor importancia.</b>			
<b>Encuestado 1°</b>	Educación formal	Educación no formal	Autoeducación
<b>Encuestado 2°</b>	Autoeducación	Educación no formal	Autoeducación
<b>Encuestado 3°</b>	Educación formal	Autoeducación	Autoeducación
	<b>Tipos de educación calificadas con valor de 1</b>	<b>Tipos de educación calificadas con valor de 2</b>	<b>Tipos de educación calificadas con valor de 3</b>

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos ver en la tabla No. 54, en la segunda columna de calificación 1, se puede establecer que dos personas votaron por la educación formal, mientras que la autoeducación se encuentra votada por una sola persona.

En la tercera columna de calificación 2, podemos ver que la educación no formal obtuvo mayor votación seguido de la autoeducación con un solo voto y por ultimo tenemos a la cuarta columna de calificación 3, donde la autoeducación es el tipo de educación más votada que ocupa el tercer lugar en los tipos de educación existentes.

De esta forma podemos obtener los resultados de las 3 personas encuestadas con respecto a los tipos de educación que existen, tomando en cuenta la importancia que tienen cada uno de ellos.

A continuación se dará a conocer los resultados obtenidos en las calificaciones, para cada tipo de educación.

<b>Tabla No. 55 Anexo 7. Votaciones en los diferentes tipos de educación.</b>		
<b>Calificaciones</b>	<b>Medios utilizados para auto educarse.</b>	<b>Número de votantes</b>
Tipos de educación con calificación 1	Educación formal Autoeducación	2 Personas 1 Personas
Tipos de educación con calificación 2	Autoeducación Educación no formal	1 Personas 2 Personas
Tipos de educación con calificación 3	Autoeducación	3 Personas

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Paso 3.** Una vez obtenido los resultados de las encuestas, se procede a ponderar los tipos de educación, donde la calificación 1 tiene mayor importancia por ende tendrá mayor ponderación, y 3 es la menor calificación por tanto tendrá la menor puntuación, tal y como se describe en la siguiente tabla:

<b>Tabla No. 56 Anexo 7. Ponderación de las calificaciones 1, 2 y 3.</b>	
<b>Calificaciones de los encuestados</b>	<b>Ponderación de los valores</b>
La calificación 1	Es igual a 3 puntos
La calificación 2	Es igual a 2 puntos
La calificación 3	Es igual a 1 puntos

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Una vez entendido los 3 primeros pasos se procede a realizar la ponderación final con sus respectivos cálculos, tomando en cuenta las calificaciones de los encuestados, el número de votaciones para cada tipo de educación y la valoración numérica que tienen las respectivas calificaciones.

<b>Tabla No. 57 Anexo 7. Ponderación en los diferentes tipos de educación.</b>					
<b>Formas de adquirir conocimientos</b>	<b>Calificación encuestados</b>	<b>Ponderación</b>	<b>No. de votantes</b>	<b>Ponderación x N° de votantes</b>	<b>Tota</b>
Educación formal	1	3	2	$3 \times 2 = 6$	6
Autoeducación	1	3	1	$3 \times 1 = 3$	3
Autoeducación	2	2	1	$2 \times 1 = 2$	2
Educación no formal	2	2	2	$2 \times 2 = 4$	4
Autoeducación	3	1	3	$1 \times 3 = 3$	3

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo <

De esta forma se logra determinar cuál tipo de educación es el más correcto para obtener conocimientos, dándonos como resultado lo siguiente:

1. **Educación formal** con un total de 6 puntos
2. **Educación no formal** con un total de 4 puntos
3. **Autoeducación** con un total de 3 puntos

Es así como se logra determinar el orden correcto de los tipos de educación que existen en nuestro país, tomando en cuenta las opiniones de las personas encuestadas y sus preferencias educativas.

## **ANEXO No. 8 PONDERACIÓN REALIZADA EN LA PREGUNTA No.6, DE LA ENCUESTA APLICADA.**

### **6.6.1. Descripción general de la ponderación realizada en la pregunta número 6 utilizando un ejemplo de menor complejidad para su explicación.**

A continuación se dará a conocer el proceso de ponderación que se llevó a cabo en la pregunta número 6, para determinar correctamente los 6 temas que los encuestados quieren aprender y conocer para fortalecer sus conocimientos y ponerlos en práctica en su ámbito laboral.

**Paso 1.** En la pregunta número 6, los encuestados debieron calificar de mayor a menor a 6 temas que ellos desean conocer o aprender, tomando en cuenta la utilidad que tendrían en sus vidas profesionales y laborales. Donde ellos calificarían con el valor de 1 al tema que creen que es el más importante conocerlo y con el valor de 6 al tema que creen que es él menos importante conocer, pero de igual forma útil y necesario estudiarlo para enriquecer sus conocimientos.

Ejemplo de una calificación de un encuestado, en los siguientes temas:

Finanzas (6)      Ventas (5)      Administración (1)      Emprendimiento (2)

Planes de negocio (3)      Procesos Productivos (4)      Marketing ( )

Como podemos ver, el encuestado establece que administración es el tema de mayor importancia que desea conocer, seguido de emprendimiento como el segundo tema importante, continuando en tercer lugar con el tema de planes de negocio, en cuarto lugar tenemos a procesos productivos, destacándose en un quinto lugar tenemos a ventas, y por ultimo tenemos a finanzas como el tema de menor importancia pero de igual forma necesario que ellos deben saber para ponerlo en práctica en sus negocios y sacar adelante la empresa.

**Paso 2.** Una vez que todos los encuestados calificaron los temas según su importancia de mayor a menor, se procede agrupar la información obtenida,

para realizar ordenadamente el conteo de acuerdo a sus calificaciones que generaron en la diversidad de temas.

Para poder explicar correctamente este pasó, se tomará a 5 personas encuestadas y se definirá los resultados obtenidos en ellos.

<b>Tabla No. 58 Anexo 8. Calificaciones: 1 el más importante y 6 de menor importancia.</b>						
<b>Encuesta 1°</b>	Procesos productivos	1	Ventas	2	Tributaria	3
<b>Encuesta 2°</b>	Administración	1	Emprendimiento	2	Planes de negocio	3
<b>Encuesta 3°</b>	Finanzas	1	Tributaria	2	Procesos Productivos	3
<b>Encuesta 4°</b>	Administración	1	Emprendimiento	2	Ventas	3
<b>Encuesta 5°</b>	Administración	1	Planes de negocio	2	Planes de negocio	3
<b>Encuesta 1°</b>	Procesos Productivos	4	Ventas	5	Finanzas	6
<b>Encuesta 2°</b>	Emprendimiento	4	Administración	5	Procesos Productivos	6
<b>Encuesta 3°</b>	Marketing	4	Planes de negocio	5	Finanzas	6
<b>Encuesta 4°</b>	Procesos Productivos	4	Ventas	5		
<b>Encuesta 5°</b>	Finanzas	4	Ventas	5		
	<b>Materias Calificadas con valor de 1 y 4.</b>		<b>Materias Calificadas con valor de 2 y 5.</b>		<b>Materias Calificadas con valor de 3 y 6.</b>	

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

En una forma más resumida con la descripción de la tabla No. 58, como podemos ver tres personas votaron con calificación de 1 por administración como el principal tema que desean conocer y aprender, seguido de emprendimiento con dos votaciones a su favor de calificaciones de 2, continuando con planes de negocio con dos votaciones a su favor de calificaciones 3, seguido por los procesos productivos con votaciones de dos personas en calificación 4, en quinto lugar tenemos a ventas con tres votaciones a su favor y de calificación 5, y por ultimo tenemos a finanzas con dos votaciones de calificación 6. Estos son los 6 temas que las personas encuestadas quieren conocer y aprender para fortalecer sus conocimientos y sacarles provecho en su ámbito laboral.

De esta forma podemos obtener los resultados de las 5 personas encuestadas con respecto a la diversidad de temas que ellos pueden aprender y conocer, tomando en cuenta la importancia que generan estos temas para ellos.

A continuación se dará a conocer los resultados obtenidos en las calificaciones por materias.

<b>Tabla No. 59 Anexo 8. Votaciones de las 4 personas en sus diferentes temas.</b>		
<b>Calificaciones</b>	<b>Materias</b>	<b>Número de votantes</b>
Materias de calificación 1	Procesos Productivos Administración Finanzas	1 Personas 3 Personas 1 Personas
Materias de calificación 2	Ventas Emprendimiento Tributaria Planes de negocio	1 Personas 2 Personas 1 Personas 1 Personas
Materias de calificación 3	Tributaria Planes de negocio Procesos Productivos Ventas	1 Personas 2 Personas 1 Personas 1 Personas
Materias de calificación 4	Emprendimiento Marketing Procesos Productivos Finanzas	1 Personas 1 Personas 2 Personas 1 Personas
Materias de calificación 5	Ventas Administración Planes de negocio	3 Personas 1 Personas 1 Personas
Materias de calificación 6	Finanzas Procesos Productivos	2 Personas 1 Personas

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

**Paso 3.** Una vez obtenido los resultados de las encuestas, se procede a ponderar los temas que desean conocer y aprender, tomando en cuenta las calificaciones de los encuestados. Donde la calificación 1 tiene mayor importancia por ende tendrá mayor ponderación, y 6 es la menor calificación por tanto tendrá la menor puntuación, tal y como se describe en la siguiente tabla:

<b>Tabla No. 60 Anexo 8. Ponderación de las calificaciones 1, 2, 3 y 4.</b>	
<b>Calificaciones de los encuestados</b>	<b>Ponderación de los valores</b>
La calificación 1	Es igual a 6 puntos
La calificación 2	Es igual a 5 puntos
La calificación 3	Es igual a 4 puntos
La calificación 4	Es igual a 3 puntos
La calificación 5	Es igual a 2 puntos
La calificación 6	Es igual a 1 puntos

**Elaborado por:** William Morillo

Una vez entendido los 3 primeros pasos se procede a realizar la ponderación final con sus respectivos cálculos, tomando en cuenta a las calificaciones de los encuestados, el número de votaciones por materia y la valoración numérica que tienen las calificaciones.

<b>Tabla No. 61 Anexo 8. Ponderación para los 6 temas que desean conocer y aprender.</b>					
<b>Materias que desean conocer</b>	<b>Calificación encuestados</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Número de Votantes</b>	<b>Ponderación x N° de votantes</b>	<b>Total</b>
Procesos productivos	1	6	1	$6 \times 1 = 6$	6
Administración	1	6	3	$6 \times 3 = 18$	18
Finanzas	1	6	1	$6 \times 1 = 6$	6
Ventas	2	5	1	$5 \times 1 = 5$	5
Emprendimiento	2	5	2	$5 \times 2 = 10$	10
Tributaria	2	5	1	$5 \times 1 = 5$	5
Planes de negocio	2	5	1	$5 \times 1 = 5$	5
Tributaria	3	4	1	$4 \times 1 = 4$	4
Planes de negocio	3	4	2	$4 \times 2 = 8$	8
Procesos productivos	3	4	1	$4 \times 1 = 4$	4
Ventas	3	4	1	$4 \times 1 = 4$	4
Emprendimiento	4	3	1	$3 \times 1 = 3$	3
Marketing	4	3	1	$3 \times 1 = 3$	3
Procesos Productivos	4	3	2	$3 \times 2 = 6$	6
Finanzas	4	3	1	$3 \times 1 = 3$	3
Ventas	5	2	3	$2 \times 3 = 6$	6
Administración	5	2	1	$2 \times 1 = 2$	2
Planes de negocio	5	2	1	$2 \times 1 = 2$	2
Finanzas	6	1	1	$1 \times 1 = 1$	1
Procesos Productivos	6	1	1	$1 \times 1 = 1$	1
Finanzas	6	1	1	$1 \times 1 = 1$	1

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

De esta forma se logra obtener a los 6 temas con mayor puntuación que desean conocer y aprender los emprendedores, dándonos como resultado los siguientes temas:

1. **Administración** con un total de 18 puntos
2. **Emprendimiento** con un total de 10 puntos
3. **Planes de negocio** con un total de 8 puntos
4. **Procesos productivos** con un total de 6 puntos
5. **Finanzas** con un total de 6 puntos
6. **Ventas** con un total de 6 puntos

Es así como se logra determinar con mayor precisión los 6 temas que los gerentes y representantes quieren aprender y conocer, y que estos temas a su vez les generarán beneficios en su vida profesional y laboral.

## ANEXO No. 9 PONDERACIÓN REALIZADA CON RESPECTO AL NIVEL DE CONOCIMIENTOS Y DESARROLLO EMPRESARIAL.

Descripción general de la puntuación realizada con respecto al nivel de conocimientos y desarrollo empresarial de los últimos 5 años.

A continuación se dará a conocer el proceso de ponderación que se llevó a cabo para determinar el nivel de conocimientos que tienen los representantes y gerentes de los negocios, como también para determinar el nivel de crecimiento y desarrollo empresarial que han tenido los emprendimientos y microempresa de la provincia del Carchi en los últimos 5 años.

**Paso 1.** En las preguntas de la encuesta No. 1, 2, 4, y 5, los encuestados debieron obtener el mayor puntaje posible para determinar un alto nivel de conocimientos, si ellos obtenían menor puntuación dan a entender que sus conocimientos son pobres o muy básicos. Tomando en cuenta que en estas preguntas se contaban la cantidad de marcaciones, para determinar correctamente sus resultados acumulados finales, y así obtener el nivel de conocimientos que ellos tienen.

A continuación se dará a conocer el proceso que se llevó a cabo en la pregunta número 1.

**Tabla No. 62 Detalles de la pregunta uno de la encuesta aplicada.**

<b>1. Marque con una X o ✓ el nivel de estudios aprobados.</b>			
Primaria	Secundaria	Educación superior: Técnico Tecnología Licenciatura	Ingeniería Maestría Doctorado
<b>1 punto</b>		<b>2 puntos</b>	

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos observar, en la pregunta No. 1, si el encuestado marca su nivel de estudio en educación primaria y secundaria obtenía una puntuación de un 1 punto, pero si el encuestado marca un nivel de educación superior, su puntuación es de 2 puntos, estas calificaciones se las toma en cuenta, ya que las personas que han adquirido educación formal por más años,

demuestran mayor conocimiento educativo a diferencia de aquellos que tienen educación básica general.

A continuación se dará a conocer el proceso que se realizó para determinar las puntuaciones realizadas en las preguntas 2, 4 y 5.

**Tabla No. 63 Detalles de las preguntas 2, 4 y 5 de la encuesta aplicada.**

<b>2. Marque con una X o ✓ los cursos y capacitaciones adquiridos en los siguientes temas:</b>					
Finanzas Marketing	Tributaria Emprendimiento	Administración Recurso Humanos	Producción Plan de Negocio		
<b>1 Punto para todas las marcaciones</b>					
<b>4. Ordene de mayor a menor los 3 medios por los cuales ha adquirido autoeducación, entendiéndola a esta como la adquisición de conocimientos individuales.</b>					
Internet	Documento	Multimedia	Radio	Televisión	Ninguno
<b>1 Punto para todas las marcaciones sin importar el orden</b>					
<b>5. Ordene de mayor a menor las principales fuentes de capacitación que han sido más efectivas para adquirir conocimiento. Siendo 1 el más importante y 3 el de menor importancia.</b>					
Educación formal (Instituciones educativas)					
Educación no formal (Cursos y capacitaciones)					
Autoeducación (Aprendizaje individual)					
<b>1 Punto para todas las marcaciones sin importar el orden</b>					

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

En la pregunta No. 2, los encuestados debieron marcar los cursos y capacitaciones que ellos han obtenido en los diferentes temas empresariales, donde cada marcación está valorada por un punto, tomando en cuenta que las personas que se han capacitado en muchos más temas, tendrán mayor acumulación de puntos, que ayudarán a determinar cuál es el grado de conocimientos que ellos tienen actualmente.

En la pregunta No. 4, los encuestados debieron ordenar de mayor a menor los 3 medios por los cuales adquieren autoeducación, según su importancia, donde se definían 3 puntos por establecer un orden. En muchos casos, existen personas que no optaban por autoeducarse, por ende no realizaban marcación en esta pregunta y su puntaje sería de 1.

En la pregunta No. 5, los encuestados determinaban, que fuente para adquirir conocimientos ha sido la más importante, allí ordenaban de mayor a menor las 3 fuentes establecidas según su importancia. Por consiguiente obtenían 3 puntos cuando mencionaban tres alternativas, si mencionaban 2, 2 puntos y así sucesivamente. En algunos casos, se encontraba con personas que no determinaban un orden, por cuanto no obtenían puntuación.

Llevando a cabo el proceso de ponderación se obtiene el nivel de conocimientos que los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas tienen actualmente, tomando en cuenta que en este proceso de acumulación se suma el total de puntos obtenidos por las personas encuestadas en las preguntas 1, 2, 4, y 5; y que el valor máximo a obtener podría ser 16 puntos.

**Paso 2.** Puntuaciones realizadas en las preguntas relacionadas con crecimiento empresarial.

A continuación se detallará el proceso de puntuación que se llevó a cabo en las preguntas referentes a desarrollo empresarial, siendo estas preguntas similares y que se encontraban a partir de la pregunta No. 7 hasta la pregunta No. 17, determinando un total de 10 preguntas directas de crecimiento empresarial.

La pregunta 7 y todas las relacionadas con el crecimiento empresarial presentan la siguiente estructura tal y como se muestra en el tabla No.64.

**Tabla No. 64 Detalles de la pregunta 7, de la encuesta aplicada.**

	Hace 5 años atrás				
	1	2	3	4	5
No se ha realizado reinversiones	<input type="checkbox"/>				
Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 0 a \$ 4.000	<input type="checkbox"/>				
Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 4.001 a \$ 8.000	<input type="checkbox"/>				
Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 8.001 a \$ 12.000	<input type="checkbox"/>				
Sus reinversiones anuales superan más de \$ 12.000	<input type="checkbox"/>				

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Como podemos observar en la pregunta No. 7, este tipo de pregunta es de selección múltiple, los encuestados tienen que seleccionar en los diferentes años las cantidades monetarias que se han reinvertido en los últimos años.

La asignación de puntos para este tipo de pregunta y todas las que se encuentran entre la pregunta No. 7 hasta la pregunta No. 17, se describe a continuación en el siguiente cuadro.

**Tabla No. 65 Puntuación realizada en las preguntas de desarrollo empresarial.**

<b>Puntuaciones:</b>	No realiza reinversiones = 0 puntos para todos los años seleccionados
	\$ 0 a \$ 4.000 =1 punto para todos los años seleccionados
	\$ 4.001 a \$ 8.000 =2 puntos para todos los años seleccionados
	\$ 8.001 a \$ 12.000 =3 puntos para todos los años seleccionados
	Más de \$ 12.000 =4 puntos para todos los años seleccionados

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Este es el mecanismo que se ha llevado a cabo en la puntuación de las preguntas 7 hasta la 17, para determinar la sumatoria total de las cuestiones investigadas del desarrollo empresarial. El valor máximo a obtener es de 180 puntos.

Una vez obtenido los resultados referentes a nivel de conocimientos y desarrollo empresarial, se procede a ponderar, y dar valor a los años de funcionamiento. Determinando, que si un negocio cuenta con más de 5 años de funcionamiento este tendría menor valoración, ya que se toma en cuenta que estos logran ser mucho más competitivos, pueden presentar mayor desarrollo, mayor nivel de conocimiento, experiencia y posicionamiento de

mercado etc. Estas características atribuyen a una mayor ventaja en obtener mejores valoraciones y puntuaciones, frente a los negocios de menos tiempo de funcionamiento. Por lo que se establece, que los negocios que demuestran tener un 1 año de funcionamiento, tendría mayor valoración, tal y como se demuestra en la siguiente tabla:

<b>Tabla No. 66 Ponderación designada para los años de funcionamiento de los negocios.</b>	
<b>Años</b>	<b>Ponderación por años</b>
1 años de funcionamiento	Es igual a 6 puntos
2 años de funcionamiento	Es igual a 5 puntos
3 años de funcionamiento	Es igual a 4 puntos
4 años de funcionamiento	Es igual a 3 puntos
5 años de funcionamiento	Es igual a 2 puntos
5 o más años de funcionamiento	Es igual a 1 puntos

**Fuente:** Investigación de campo Agosto 2013

**Elaborado por:** William Morillo

Es así como se obtiene correctamente el orden general de los emprendimientos y microempresas del Carchi, con respecto a su nivel de conocimientos y desarrollo empresarial.

## ANEXO No. 10 COEFICIENTE DE CORRELACIÓN

Tabla No. 67 Anexo 10. Datos para el cálculo del coeficiente

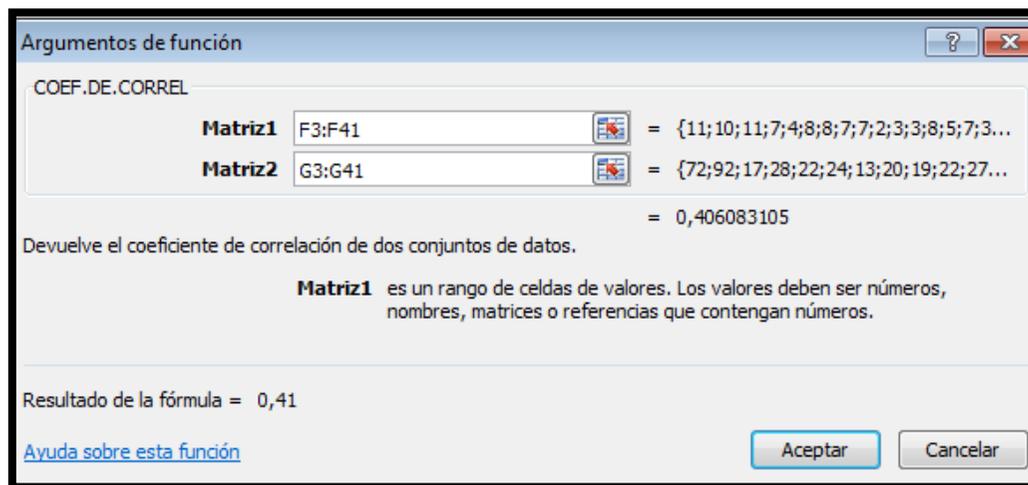
Puestos	Asociación	Puntuación de nivel de conocimientos	Puntuación de desarrollo empresarial			
		Y	X	$X_i^2$	$X_i * Y_i$	$Y_i^2$
1	Agrícola los pastos	11	72	5184	792	121
2	Abejas Ecuador	10	92	8464	920	100
3	San Pedro de canchaguano	11	17	289	187	121
4	Tusa Gabal	7	28	784	196	49
5	Agropecuarios el Edén	4	22	484	88	16
6	Producampo	8	24	576	192	64
7	11 de Febrero	8	13	169	104	64
8	Social productiva cuesaca	7	20	400	140	49
9	Maldonado Verde	7	19	361	133	49
10	Productores Pindical	2	22	484	44	4
11	Asosación taya	3	27	729	81	9
12	Mira por el progreso	3	14	196	42	9
13	San Isidro	8	10	100	80	64
14	Santa Clara	5	62	3844	310	25
15	La casa del Uniforme	7	26	676	182	49
16	Artisanal el Ángel	3	61	3721	183	9
17	Trabajadores agropecuarios Cuesaca	8	50	2500	400	64
18	Fuerza y progreso	7	50	2500	350	49

19	Nuevo amanecer	8	44	1936	352	64
20	Lácteos centro de acopio	6	41	1681	246	36
21	Mujeres Santa Lucia	11	35	1225	385	121
22	Unión y progreso Cristóbal	2	13	169	26	4
23	11 de Enero	10	35	1225	350	100
24	Unión y progreso Chitan	7	37	1369	259	49
25	Los chasquis de san Vicente	8	35	1225	280	64
26	Defensoras de la naturaleza	6	37	1369	222	36
27	Mujeres luz y verdad	4	6	36	24	16
28	Campo fértil	5	35	1225	175	25
29	Cabildo de canchaguano	7	32	1024	224	49
30	Jóvenes sueños de libertad	5	12	144	60	25
31	Unidad para el progreso	7	27	729	189	49
32	17 de Agosto	5	11	121	55	25
33	Mortinial	7	25	625	175	49
34	Chitacspi	6	25	625	150	36
35	San Francisco de Athal	3	24	576	72	9
36	28 de Diciembre	5	16	256	80	25
37	Frailejón	4	14	196	56	16
38	Los Andes	5	11	121	55	25
39	Nuevos Horizontes	3	2	4	6	9
<b>Total</b>		<b>243</b>	<b>1146</b>	<b>47342</b>	<b>7865</b>	<b>1747</b>

Elaborado por: William Morillo

El coeficiente de correlación que nos arrojó Microsoft Excel es de 0,41 que indica que es una correlación positiva. Esto significa que la relación de las dos variables es directa, tomando en cuenta que una depende de la otra para formar una correlación positiva.

**Gráfico No. 36 Anexo 10. Cálculo del coeficiente de correlación en Excel.**



Elaborado por: William Morillo

**ANEXO No. 11 Presupuesto elaborado para la aplicación de cursos y capacitaciones a personas que tienen educación básica general.**

<b>Tabla No. 68 Presupuesto para la aplicación de los diferentes cursos y capacitaciones a personas que tienen educación general básica.</b>					
DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSERVACIÓN
<b>Curso de Emprendimiento</b>	Horas	16	\$ 30,00	\$ 480,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total curso de emprendimiento				<b>\$ 650,00</b>	
<b>Curso de Administración</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total curso de Administración				<b>\$ 890,00</b>	
<b>Curso de Finanzas</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total curso de Finanzas				<b>\$ 890,00</b>	
<b>Curso de Procesos Productivos</b>	Horas	16	\$ 30,00	\$ 480,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	

Total curso en procesos productivos				<b>\$ 650,00</b>	
<b>Curso de Marketing y ventas</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total curso de marketing y ventas				<b>\$ 890,00</b>	
<b>Curso de Planes de negocio</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total curso de Plan de negocios				<b>\$ 890,00</b>	
<b>Curso de Tributación</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total del curso de tributación				<b>\$ 890,00</b>	
<b>Curso de Informática</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	22	\$ 6,00	\$ 132,00	
Documentos Impresos	Unidad	19	\$ 2,00	\$ 38,00	
Total del curso de Informática				<b>\$ 890,00</b>	
<b>Total</b>				<b><u>\$ 6.640,00</u></b>	

Elaborado por: William Morillo

**ANEXO No. 12 Presupuesto elaborado para la aplicación de cursos y capacitaciones a personas que tienen educación secundaria y educación superior.**

<b>Tabla No. 69 Presupuesto para la aplicación de los diferentes cursos y capacitaciones a personas que tienen educación secundaria y educación superior.</b>					
DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSERVACIÓN
<b>Curso de Emprendimiento</b>	Horas	16	\$ 30,00	\$ 480,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total curso de emprendimiento				<b>\$ 748,00</b>	
<b>Curso de Administración</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total curso de Administración				<b>\$ 988,00</b>	
<b>Curso de Finanzas</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total curso de Finanzas				<b>\$ 988,00</b>	
<b>Curso de Procesos Productivos</b>	Horas	16	\$ 30,00	\$ 480,00	

Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total curso en procesos productivos				<b>\$ 748,00</b>	
<b>Curso de Marketing y ventas</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total curso de marketing y ventas				<b>\$ 988,00</b>	
<b>Curso de Planes de negocio</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total curso de Plan de negocios				<b>\$ 988,00</b>	
<b>Curso de Tributación</b>	Horas	24	\$ 30,00	\$ 720,00	
Refrigerio para asistentes	Unidad	23	\$ 6,00	\$ 138,00	
Documentos Impresos	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Documentos Digitales	Unidad	20	\$ 2,00	\$ 40,00	
Internet y pagina web	unidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00	
Total del curso de tributación				<b>\$ 988,00</b>	
<b>Total</b>				<b><u>\$ 6.436,00</u></b>	

Elaborado por: William Morillo

## ANEXO No. 13 DATOS GENERALES DEL GAD PROVINCIAL DEL CARCHI

### MISIÓN

Construir el desarrollo social, económico, productivo, en vialidad, en riego, fomentando la educación, empleo, vivienda, seguridad y participación ciudadana, mediante una planificación estratégica en integral que garantice el progreso, calidad de vida y riqueza sustentable de la población carchense.



### VISIÓN

Una institución eficiente y organizada, que lidera el desarrollo provincial; dispone de recursos propios, personal permanente capacitado, que asume la descentralización en las áreas estratégicas de interés provincial, contribuyendo así a la seguridad y bienestar de la población de nuestra provincia.

### COMPETENCIAS:

\* **Ambiente:** Dirección de Gestión Ambiental.

Objetivo: Preservar los recursos naturales de la Provincia a través de la planificación, ejecución y control de políticas, programas, planes y proyectos ambientales, que garanticen el desarrollo sustentable del Carchi.

\* **Fomento social:** Casa de la Juventud.

Objetivo: Mejorar y garantizar el acceso a los servicios sociales en especial a la población vulnerable en todos los sectores de la Provincia.

\* **Riego:** Recursos Hídricos.

Objetivo: Mejorar las condiciones de salubridad, a través de la dotación de agua de calidad para el consumo humano de los habitantes de Carchi.

\* **Producción:** Desarrollo Económico Local.

Objetivo: Promover el mejoramiento de la competitividad Agropecuaria, Industrial, micro empresarial y artesanal de la Provincia del Carchi. Mejorar el bienestar de la población a través de la infraestructura pública comunal.

\* **Vialidad:** Obras Públicas.

**Objetivo:** Ampliar y mejorar la red vial provincial, a través de la gestión de la construcción, mejoramiento y mantenimiento de vías de comunicación.

**Fuente:**(<http://www.carchi.gob.ec/>)

**ANEXO NO. 14 CARTA DE COMPROMISO CON EL GAD PROVINCIAL DEL CARCHI, PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO.**

Tulcán, 04 de Diciembre del 2012

**CARTA DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN**

Ingeniero  
Washington Avalos  
**DIRECTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL  
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PROVINCIA DEL  
CARCHI**

Presente,

De mi consideración:

A través del presente, Yo Sr. William Homero Morillo Quemág con Cl. 040151326-2, estudiante del 9º Semestre de la escuela de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, me dirijo a usted para pedirle muy comedidamente se me autorice el permiso correspondiente para realizar la tesis de grado investigativa denominada: Estudio de la incidencia de preparación académica de los emprendedores para el desarrollo de las microempresas apoyadas por el Gobierno autónomo descentralizado de la provincia del Carchi, para lo cual solicito me facilite la información por ustedes adquirida sobre emprendimiento y microempresas y que será de gran provecho para llevar a cabo la investigación antes mencionada. Mi fecha límite para terminar este proyecto es de un año, tomando en consideración el año 2013.

Por la aceptación que se digna dar al presente, anticipo mis sinceros agradecimientos

Atentamente

  
William Morillo  
Estudiante UPEC

*Facibillo*  
*4/12/2012*  


## **Estudio de la incidencia del nivel de conocimientos de los emprendedores, en el desarrollo de las microempresas apoyadas por el GAD provincial del Carchi.**



Nombre del autor: WILLIAM HOMERO MORILLO QUEMÁG

Escuela de Administración de Empresas y Marketing  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)  
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana  
Tulcán - Ecuador  
William.morillo@hotmail.com

### **Resumen**

*En el presente trabajo de tesis, se investigó el grado de conocimientos que tienen los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas de la provincia; y su nivel de crecimiento empresarial, en los últimos años. Relacionando de esta manera, dos variables, el nivel cognitivo y su influencia sobre el crecimiento de la empresa.*

*Para ello, se realizó un estudio de campo persuasivo, aplicando métodos y herramientas que brindaron información veraz. También participaron de esta investigación, los representantes y trabajadores de los emprendimientos, los técnicos y trabajadores del GAD provincial del Carchi, y el Director de la Dirección de Desarrollo Económico Local de nuestra provincia.*

*De esta forma, se encontró amplia información, sobre las dos variables investigadas, respondiendo claramente la hipótesis planteada. Como resultado adicional, se plantea, un modelo de formación para emprendedores, el cual se constituye, en una herramienta de apoyo y mejoramiento continuo al emprendimiento. Su objetivo, es cambiar la modalidad de transmisión de conocimientos, a los diferentes grupos de personas emprendedoras, que cuentan con diversidad de educación, y diferentes niveles de conocimientos.*

*Finalmente, se determinan las preferencias de estudio y capacitación, los medios y herramientas más adecuadas para transmitirlos, y los temas de mayor importancia.*

**Palabras Claves:** *Emprendimiento, Desarrollo empresarial, Nivel de conocimientos, Modelo de formación.*

### **Abstract**

*In this thesis, the degree of knowledge they have representatives and managers of enterprises and micro enterprises in the province under investigation; and their level of business growth in recent years. Relating this way, two variables, the cognitive level and its influence on the growth of the company.*

*For this, a field study was performed persuasive, applying methods and tools that provided accurate information. Also participating in this research, representatives of enterprises and workers, technicians and workers of the provincial GAD Carchi, and the Director of the Department of Local Economic Development in our province.*

*Thus, extensive information was found on the two variables investigated, the hypothesis clearly responding. As a further result, a model of training for entrepreneurs, which constitute a tool for continuous improvement and support entrepreneurship arises. Their goal is to change the mode of transmission of knowledge, different groups of enterprising people, who have diverse education, and different levels of knowledge.*

*Finally, the preferences of study and training, media and most appropriate tools to transmit, and the most important issues are determined.*

**Keywords:** *Entrepreneurship, Business Development, Level of Expertise, Formation Model*

### **UCHILLAYACHISHKA RIKUCHIK**

*Kay tesista llamkankapaka, taripayarirkamy, markapi kay uchilla llamkak ukukunata ñawpaman pushakkuna ima yachaykunata charikta rikushpa, shinallata puchukay watakunapi imashalla llamkay ukukuna wiñarishkata rikushpa. Kay ishkay nishkakunaka yanapanmy yachankapay imashalla llamkaykuna katunyashkata.*

*Kaykunamanta, taripayarirkamy ashtaka villachikkunata, kay yuyaykunawan sumak llamkayta charinkapak. Chaypaka shinarirka tapuikuna, rimaykunatapash. Kay*

*maskaypika yanaparkamy ñawpaman llamkaykunata apak mashikuna, Carchi Gobierno Markata apakkuna, shinallata tecnicu llamkackuna kay Dirección de Desarrollo Económico Local ñucanchik markamanta.*

*Kashnamy kay ishkay tapuykunamanta taripayarka ashtaka villachikkunata, kutichishpa ashtaka na yachashkakunata. Shinallata ñukanchik yanapaymi kan shinankapak shuk katina pankata kay uchilla llamkakkunaman, kayka ashatakata yanapanka ally katichun kay llamkaykuna. Ashtawankary munaimy kan tickrachinkapak imasha kunankaman willachin yachaykunata kay shikan tantanakushka yakapakkunaman, paykunaka charinmy shikan yachay, ushaykunata. Tukuchinkapak rikuchinchimy imakunatalla yachachinata, shinallata imashalla yachaykunata yallichinakunata*

**.Shimikuna claves:** *Katunyashkata, Markamanta, Yallichinakunata*

## **1. Introducción**

El Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi se encuentra ubicado en la provincia del Carchi, ciudad Tulcán, parroquia Gonzales Suarez, entre las calles 10 de Agosto entre Sucre y Olmedo (Parque Central). La misma que gestiona cinco competencias tales como; Gestión ambiental, casa de la juventud, recursos hídricos, desarrollo económico local y obras públicas. La presente investigación se relaciona directamente con el Desarrollo Económico Local, específicamente con el fomento productivo y desarrollo de emprendimientos y microempresas del Carchi. La misma que está conformado por la Dirección de Desarrollo Económica Local, Coordinadores, Promotores y Técnicos especialistas en emprendimiento y sectores productivos; que tiene como objeto propiciar el crecimiento económico en base al modelo de economía solidaria a través de la diversificación sostenible de la producción de bienes y servicios con equidad territorial en la provincia del Carchi.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados GADs, particularmente los gobiernos intermedios como los provinciales, de conformidad a la Constitución de octubre del 2008 y al Código de Ordenamiento y Organización Territorial, Autonomía y

Descentralización COOTAD, de octubre de 2010, asumen las competencias del fomento productivo, el fomento agropecuario y el desarrollo de emprendimientos.

Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD, nos da a conocer en su Art. 135 lo siguiente:

El ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias, que los gobiernos autónomos descentralizados regionales, provinciales y parroquiales rurales les corresponde de manera concurrente la definición de estrategias participativas de apoyo a la producción; el fortalecimiento de las cadenas productivas con un enfoque de equidad; la generación y democratización de los servicios técnicos y financieros a la producción; la transferencia de tecnología, desarrollo del conocimiento y preservación de los saberes ancestrales orientados a la producción; la agregación de valor para lo cual se promoverá la investigación científica y tecnológica; la construcción de infraestructura de apoyo a la producción; el impulso de organizaciones económicas de los productores e impulso de emprendimientos económicos y empresas comunitarias; la generación de redes de comercialización; y, la participación ciudadana en el control de la ejecución y resultados de las estrategias productivas.

## **2. Materiales y Métodos**

La presente investigación de campo, documental y bibliográfica estudió, si el nivel de conocimientos de los emprendedores y microempresarios influye en el crecimiento empresarial.

Previamente la investigación de campo realizada para conocer el nivel de conocimientos de los emprendedores, conjuntamente con la investigación documental, se utilizó la fundamentación teórica, donde se aplicó el método cuali-cuantitativo o conocido también por sus lógicas como el método inductivo e deductivo, que representaron un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación, que implicaron la recolección y el análisis de datos

cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar conclusiones de toda la información recabada, logrando mayor alcance en el tema investigado.

La investigación cualitativa. Estudió los comportamientos de los emprendedores y las personas que los gobiernan, ofreció amplitud de criterios a lo largo de todo el proceso de investigación y permitió registrar la narración de las personas investigadas, mediante instrumentos como las entrevistas, herramientas que se orientan a la obtención de información, y a los descubrimientos exploratorios.

La investigación cuantitativa. Buscó explicar las razones de los diferentes aspectos y de los comportamientos que tienen los emprendedores, apoyándose en datos numéricos y aplicando métodos estadísticos, para obtener resultados precisos que hace énfasis en su validez como en la confiabilidad de los datos encontrados.

En otras palabras, la investigación cuali-cuantitativa investigó el por qué y el cómo, en contraste con la investigación cuantitativa, que respondió preguntas tales como cuál, dónde, cuándo, cuánto. La investigación cualitativa se basó en la toma de una población, esto es la entrevista a los emprendedores y técnicos del GAD.

Los resultados se obtuvieron a través de una muestra determinada por el GAD provincial del Carchi, en donde nos permitió examinar los emprendimientos de manera efectiva, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

En el desarrollo de la presente investigación, en primer lugar se estableció una reunión con el Director de la Dirección de Desarrollo Económica Local, con la finalidad de indicar el propósito de la investigación, y solicitar la autorización respectiva por medio de una solicitud escrita y una carta de compromiso, que facilitó al investigador la utilización de diversidad de información perteneciente del GADPC, consiguiente de esto, llevar a cabo el diseño respectivo de los cuestionarios. Resultante de la reunión con el director, se procedió realizar reuniones con los técnicos en emprendimiento, quienes fueron partícipes del proceso de investigación, y por último se llevó a cabo visitas técnicas a los emprendimientos y microempresas

que se encuentran ubicadas en toda la provincia del Carchi, las cuales son asesoradas y apoyadas por el GAD provincial del Carchi.

El cuestionario a aplicarse se elaboró en base a la operacionalización de variables: referente al nivel de conocimientos de los emprendedores y el desarrollo empresarial.

Luego de realizada la investigación respectiva, se procedió a realizar la tabulación de los datos obtenidos, para ello, se empleó el programa estadístico denominado SPSS, siendo este el programa estadístico informático más conocido por su capacidad para trabajar con grandes bases de datos y un sencillo interface para la mayoría de los análisis realizados, Y por último se utilizó Microsoft Excel 2010, con el cual se elaboró tablas y gráficos más atractivos y entendibles, que permitieron realizar una interpretación y análisis de los resultados obtenidos.

### **3. Resultados y discusión**

Realizada la investigación se pudo detectar que los representantes y los gerentes de los emprendimientos y microempresas, tienen un nivel bajo de conocimientos. En primer lugar el 49% de los representantes tienen un nivel de educación primaria, y que muchas de estas personas investigadas no han adquirido los suficientes cursos y capacitación en temas administrativos empresariales. Por ende el nivel de conocimientos de los representantes no es muy alto, y tienen desconocimientos en diversidad de temas.

Por otra parte, se pudo obtener resultados sobre el crecimiento y desarrollo empresarial, donde los encuestados dieron a conocer la realidad que están pasando sus emprendimientos y microempresas, por cuanto obtuvimos datos que evidencian un bajo desarrollo empresarial en la provincia del Carchi, aunque la investigación también nos determina que en los dos últimos años, se ha visto grandes cambios positivos en algunos de los negocios investigados.

Consiguiente de los resultados obtenidos en el estudio, se ve necesario el diseñar un modelo de formación para emprendedores. Donde el diseño de un modelo de formación para emprendedores, ayudará a las personas que trabajan en el GAD provincial del Carchi, a transferir conocimientos a las diferentes personas que cuentan con un negocio, siendo ellos quienes desean conocer y aprender temas y

teorías empresariales, y a su vez enriquecer sus conocimientos, enfocados en poner en práctica lo aprendido. Una de las ventajas que obtiene este modelo de formación para emprendedores, es que en su contenido se detalla metodologías de transmisión de conocimientos para las diferentes personas, de acuerdo a su nivel educativo. También en el modelo, se tomaron en cuenta los temas sugeridos por la población investigada, además de los sugeridos por los técnicos en emprendimiento y desarrollo empresarial del GAD provincial del Carchi.

Los temas más destacados, tienen que ver con, el emprendimiento, la administración, los planes de negocio, los procesos productivos, las finanzas, las ventas, el marketing, y la administración tributaria.

En el modelo de formación para emprendedores, se destaca una herramienta muy utilizada por las personas investigadas para adquirir conocimientos, como lo son, los documentos. De allí que es importante manejar y facilitar materiales impresos, ya que su finalidad, como facilitadores de información, es promover el mecanismo de aprendizaje orientado a los diferentes grupos de personas.

Lo que se pretende enseñar por medio del modelo, es como influir correctamente en las transmisiones de conocimiento, a la hora de llevar a cabo las capacitaciones. Las que deben diferenciarse entre beneficiarios de educación primaria, de educación secundaria, y a personas de educación superior. Al ser grupos diferentes, deberán manejarse diferentes formas de transmisión de conocimientos. Implementando conceptos básicos, palabras técnicas, o no tan técnicas, y material didáctico para los diferentes grupos de personas. De esta manera, los beneficiarios serán, los emprendedores e innovadores de los diferentes sectores productivos, ya que se les enseñara correctamente, a asumir nuevos retos, aprender nuevas términos empresariales y también a aumentar sus conocimientos, para cumplir los fines perseguidos por cada uno de los emprendedores y microempresarios del Carchi.

#### 4. Figuras y tablas

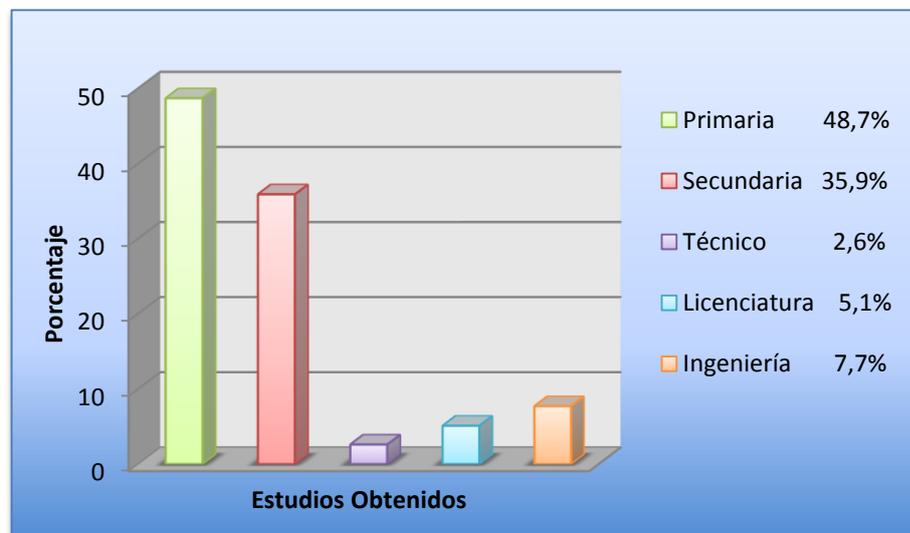
**Nivel de estudios aprobados de los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas.**

Tabla No. 1 Nivel de estudios de los encuestados.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Primaria	19	48,7	48,7	48,7
	Secundaria	14	35,9	35,9	84,6
	Técnico	1	2,6	2,6	87,2
	Licenciatura	2	5,1	5,1	92,3
	Ingeniería	3	7,7	7,7	100,0
	<b>Total</b>	39	100,0	100,0	

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 1 Nivel de estudios de los encuestados.**



*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

#### Análisis

El nivel de estudios que presentan actualmente los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas, en su gran parte, son de primaria con un 48,7% de la población investigada, esto quiere decir que a pesar de la poca formación académica, ellos tienen la capacidad de ponerse al frente de una microempresa y llevarla hacia el camino del desarrollo empresarial. Por otra parte se encuentran los representantes que tiene un nivel de formación académica de secundaria con un

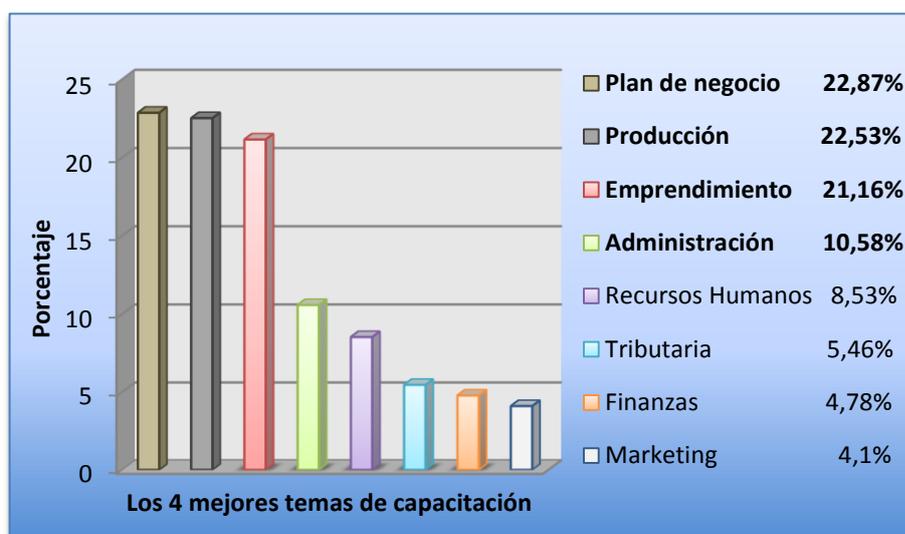
35,9%, siendo la segunda cantidad más alta. En definitiva, el 85% de la población investigada, no cuentan con títulos profesionales en educación superior, demostrándonos que en nuestra provincia, existe un espíritu emprendedor a pesar de su poca formación educativa.

**Los 4 temas más importantes que han adquiridos los emprendedores y microempresarios del Carchi.**

Tabla No. 2 Los 4 mejores temas adquiridos en capacitación.				
Cursos y capacitaciones	Ponderación general	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Posiciones según su importancia
Plan de negocio	67	22,87	22,87	1
Producción	66	22,53	45,39	2
Emprendimiento	62	21,16	66,55	3
Administración	31	10,58	77,13	4
Recursos Humanos	25	8,53	85,67	5
Tributaria	16	5,46	91,13	6
Finanzas	14	4,78	95,90	7
Marketing	12	4,10	100,00	8
Puntuación total	293	100,00		

*Fuente: Investigación*  
*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 2 Los 4 mejores temas adquiridos en capacitación.**



*Fuente: Investigación*  
*Elaborado por: William Morillo*

### **Análisis**

Para determinar correctamente los 4 mejores temas adquiridos en los cursos y capacitaciones por parte de los gerentes, y que han sido implementados exitosamente en su ámbito laboral, se llevó a cabo una ponderación que nos determina fielmente cuales son los 4 temas más destacados y sobresalientes, dándonos como resultado los siguiente:

- Plan de negocios con 22,87%
- Producción con 22,53%
- Emprendimiento con 21,16%
- Administración 10,58%

Estos temas en sí, generan gran provecho en los emprendimientos y microempresas del Carchi. En primer lugar, el plan de negocios, que describe a la empresa, y determina sus acciones futuras. En segundo lugar, la producción que ayuda a determinar que procesos y procedimientos deben llevarse a cabo en la empresa para obtener productos y servicios de calidad; en tercer lugar está el emprendimiento, que genera la puesta en marcha de ideas, y predispone a los gestores a enfrentar retos y proyectos en el transcurso de su vida empresarial. Finalmente, tenemos a la administración, que busca llevar sus recursos de la mejor manera, mediante la planificación, organización, dirección y control.

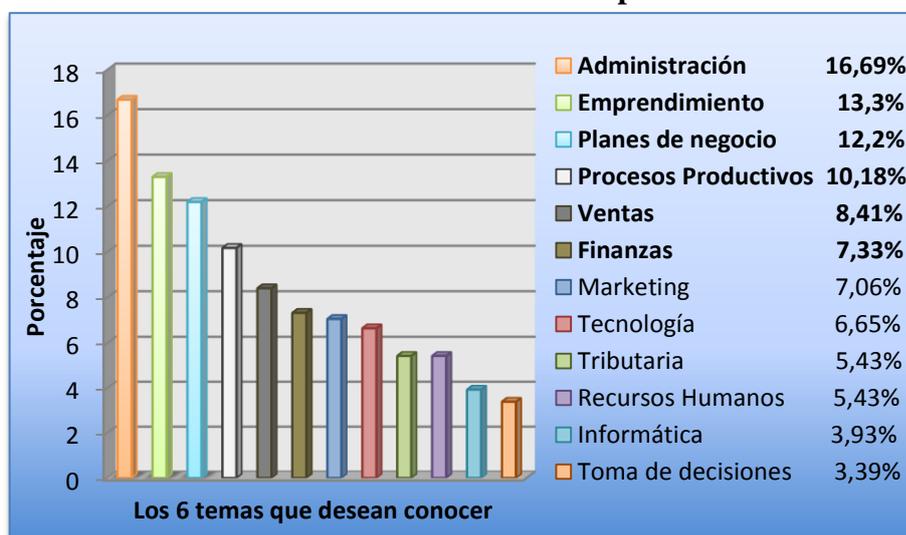
**Los 6 temas que desean conocer y aprender los representantes y gerentes de los emprendimientos y microempresas del Carchi.**

<b>Tabla No.3 Los 6 temas más solicitados que desean conocer y aprender los encuestados.</b>				
<b>Temas empresariales que desean conocer</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>	<b>Posiciones de importancia</b>
Administración	123	16,69	16,69	1
Emprendimiento	98	13,3	29,99	2
Planes de negocio	90	12,2	42,2	3
Procesos Productivos	75	10,18	52,37	4
Ventas	62	8,41	60,79	5
Finanzas	54	7,33	68,11	6
Marketing	52	7,06	75,17	7
Tecnología	49	6,65	81,82	8
Tributaria	40	5,43	87,25	9
Recursos Humanos	40	5,43	92,67	9
Informática	29	3,93	96,61	11
Toma de decisiones	25	3,39	100	12
<b>Total</b>	<b>737</b>	<b>100</b>		

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 3 Los 6 temas más solicitados por los encuestados.**



*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

## **Análisis**

Para determinar correctamente los 6 mejores temas que desean conocer y aprender los emprendedores y microempresarios, se llevó a cabo una ponderación con cada

uno de los temas, tomando en cuenta la calificación que habían generado los encuestados, a continuación se detallan los siguientes resultados:

- Administración con 16,69%
- Emprendimiento con 13,3%
- Planes de negocio con 12,2%
- Procesos Productivos con 10,18%
- Ventas con 8,41%
- Finanzas con 7,33%

Estos serían los 6 principales temas que se deberían transferir a todos los emprendedores y microempresarios del Carchi, según sus propias necesidades, ya que la implementación de estos temas en su gestión, contribuirá a fortalecer las actividades empresariales que ejercen, como también desarrollarían nuevas destrezas y habilidades para llevar las riendas de la empresa hacia el camino del desarrollo corporativo empresarial.

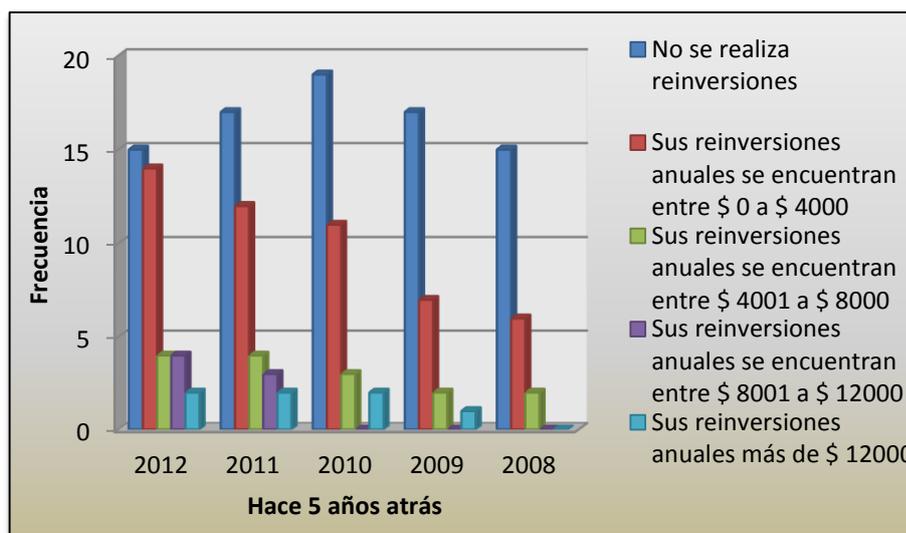
**Reinversiones que presentan los emprendimientos y microempresas en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No se realiza reinversiones	15	17	19	17	15
	Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 0 a \$ 4000	14	12	11	7	6
	Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 4001 a \$ 8000	4	4	3	2	2
	Sus reinversiones anuales se encuentran entre \$ 8001 a \$ 12000	4	3	-	-	-
	Sus reinversiones anuales más de \$ 12000	2	2	2	1	-
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 4 Incremento de reinversiones.**



*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

### **Análisis**

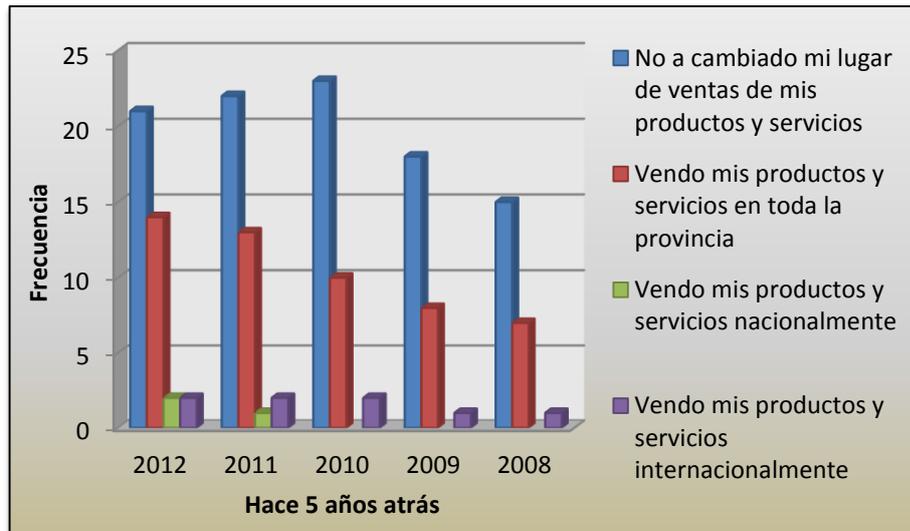
La siguiente pregunta se enfoca directamente con el desarrollo empresarial que ha tenido la población investigada durante estos últimos años, en términos de finanzas, concretamente los esfuerzos de reinversión en las empresas. La investigación permitió mostrar los siguientes resultados; las microempresas no realizan reinversiones específicamente en los años 2008, 2009 y 2010, destacando por otro lado que en los últimos 2 años sus reinversiones se han ido mejorando notablemente, y que en la actualidad algunos están creciendo en su parte financiera.

### **Comercialización de sus productos y servicios de los emprendimientos y microempresas en los últimos 5 años.**

<b>Tabla No. 5 Nivel de comercialización de productos y servicios.</b>		<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Válidos</b>	No ha cambiado mi lugar de ventas de mis productos y servicios	21	22	23	18	15
	Vendo mis productos y servicios en toda la provincia	14	13	10	8	7
	Vendo mis productos y servicios nacionalmente	2	1	-	-	-
	Vendo mis productos y servicios internacionalmente	2	2	2	1	1
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 5 Nivel de comercialización de productos y servicios.**



*Fuente: Investigación  
Elaborado por: William Morillo*

### **Análisis**

La comercialización de los productos y servicios de la población encuestada, en estos últimos 5 años, no ha cambiado significativamente, ya que ellos mantienen la comercialización de sus productos y servicios en los mismos lugares de fabricación y expedición. En la gráfica No. 5 se muestra que la comercialización es provincial y que muy pocos lograron vender sus productos a nivel nacional y menos aún en mercados internacionales. Gran parte de la población encuestada deberá trabajar duro y constantemente en estudios de mercado, para garantizar el crecimiento y comercialización de sus productos en lugares más atractivos y demandantes de productos similares a los que ellos ofertan, y de esta manera aumentar su competitividad en los mercados.

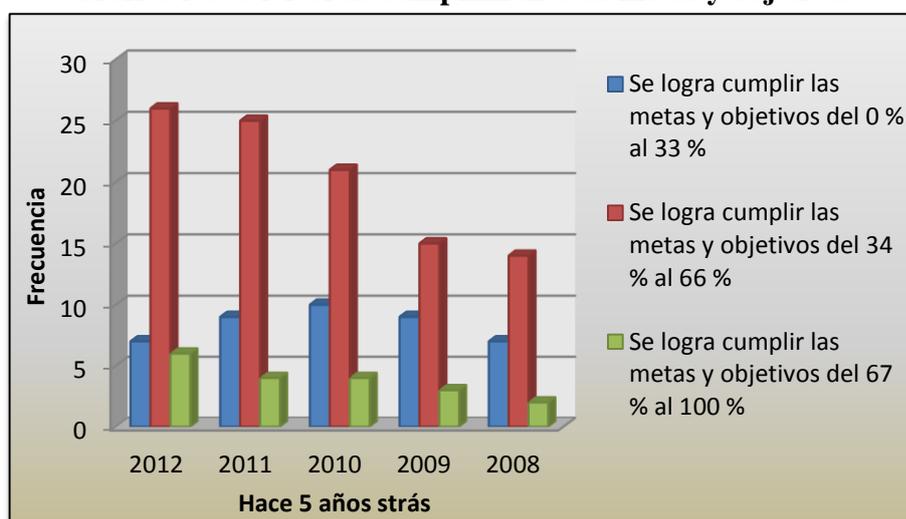
**Nivel de cumplimiento de las metas y objetivos de los negocios investigados en los últimos 5 años.**

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	Se logra cumplir las metas y objetivos del 0 % al 33 %	7	9	10	9	7
	Se logra cumplir las metas y objetivos del 34 % al 66 %	26	25	21	15	14
	Se logra cumplir las metas y objetivos del 67 % al 100 %	6	4	4	3	2
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 6 Nivel de cumplimiento de metas y objetivos.**



*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

### **Análisis**

En el indicador del nivel de cumplimiento de sus metas y objetivos, los encuestados se encuentran en un 33% a 66%, esto quiere decir que la mayor parte de la población encuestada cumple sus metas y objetivos en ese rango, podemos señalar entonces que la población encuestada debe trabajar constantemente para lograr cumplir al 100% sus metas y objetivos y de esta manera ser más competitivos y fuertes en sus mercados.

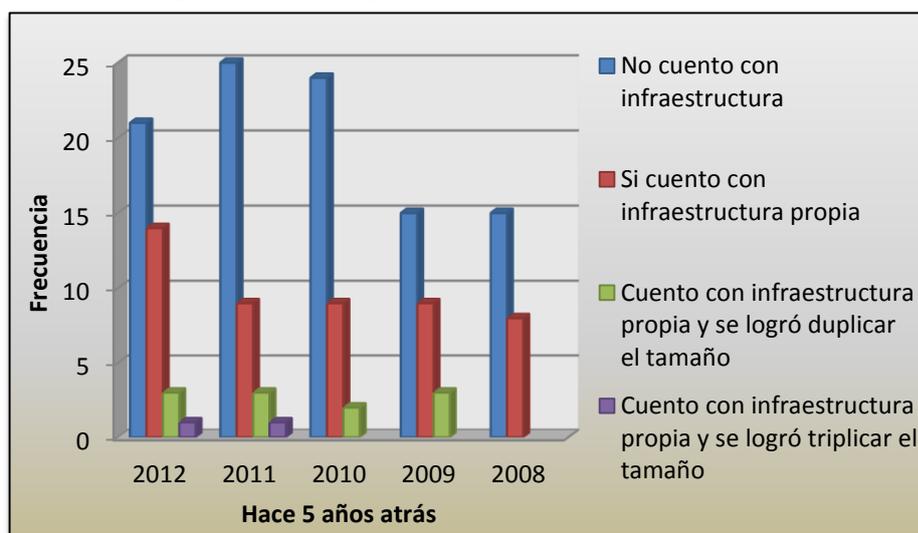
### Determinación de infraestructura

		2012	2011	2010	2009	2008
<b>Válidos</b>	No cuento con infraestructura	21	25	24	15	15
	Si cuento con infraestructura propia	14	9	9	9	8
	Cuento con infraestructura propia y se logró duplicar el tamaño	3	3	2	3	-
	Cuento con infraestructura propia y se logró triplicar el tamaño	1	1	-	-	-
<b>Perdidos</b>	<b>Sistema</b>	-	1	4	12	16
<b>Total</b>		39	39	39	39	39

*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

**Gráfico No. 7 Obtención de infraestructura**



*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

### Análisis

La mayor parte de los emprendimientos y microempresas no cuentan con infraestructura propia, y los pocos que sí cuentan, han logrado obtener su infraestructura en los últimos 3 años, esto nos da a entender que durante este tiempo muchos emprendimientos y microempresas han trabajado arduamente para conseguir sus propios activos fijos, seguramente debido al crecimiento. La infraestructura es un factor importante para emprender caminos de crecimiento y desarrollo empresarial,

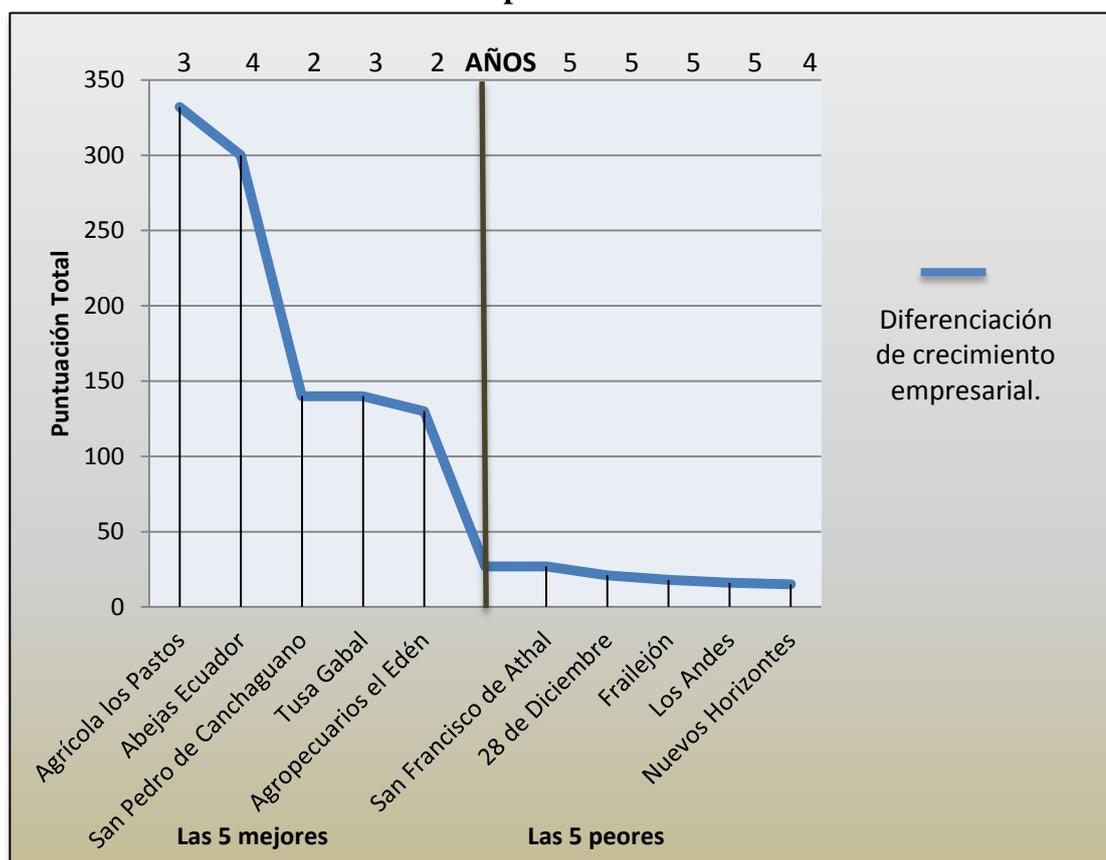
por lo tanto los gerentes y representantes de los emprendimientos y empresas deberán trabajar firmemente para lograr obtener sus propios bienes.

### Características y diferencias de los negocios más destacados.

Descripciones generales que presentan los emprendimientos y microempresas de mayor puntuación, frente a los emprendimientos que obtuvieron menores puntuaciones en el estudio de campo.

A continuación se detallarán las diferencias de crecimiento empresarial de los cinco mejores negocios con respecto a los cinco peores, que fueron encontrados en el estudio de campo 2013.

**Gráfico No. 8 Diferenciación entre negocios, en función al crecimiento empresarial.**



*Fuente: Investigación*

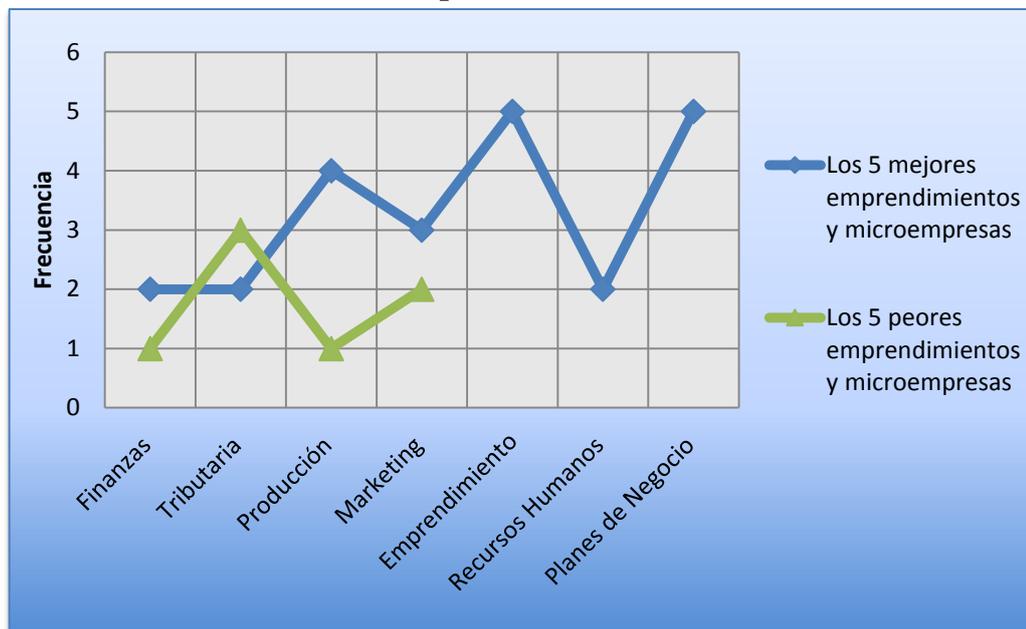
*Elaborado por: William Morillo*

Como podemos ver en el gráfico No. 8, la diferencia del crecimiento empresarial de cada uno de las microempresas y emprendimientos es muy representativa, ya que por

un lado las cinco primeras se encuentran en un nivel de crecimiento muy alto y por encima de las demás, mientras que las cinco últimas se encuentran por debajo de todos los emprendimientos y microempresas investigadas.

En la gráfica siguiente se plasma el nivel de cursos y capacitaciones que los representantes han obtenido durante los últimos 5 años, y cómo influye el nivel de conocimientos en un desarrollo empresarial.

**Gráfico No. 9 Diferencia de cursos y capacitaciones obtenidos en los diferentes emprendimientos.**



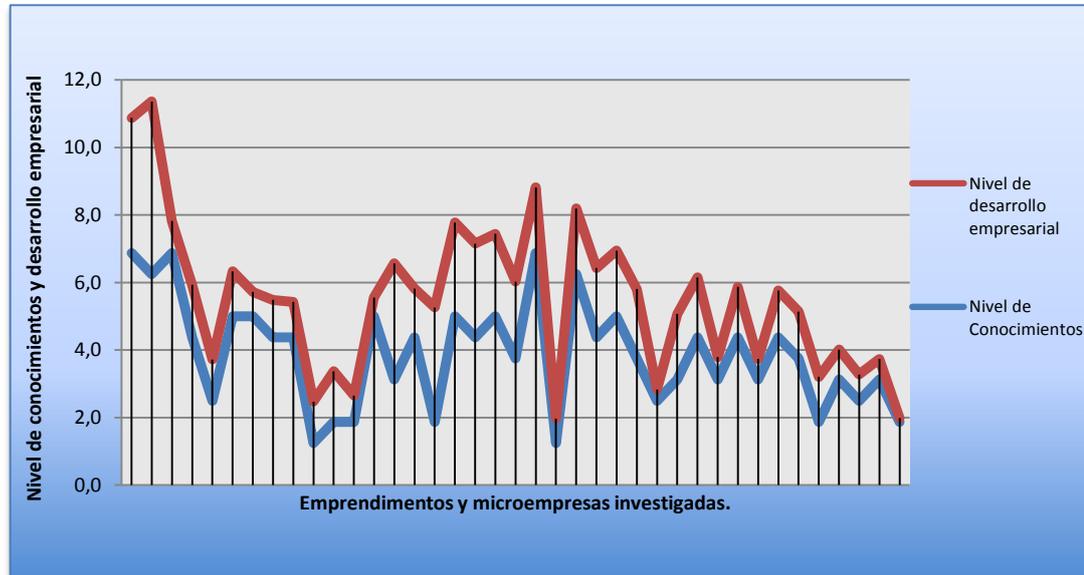
*Fuente: Investigación*  
*Elaborado por: William Morillo*

Como se puede ver en el gráfico No. 9, las microempresas y emprendimientos que se encuentran con un buen desempeño empresarial, se han capacitado y han adquirido cursos en diversidad de temas, esto quiere decir, que el conocer temas empresariales puede ser muy beneficioso para los representantes y gerentes de las empresas, ya que ellos tienen un panorama mucho más amplio de las acciones y gestiones que pueden realizar en beneficio de sus empresas.

La relación de las dos variables es directa, tomando en cuenta que una depende de la otra para formar una correlación positiva. Demostrando que; cuando el nivel de conocimiento de los emprendedores aumenta, el desarrollo empresarial crece al ritmo

que los gerentes y representantes adquieren y fortalecen sus conocimientos tal y como se muestra en la gráfico No. 10.

**Gráfico No. 10 Relación existente, entre el nivel de conocimientos y el desarrollo empresarial.**



*Fuente: Investigación*

*Elaborado por: William Morillo*

Consecuentemente la hipótesis a defender es positiva, ya que se pudo demostrar que el tener un limitado nivel de conocimientos administrativos empresariales si afecta el desarrollo de los emprendimientos, pero esos no son los únicos factores de influencia, al ser un fenómeno humano y mercadológico se ve influenciado por otros factores tales como, la toma de decisiones, innovación, el cumplimiento de metas y objetivos influyen en la sostenibilidad de un negocio.

## 5. Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1. Conclusiones

- En la investigación de campo, se pudo concluir que algunos negocios son sostenibles en el tiempo, aunque no presentan mayor desarrollo empresarial en los últimos años.
- Por medio de las entrevistas, se pudo comprobar que existe un sentimiento de conformismo, por parte de algunas personas emprendedoras, demostrando

que no tienen mucho interés por crecer y desarrollar sus negocios como empresas.

- Los emprendedores y personas que se encuentran al frente de las microempresas del Carchi, tienen desconocimiento en materias, administrativas y empresariales, por ende muchos de ellos se les dificulta poner en práctica sus planes de negocio, llevar a cabo procesos y procedimientos, como también la aplicación correcta de estrategias de crecimiento empresarial.
- Con respecto al nivel de educación adquirida en toda su vida profesional, se pudo establecer que el 49% de las personas encuestadas, cuentan con un nivel de educación general básica, y por ende tienen desconocimiento en diversidad de temas, lo que puede provocar que no gestionen correctamente la empresa, y que a su vez, se les dificulta el manejo de los recursos disponibles en ellas.
- Con lo que respecta al desarrollo empresarial en el Carchi, se logró establecer que existe un crecimiento muy notable en los últimos 2 años, en gran parte, debido a que el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, ha venido realizando diversidad de proyectos y programas, con orientación a ayudar a las personas emprendedoras en la provincia, generando crecimiento empresarial.
- Se pudo concluir también, que el nivel de conocimientos de las personas emprendedoras, si afecta el desarrollo empresarial, en un valor de correlación positiva de 0,41. Esto quiere decir, que muchas personas de bajo nivel de conocimientos, se les dificulta establecer tácticas de crecimiento y poner en marcha actividades que ayuden a cumplir sus metas y objetivos. Muchos de los emprendedores no llegan a cumplir sus objetivos ya que tienen dificultades en la toma de decisiones y manejo de sus recursos.
- Los emprendimientos y microempresas formados con el apoyo del GAD provincial del Carchi, “son impulsados a generar innovaciones productivas y

la implementación de valor agregado en los productos y servicios existentes,” (GADPC, 2013). Así se reconoce que muchos de los negocios estudiados han logrado generar innovaciones constantes, con la ayuda que brindan los técnicos en emprendimiento que trabajan en el GADPC.

- En la investigación de campo realizada, los encuestados concluyeron que existe un incorrecto manejo de los cursos y capacitaciones que genera el GAD provincial del Carchi, a los diferentes grupos de personas que no tienen el mismo nivel de preparación académica. Ellos manifestaron inconformidad en el manejo de los procesos y procedimientos de programas cognitivos que genera dicha institución.
- De acuerdo a la información otorgada por los emprendedores y microempresarios del Carchi, se logró establecer los requerimientos de capacitación más demandados, tales como; finanzas, administración, tributación, ventas, procesos productivos y marketing.
- Por último, podemos concluir que; los emprendedores y microempresarios del Carchi, requieren de la utilización constante de medios masivos de información, tales como documentos, páginas web, foros abiertos etc.

## **5.2. Recomendaciones**

- Los negocios que demuestran tener sostenibilidad en el tiempo, son negocios donde se observa desventajas frente a la competencia, es por esto que se recomienda promover acciones competitivas empresariales, como el acceso al financiamiento, reinversión empresarial y gestión administrativa.
- Es necesario mejorar el sentimiento de motivación empresarial, con enfoques de desarrollo personal y laboral, y promover en ellos el espíritu emprendedor para salir adelante con sus negocios. Mediante cursos y capacitaciones.
- Se ve necesario impulsar programas de fortalecimiento administrativo empresarial, donde las personas emprendedoras sean partícipes y adquieran

orientación y dirección en la implementación de sus planes de negocio y la aplicación de sus estrategias competitivas, que contribuyan a los principales ejes de desarrollo de la organización.

- Se recomienda, llevar a cabo programas de entrenamiento a las personas de nivel de educación básica, siendo ellos quienes presentan mayores problemas cognitivos. Una de las sugerencias, podría ser; vincular a estudiantes universitarios, para que ellos sean los nuevos transportadores de conocimientos e ideas de crecimiento empresarial, y a su vez que los estudiantes pongan en práctica lo aprendido en las aulas. La vinculación de estudiantes con personas de educación básica, generarían beneficios y resultados positivos para ambas partes vinculadas.
- Se pide, a las instituciones generadoras de proyectos y programas de emprendimiento como el GADPC, aprovechando que existe mayor crecimiento en los dos últimos años, se recomienda direccionar a los emprendedores a asumir nuevos retos, nuevas responsabilidades, nuevos compromisos afrontando deberes y responsabilidades para pasar de emprendedor a empresario.
- Se recomienda motivar a las personas, a optar por tener educación en emprendimiento, donde ellos puedan generar cambios significativos en su conocimiento, mejoren sus competencias y habilidades y generen compromiso en cumplir sus metas y objetivos empresariales.
- Las ayudas generadas por el GADPC, a los diferentes emprendimientos productivos, han sido muy significativas en los últimos años, por lo tanto, se recomienda ampliar los procesos y procedimientos de generación de emprendimientos, a nuevos sectores productivos, impulsando diversidad de negocios rentables en la provincia.
- Muchas instituciones que brindan curso y capacitaciones a los diferentes emprendedores y microempresarios del Carchi, realizan los programas de

forma general, sin tomar en cuenta el nivel de conocimientos de las personas o el nivel de educación que presentan muchas de ellas. Por consiguiente, se recomienda, realizar una investigación persuasiva antes de llevar a cabo un programa. Donde se analice el nivel de formación académica de las personas para implementar correctamente cursos y capacitaciones acorde a la similitud de las personas.

- Se recomienda realizar programas en actualización de conocimientos a los diversos grupos de personas emprendedoras, en temas de mayor demanda, como son: finanzas, administración, tributaria, ventas, procesos productivos y marketing, siendo estos temas los que les promoverían de conocimientos atractivos para ponerlos en práctica en sus negocios.
  
- Por último se recomienda al GADPC, trabajar con tecnologías y herramientas que solicitan los emprendedores, tales como; los documentos, páginas web, foros abiertos etc., de esta manera, las personas emprendedoras son más partícipes de su formación.

## **6. Bibliografía**

- Arrayanes J. (2007). Tu Potencial Emprendedor, México: Primera Edición.
- Adalberto C. (2009). Gestión del talento humano: Capacitación, México.
- Álvaro U. (2006). Ley 1014 2006: De fomento a la cultura del emprendimiento, Colombia.
- Amaru, A. (2008). Administración para emprendedores, México: Editorial Person.
- Armstrong, K. (2010). Fundamentos de marketing, México: Octava Edición. Person.
- Asamblea N. (2010). Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, Ecuador.
- Asamblea N. (2010). La constitución de la república del Ecuador, Ecuador.
- Business W. (2009) Plan de acción estratégico: Plan de acción estratégico, México.
- Consejo N. (2009). Plan nacional del buen vivir: Objetivo 11, Ecuador.

- Cortes, U. (2001). Ciencia de educación para adultos, Andrología, Ecuador: Primera Edición. Propad.
- Calleja, J. (2003). Contabilidad administrativa, México: Primera Edición.
- COOTAD. (2010). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización, Ecuador.
- Coulter, R. (2005). Administración, México: Octava Edición. Person.
- Chiavenato, I. (2008). Introducción a la teoría general de la administración, México: Tercera Edición.
- Daniel R. (2007). Investigación de mercado: definición de Marketing, México: Segunda Edición.
- Daniel B, (2012). Análisis de las causas que impiden a las microempresas de la ciudad de milagro, desarrollen su emprendimiento y la permanencia en el mercado competitivo, UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, Milagro-Ecuador.
- Elizabeth A. (2011). Educación en emprendimiento, en la universidad ecuatoriana: estado y oportunidades de mejora, ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL), Ecuador.
- Edison P. (2012). Fortalecimiento de emprendimientos productivos generadores de valor agregado en la provincia del Carchi: Gobierno autónomo descentralizado provincial del Carchi, Tulcán-Ecuador.
- Emprnde E. (2011). Cimientos de emprendimientos en Ecuador, Ecuador.
- Greg B. (2008). Como preparar un plan de negocio exitoso, México.
- Koontz W. (2008). Administración un perspectiva global y empresarial: definición de administración, México: Décima Edición.
- Leiva, J. (2012). Los emprendedores y la creación de empresas, Costa Rica.
- Montero, j. (2011). Emprendedores, Ecuador: Edición el consejo.
- Ochoa, G. (2012). Administración financiera correlación con las NIF, México: Tercera Edición.
- Reyes, A. (2006). Administración de empresas teoría y práctica, México: Segunda Editorial.
- Rene, Y. (2008). Guía del emprendimiento, Carchi-Ecuador: Edición CEFORCOM.
- Rafael A. (2011). Emprendedor éxitos: Trabajo en equipo y características del emprendedor, México. Primera Edición.