

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

“Los beneficiarios de las Capacitaciones del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) y su aporte en la generación de microempresas en la ciudad de Tulcán en los últimos cinco años”

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

**AUTOR:** Sánchez Díaz Mirian Yolanda

**ASESOR:** Msc. Cahuasquí Cevallos Edwin Marcelo

TULCÁN – ECUADOR

Año: 2014

## **CERTIFICADO**

Certifico que la estudiante Mirian Yolanda Sánchez Díaz con el número de cedula 040155361-5 ha elaborado bajo mi dirección la investigación para el trabajo de tesis: “Los beneficiarios de las capacitaciones del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional y su aporte en la generación de microempresas en la ciudad de Tulcán en los últimos cinco años”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento para trabajos de investigación de tesis, graduación, titulación e incorporación de la UPEC.

-----

Msc. Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos  
Tulcán, 19 de Noviembre de 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 Empresarial.

Yo, Mirian Yolanda Sánchez Díaz con cédula de identidad número 040155361-5 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

-----  
Mirian Yolanda Sánchez Díaz

Tulcán, 19 de Noviembre de 2014.

## **ACTA DE SECCIÓN DE DERECHOS**

Yo, Mirian Yolanda Sánchez Díaz, 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 de 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”.

-----

Mirian Yolanda Sánchez Díaz

Tulcán, 19 de Noviembre de 2014.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios por permitirme lograr alcanzar mis objetivos, a mi familia y amigos, en especial a mi madre Aura Libia Díaz por su fuerza, apoyo incondicional, consejos, comprensión, además que con su laboriosidad y esfuerzo ha asegurado mi formación y desarrollo personal.

A mi asesor de tesis Msc. Marcelo Cahuasquí, por ayuda, su dedicación y transferencia de experiencias y valiosos conocimientos durante el tiempo de desarrollo del proyecto.

Al SECAP – Tulcán y sus funcionarios quienes permitieron el acceso a información y el correcto desarrollo del proceso de investigación en la institución.

A la UPEC y mis maestros quienes aseguran la formación de estudiantes mediante la transferencia conocimiento y experiencias.

## **DEDICATORIA**

Dedico con mucho cariño el presente proyecto, a mi madre por su tenacidad y lucha incansable a fin de ofrecer lo mejor a sus hijas, sin duda un modelo a seguir en nuestra familia, su presencia y apoyo constituye el pilar principal en el proceso de formación personal y desarrollo profesional.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO .....	II
AUTORÍA DE TRABAJO .....	III
ACTA DE SECCIÓN DE DERECHOS .....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIV
ABSTRACT .....	XV
TUKUYSHUK RANAKU.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
CAPÍTULO I.....	- 3 -
1. EL PROBLEMA .....	- 3 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	- 3 -
1.2. FORMULACIÓN .....	- 5 -
1.3. DELIMITACIÓN .....	- 5 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 6 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 7 -
1.5.1. Objetivo General.....	- 7 -
1.5.2. Objetivos Específicos .....	- 7 -
CAPÍTULO II.....	- 8 -
2. MARCO TEÓRICO .....	- 8 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	- 8 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 11 -
2.2.1. Constitución de la República del Ecuador 2008.....	- 11 -
2.2.2. El Plan Nacional Para el Buen Vivir .....	- 12 -
2.2.3. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones .....	- 14 -
2.2.4. Ley De Creación y Funcionamiento Del SECAP.....	- 17 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	- 18 -
2.3.1. La concepción de Schumpeter de emprendimiento .....	- 19 -
2.3.2. La mentalidad emprendedora según Howard Stevenson.....	- 20 -
2.3.3. Enfoque de Gibb y Ritchie .....	- 20 -

2.3.4.	Enfoque conductista de Gartner .....	- 21 -
2.3.5.	El enfoque del evento empresarial de Shapero .....	- 22 -
2.4.	Fundamentación científica .....	- 23 -
2.4.1.	SECAP .....	- 23 -
2.4.2.	Formación y capacitación .....	- 26 -
2.4.3.	Educación para el emprendimiento.....	- 28 -
2.4.4.	Los programas emprendedores.....	- 29 -
2.4.5.	Emprendimiento .....	- 29 -
2.4.6.	Emprendedor.....	- 30 -
2.4.7.	El emprendedor nace o se hace .....	- 30 -
2.4.8.	Espíritu emprendedor .....	- 32 -
2.4.9.	Cualidades de un emprendedor.....	- 33 -
2.4.10.	Perfil del emprendedor .....	- 34 -
2.4.11.	Tipos de emprendedores.....	- 36 -
2.4.12.	El emprendedor y las empresas .....	- 37 -
2.4.13.	El emprendimiento es una cadena de valor .....	- 38 -
2.4.14.	Como se generan las empresas .....	- 39 -
2.5.	VOCABULARIO TÉCNICO .....	- 40 -
2.6.	VARIABLES .....	- 42 -
2.6.1.	Variable independiente:.....	- 42 -
2.6.2.	Variable dependiente:.....	- 42 -
	CAPÍTULO III.....	- 43 -
3.	MARCO METODOLÓGICO .....	- 43 -
3.1.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 43 -
3.1.1.	Tipos de Investigación.....	- 43 -
3.2.	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO DE LA INVESTIGACIÓN... -	44 -
3.2.1	Cálculo de la Muestra de estudiantes del SECAP .....	- 44 -
3.2.2	Muestreo .....	- 45 -
3.3.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	- 47 -
3.4.	RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	- 50 -
3.4.1.	Diseño del instrumento .....	- 50 -



3.4.2. Validación del instrumento.....	- 50 -
3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	- 51 -
3.5.1. Cuestionario aplicado a estudiantes del SECAP.....	- 52 -
3.5.2. Cuestionario aplicado al personal docente y administrativo del SECAP ..	- 68 -
3.6. TABLAS DE CONTINGENCIA – VALIDACIÓN DE IDEA A DEFENDER..	- 82 -
CAPITULO IV .....	- 88 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 88 -
4.1. CONCLUSIONES .....	- 88 -
4.2. RECOMENDACIONES .....	- 89 -
CAPÍTULO V .....	- 92 -
5. PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN .....	- 92 -
5.1. TÍTULO .....	- 92 -
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	- 92 -
5.3. OBJETIVOS.....	- 93 -
5.3.1. Objetivo General.....	- 93 -
5.3.2. Objetivos Específicos .....	- 93 -
5.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 93 -
5.5. FUNDAMENTACIÓN .....	- 95 -
5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 97 -
5.7. DIAGNÓSTICO.....	- 98 -
5.7.1. Análisis PESTEL .....	- 98 -
5.7.2. Análisis FODA .....	- 107-
5.8. ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EL SECAP Y ONG´S E	
INSTITUCIONES.....	- 112 -
5.8.1. ¿Qué es una alianza estratégica? .....	- 112 -
5.8.2. Convenios de cooperación institucional vigentes.....	- 112 -
5.8.3. Red estratégica para el emprendimiento. ....	- 114 -
5.8.4. Retos líneas estratégicas .....	- 115 -

5.9. GUÍA METODOLÓGICA PARA LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES.....	- 116 -
5.9.1. EMPRENDIMIENTO.....	- 118 -
5.9.2. PLAN DE NEGOCIOS.....	- 119 -
5.9.3. Estrategia del Negocio.....	- 121 -
5.9.4. Estudio de Mercado.....	- 123 -
5.9.5. Factibilidad Técnica.....	- 131 -
5.9.6. Estructura Organizacional .....	- 136 -
5.9.7. Factibilidad Económica.....	- 138 -
5.9.8. DISEÑO MICRO CURRICULAR GUÍA METODOLÓGICA “MI NEGOCIO PASO A PASO” .....	- 142 -
5.9.9. RECURSOS NECESARIOS.....	- 144 -
5.10. DELINEAR LOS MECANISMOS DE INCUBACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS GENERADOS.....	- 145 -
5.10.1. PROCESO DE INCUBACIÓN DE NEGOCIOS .....	- 145 -
VI. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA .....	- 150 -
VII. ANEXOS .....	- 155 -
Anexo 1: Convenio SECAP - Cámara de Industrias y Producción .....	- 155 -
Anexo 2: Convenio SECAP-Junta Nacional de Artesanos .....	- 156 -
Anexo 3: Convenio SECAP-Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) - Secretaría Nacional del Migrante (SENAMI) .....	- 157 -
Anexo 4: Convenio SECAP - Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial - SENAI.....	- 158 -
Anexo 5: Convenio SECAP - Centro Estatal de Educación Tecnológica Paula Souza del Estado de Sao Paulo - CEETEPS - Brasil.....	- 160 -
Anexo 6: Convenio SECAP - Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista - INCES - Venezuela .....	- 162 -
Anexo 7: Acta Entrega Recepción De Recursos.....	- 163 -

## ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN Nº 1: NIVELES DE ANÁLISIS DEL EMPRENDEDOR.	- 31 -
IMAGEN Nº 2: PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	- 35 -
IMAGEN Nº 3: PROCESO DE FORMACIÓN DE EMPRESA	- 39 -
IMAGEN Nº 4: MODELO DE FORMACIÓN Y DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS	- 97 -

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA Nº 001: CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDEDORES .....	- 33 -
TABLA Nº 002: ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA.....	- 46 -
TABLA Nº 003: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES .....	- 47 -
TABLA Nº 004: CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL SECAP .....	- 52 -
TABLA Nº 005: EDUCACIÓN E INTERÉS POR COSAS NUEVAS.....	- 53 -
TABLA Nº 006: CREATIVIDAD.....	- 54 -
TABLA Nº 007: IDEAS DE NEGOCIO INNOVADORAS.....	- 55 -
TABLA Nº 008: EMPRENDIMIENTO .....	- 56 -
TABLA Nº 009: INTERÉS POR CREAR EMPRESA .....	- 57 -
TABLA Nº 10: CONOCIMIENTO CREACIÓN EMPRESA.....	- 58 -
TABLA Nº 11: OBSTÁCULO PARA CREAR EMPRESA.....	- 59 -
TABLA Nº 12: DISEÑO PLAN DE NEGOCIOS .....	- 60 -
TABLA Nº 13: EJECUCIÓN PLAN DE NEGOCIOS .....	- 61 -
TABLA Nº 14: IMPORTANCIA PLAN DE NEGOCIOS .....	- 62 -
TABLA Nº 15: LOGRO OBJETIVOS PLAN DE NEGOCIOS .....	- 63 -
TABLA Nº 16: TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO EMPRESA.....	- 64 -
TABLA Nº 17: NÚMERO DE EMPLEADOS .....	- 65 -
TABLA Nº 18: CRECIMIENTO EMPRESARIAL.....	- 66 -
TABLA Nº 19: CRECIMIENTO EMPRESARIAL.....	- 67 -
TABLA Nº 20: PLANIFICACIÓN.....	- 68 -
TABLA Nº 21: DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES.....	- 69 -
TABLA Nº 22: FACTORES – CAPACITACIÓN .....	- 70 -
TABLA Nº 23: PROPÓSITO – CAPACITACIÓN .....	- 71 -
TABLA 24: ALCANCE - CAPACITACIÓN .....	- 72 -
TABLA 25: EJECUCIÓN CRONOGRAMA ESTABLECIDO .....	- 74 -
TABLA Nº 26: INDICADORES DE MEDICIÓN - CAPACITACIÓN.....	- 75 -
TABLA Nº 27: EVALUACIÓN DESEMPEÑO - INSTRUCTORES .....	- 76 -
TABLA 28: EVALUACIÓN DESEMPEÑO - ESTUDIANTES .....	- 77 -

TABLA Nº 29: EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO - GAP .....	- 78 -
TABLA Nº 30: MOTIVACIÓN A EMPRENDER .....	- 79 -
TABLA Nº 31: CAPACITACIÓN EN PLANES DE NEGOCIOS.....	- 80 -
TABLA Nº 32: INFORMACIÓN INSTITUCIONES QUE PROMUEVEN EL EMPRENDIMIENTO .....	- 81 -
TABLA Nº 33: CAPACITACIÓN - CREATIVIDAD .....	- 82 -
TABLA 34: CAPACITACIÓN - EMPRENDIMIENTO.....	- 84 -
TABLA 35: CAPACITACIÓN – PLANES DE NEGOCIOS .....	- 86 -
TABLA Nº36: INDICADORES LABORALES DE ECUADOR (DIC – 2013).....	- 99 -
TABLA 37: PRINCIPALES INDICADORES DEL MERCADO LABORAL POBLACIÓN URBANA - .....	- 100
-	
TABLA 38: PRINCIPALES INDICADORES DEL MERCADO LABORAL POBLACIÓN RURA-101	
TABLA 39: TULCÁN: INDICADORES DE POBLACIÓN.....	-103-
TABLA Nº40: TULCÁN: DIVISIÓN POLÍTICA.....	-103-
TABLA Nº 41CARCHI: PRINCIPALES INDICADORES SOCIALES.....	-103-
TABLA Nº 42 CARCHI: USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.....	-104-
TABLA Nº 43: ANÁLISIS CENTRO OPERATIVO SECAP TULCÁN Y SU ENTORNO LOCAL108	
TABLA Nº 44: BALANCE DE FACTORES SECAP -TULCÁN.....	-110-
TABLA Nº 45: FODA ESTRATÉGICO SECAP TULCÁN.....	-111-
TABLA Nº 46: FINANCIEROS.....	-144-

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO Nº 1: CAPACITACIÓN RECIBIDA EN EL SECAP.....	- 52 -
GRÁFICO Nº 2: INVESTIGACIÓN E INTERÉS POR COSAS NUEVAS .....	- 53 -
GRÁFICO Nº 3: CREATIVIDAD .....	- 54 -
GRÁFICO Nº 4: IDEAS DE NEGOCIO INNOVADORAS.....	- 55 -
GRÁFICO Nº 5: EMPRENDIMIENTO .....	- 56 -
GRÁFICO Nº 6: INTERÉS POR CREAR EMPRESA .....	- 57 -
GRÁFICO Nº 7: CONOCIMIENTO CREACIÓN EMPRESA .....	- 58 -
GRÁFICO Nº 8: OBSTÁCULO PARA CREAR EMPRESA.....	- 59 -
GRÁFICO Nº 9: DISEÑO PLAN DE NEGOCIOS .....	- 60 -
GRÁFICO Nº 10: EJECUCIÓN PLAN DE NEGOCIOS .....	- 61 -
GRÁFICO Nº 11: IMPORTANCIA PLAN DE NEGOCIOS .....	- 62 -
GRÁFICO Nº 12: LOGRO OBJETIVOS PLAN DE NEGOCIOS .....	- 63 -
GRÁFICO Nº 13: TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO EMPRESA .....	- 64 -
GRÁFICO Nº 14: EMPRESA.....	- 65 -
GRÁFICO Nº 15: CRECIMIENTO EMPRESARIAL .....	- 66 -
GRÁFICO Nº 16: CRECIMIENTO EMPRESARIAL .....	- 67 -
GRÁFICO Nº 17: PLANIFICACIÓN.....	- 68 -

GRÁFICO Nº 18: DIAGNÓSTICO DE NECESIDADES.....	- 69 -
GRÁFICO Nº 19: FACTORES – CAPACITACIÓN .....	- 70 -
GRÁFICO Nº 20: PROPÓSITO – CAPACITACIÓN .....	- 71 -
GRÁFICO Nº 21: ALCANCE - CAPACITACIÓN.....	- 72 -
GRÁFICO Nº 22: EJECUCIÓN CRONOGRAMA ESTABLECIDO.....	- 74 -
GRÁFICO Nº 23: INDICADORES DE MEDICIÓN - CAPACITACIÓN .....	- 75 -
GRÁFICO Nº 24: EVALUACIÓN DESEMPEÑO - INSTRUCTORES.....	- 76 -
GRÁFICO Nº 25: EVALUACIÓN DESEMPEÑO - ESTUDIANTES.....	- 77 -
GRÁFICO Nº 26: EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO - GAP.....	- 78 -
GRÁFICO Nº 27: MOTIVACIÓN A EMPRENDER.....	- 79 -
GRÁFICO Nº 28: CAPACITACIÓN EN PLANES DE NEGOCIOS.....	- 80 -
GRÁFICO Nº 29: INFORMACIÓN INSTITUCIONES QUE PROMUEVEN EL EMPRENDIMIENTO .....	- 81 -
GRÁFICO Nº 30: CAPACITACIÓN - CREATIVIDAD .....	- 82 -
GRÁFICO Nº 31: CAPACITACIÓN - EMPRENDIMIENTO.....	- 84 -
GRÁFICO Nº 32: GRÁFICO Nº 03: CAPACITACIÓN – PLANES DE NEGOCIOS.....	- 86 -

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se orienta a conocer el nivel de emprendimientos, creados en torno a los cursos de capacitación del Sector Social Productivo del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) en la ciudad de Tulcán en los años desde el 2008 al 2012.

El análisis de diferentes teorías, permitió conocer las dimensiones del emprendimiento y el impacto que genera en la sociedad, a través del aprovechamiento de oportunidades de negocios competitivos, que buscan promover el desarrollo socioeconómico.

Se estudió a beneficiarios de capacitaciones del SECAP y su generación de microempresa en Tulcán; mediante aplicación de cuestionarios, que permitieron conocer su opinión y criterios, acerca del emprendimiento y la metodología empleada por el SECAP para el desarrollo de sus programas de capacitación.

A través de la investigación científica se estudió a 314 beneficiarios de las capacitaciones del Sector Social – Productivo del SECAP en la ciudad de Tulcán, quienes expresaron su interés por crear negocios, relacionados con la comercialización de los productos aprendidos a realizar en cada capacitación.

De la oportunidad de hacer negocios con los productos finales de los cursos de capacitación del SECAP, se propone desarrollar un programa de capacitación, en el que se implemente el Modelo de Desarrollo del Emprendimiento, mismo que pretende elevar el nivel de creación de negocios de los alumnos del SECAP; la primera parte del modelo analiza la red de alianzas estratégicas de la institución, con ONG'S e iguales que a través de la transferencia de conocimiento fortalecen su metodología de enseñanza, en la segunda parte se diseñó una Guía Metodológica “Mi Negocio Paso a Paso” con la finalidad de facilitar el desarrollo de la estructura esencial de un plan de negocios y por ultimo establece los mecanismos generales para la incubación de negocios en sus etapas de puesta en marcha, financiamiento y acompañamiento hasta que el emprendedor esté listo para enfrentar el mercado y su entorno.

## **ABSTRACT**

This research aims to know the level of entrepreneurship, created through courses taught by the Sector Productive training of Ecuadorian Professional Training Service (SECAP) in Tulcán city in years 2008 at 2012.

The analysis of different theories, allowed knowing the dimensions of entrepreneurship and its impact on society through the use of competitive opportunities for businesses looking for promote socioeconomic development.

It has been developed the study beneficiaries of training through SECAP, and microenterprises generation in the city of Tulcán; through the application of questionnaires, which allowed us to know the opinion & criteria of the population, about entrepreneurship and methodology to developing training programs of the SECAP.

Through scientific research was possible to study to 314 recipients who have been training by Social Sector - Productive of the SECAP in Tulcán City, they have expressed their interest to begin business, related with marketing of products done in the training programs.

The opportunity to start business with finished products made through teaching given in the SECAP purpose is to develop through a program teaching , which implement a model of development of entrepreneurship , whose aim is to raise the same level of entrepreneurship by students SECAP ;The first part analyzes the network of institution strategic alliances with NGOs and at the same time through knowledge transfer to strengthen their teaching methodology , in fact a methodological guide" My Business Step by Step " in order to facilitate the development of the essential structure of a business plan, finally, establishes the general arrangements for business incubation stages of enterprises and commissioning, funding and support at entrepreneur who is ready to face the market and its area.

## TUKUYSHUK RANAKU

Kay katingapak maskangapak tiajun alli maskangapak ashka yuyay shugshingabu, rurrashka pachamanta uku yachangapak Sector Social Productivo del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) jawa llaktapi Tulcán watakunapi 2008 al 2012.

Alli yuyachish ashka yuyay nishka, alli rrikuchin shuk kuna alli y shuk mushuk llankana y shuk jatun rrikuna rurraran karikuna, jawamanta alli rurrarjun ashka yuyay katungapak ashka katukkuna, kay mashkan kuyuchingabu llugshinchingabu socioeconómico.

Llugshichinran shuk alli kushkakuna alli yuyaykuna churangapak y ningabu SECAP pachakunapi microempresas jawa llaktapi Tulcán; chaupimanta shuk tapunakuna, kay rurrarjun shuk rrigshingapak shuk nishka y shuk yuyay ashka karikuna, chaishk shuk mushuk llankana y shuk jatun yuyay rurrashka SECAP kayun shugshingabu illik yuyay shuk mushuk yuyay ningabu.

Kay mashkangapak jatun yuyay yachangapak kay alli garan yachangabu 314 kari allichina yuyaykuna churangabu Sector Social – Alli rurrangapak SECAP jawa llaktapi Tucán, kaykuna llugshichin jawaman shuk katungapak tiarichun, llankashkamanta katuchingapak kuskuna katungabu yachashkamanta rurrachingabu yuyayta churangabu.

Shuk yuyaymanta rurrangabu shuk katungapak rurrachish tukuchish shka kutishukkuna uku yachangabu yuyayta ningabu SECAP, kayta nin shugchichingabu shuk katingapak apush rringabu, kaypi churan Modelo de Desarrollo del Emprendimiento, kay lady shugshingabu jatunyangabu katungabu yachakkuna SECAP; shuk nishka shuk kuila yuyana katingapak yuyaykuna jatun ukukuna, ONG´S alli chunrangabu ka chaupimanta kush yuyaykuna chinchiyachin shuk makin rurrangabu yachangabu, ishka ladukuna kayta alli rurraran shuk katukkuna maikin rurrana ´ñika katungapak chakin chakin´´ yuyan tukuchingabu ñan rurrachishka rurrachishkakuna katukkunaita amiashina rin churashka chayladupi, kuskita kumbidish alli yuyan chapi gash.



## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en la actualidad es una alternativa de desarrollo socio económico, puede darse por oportunidad en la que el emprendedor con ingresos suficientes desea alcanzar su autorrealización mediante productos innovadores, o por necesidad en la que el emprendedor desea ser generador de sus propios ingresos, auto emplearse y buscar una oportunidad de desarrollo personal.

El emprendimiento por necesidad es más concebible en nuestro entorno social, la ciudad de Tulcán no cuenta con un amplio eje productivo que permita generar fuentes de empleo con salarios dignos, el subempleo es muy evidente y su economía se mueve con la actividad comercial realizada de manera informal.

Los cursos de capacitación del SECAP enfocados al Sector Productivo - Social tienen como objetivo final; la producción de bienes o servicios de gran variedad desde ropa, alimentos y artículos de trabajo manual, la filosofía de la institución facilitadora está orientada solo a la formación de fuerza laboral sin embargo, hay que considerar que en el entorno local muy pocos tienen la oportunidad de acceder a un trabajo digno. Siendo así el emprendimiento se convierte en una oportunidad de independencia laboral, autoempleo y superación personal.

La investigación muestra que en el periodo estudiado existe una gran demanda de los cursos de capacitación del SECAP, que apenas el 14% de la población en algún momento emprendió un negocio relacionado, de los negocios emprendidos solo el 9,23 % ha superado el primer año de creación, existe ganas de emprender en un 81%; sin embargo la mayoría de personas no conocen como crear una empresa o negocio y opinan que el mayor limitante es el financiamiento.

Los pequeños negocios que se han creado son jóvenes en su mayoría, apenas el 20% supera el quinto año, el plan de negocios no fue utilizado como herramienta de direccionamiento del negocio.

La propuesta de la investigación plantea el diseño de un Modelo de Desarrollo del Emprendimiento para los beneficiarios de las capacitaciones del Sector Social – Productivo del SECAP Tulcán y pretende elevar el nivel de emprendimiento. Para esto es necesario fortalecer alianzas estratégicas con instituciones que promueven el emprendimiento en el país, aquellas que tienen experiencia en el entrenamiento de emprendedores y las que aportan los recursos para su financiamiento, desarrollando así una red de apoyo para los emprendedores.

# **CAPÍTULO I**

## **1. EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La cultura de emprendimiento aún no se encuentra arraigada en el territorio nacional, provincial ni en la ciudad de Tulcán, las personas no cuentan con la motivación y espíritu emprendedor suficiente, la experiencia, ni la guía necesaria para crear negocios.

La mayor parte de jóvenes y adultos en edad de generar negocios o empresa prefieren desarrollar actividades laborales en relación de dependencia, pese a que la calidad de muchos empleos es muy deficiente y las personas no tienen la oportunidad de superación.

La escasa generación de microempresas afecta de manera negativa al desarrollo social y económico de la ciudad de Tulcán, la economía se estanca y no crece, la calidad de vida de la población se torna deficiente, pobre y sin oportunidades de mejorar. Los pocos empleos que se generan no son suficientes para satisfacer la demanda de empleo que se encuentra en crecimiento y muchas personas se quedarán sin un trabajo que les permita sostener a sus familias.

El desempleo da lugar al desarrollo de actividades de comercio informal, el contrabando de bienes y combustible por la condición de frontera con Colombia y mientras no se busque otras alternativas de generación de ingresos seguirá creciendo sin control, perjudicando a la sociedad.

El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) en su oferta de capacitación profesional trabaja en áreas en las cuales es posible la generación de negocios como; Agropecuaria y Agroindustrias, Alimentación, Gastronomía y Turismo, Construcciones e Infraestructura, Comunicación y Artes Gráficas, Mecánica Automotriz, Procesos Industriales, Artes y Artesanías. Los programas

de capacitación son muy prácticos lo cual permite al beneficiario desarrollar sus destrezas y habilidades en la elaboración de distintos productos relacionados con el programa del cual forma parte.

El SECAP cuenta con muchos beneficiarios de sus capacitaciones del sector Social – Productivo y de cada curso de capacitación se obtiene un producto o servicio, sin embargo el nivel generación de negocios y microempresas es muy bajo.

La oferta de capacitación del SECAP es excelente, pero su aporte al emprendimiento se torna escaso, muy pocas de las personas que reciben capacitación en el SECAP ha generado un negocio relacionado con los productos finales de los cursos de capacitación.

En la actualidad el emprendimiento es una estrategia potencial para el desarrollo socio económico de las ciudades, regiones y países a través de la generación de fuentes de empleo e ingresos, fortalecimiento del sector empresarial y el desarrollo de actividades lícitas, capaces de satisfacer necesidades de una sociedad.

En la investigación preliminar realizada, se pudo determinar que la misión del SECAP está orientada a la capacitación de trabajadores para el desarrollo de sus competencias, conocimientos, habilidades y destrezas; con ese enfoque el tema de emprendimiento y la formación microempresarial no tiene mayor relevancia en sus programaciones y mallas curriculares, convirtiéndose en una limitante para el emprendimiento.

El desconocimiento de las personas acerca del proceso de creación de negocios, su administración y fuentes de financiamiento, el enfoque de las capacitaciones limitado al desarrollo de habilidades operativas, su bajo perfil emprendedor como; el miedo a asumir riesgos, actuar y tomar decisiones en función de buscar su propio beneficio, genera un bajo nivel de emprendimiento en los beneficiarios de las capacitaciones del Sector Social Productivo del

SECAP, impidiendo el aprovechamiento de oportunidades de superación, autoempleo y desarrollo socioeconómico.

## **1.2. FORMULACIÓN**

El SECAP es una institución pública muy importante que invierte muchos recursos en el desarrollo de programas de capacitación en áreas técnicas, artesanales e industriales, en las cuales cave la oportunidad de generar nichos de negocios que mejorarían la calidad de vida de la sociedad tulcanesa, sin embargo esas oportunidades no son aprovechadas y los recursos invertidos en las diferentes capacitaciones no son retribuidos a la sociedad, a través de la creación de negocios y microempresas que generen fuentes de ingresos y empleo que fortalezcan el desarrollo socioeconómico de Tulcán, dando origen a un problema objeto de estudio. En virtud de este antecedente se plantea el siguiente problema:

### **Problema:**

Baja generación de microempresas por los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP en la ciudad de Tulcán en los últimos cinco años (2008-2012).

**Variable Independiente:** “Los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP”.

**Variable Dependiente:** “Generación de microempresas”.

## **1.3. DELIMITACIÓN**

La investigación se va a desarrollar en la provincia del Carchi, específicamente en el cantón Tulcán, se estudiará al número total de beneficiarios de las capacitaciones del SECAP del sector social – productivo, en las que sea posible generar microempresa como: en Agropecuaria y Agroindustrias, Alimentación Gastronomía y Turismo, Construcciones e infraestructura, Comunicación y Artes Gráficas, Mecánica Automotriz, Procesos Industriales, Artes y Artesanías, durante los últimos cinco años desde el año 2008 al 2012. El tiempo promedio

en que se desarrollará la investigación del problema y se propondrá una posible solución es de doce meses.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

Es importante investigar el problema porque la ciudad de Tulcán cuenta con entidades estatales que tienen como misión promover e incentivar la generación micro empresarial y el desarrollo productivo, ya sea con fuentes de financiamiento o capacitación, una de ellas el SECAP, este centro es encargado de desarrollar programas de capacitación profesional y entre su oferta se encuentran capacitación en Agropecuaria y Agroindustrias, Alimentación Gastronomía y Turismo, Construcciones e infraestructura, Comunicación y artes gráficas, Mecánica Automotriz, Procesos Industriales, Artes y Artesanías.

La investigación es necesaria para poder conocer la gestión del SECAP en función del emprendimiento, analizar sus fortalezas, debilidades y beneficiarios que permitirá identificar los efectos ocasionados en la generación de microempresa en Tulcán y a su vez proponer una solución al problema.

Esta investigación genera impactos positivos de carácter económico ya que estudiar al SECAP y diseñar un modelo para el desarrollo del emprendimiento, hará posible que sus beneficiarios cuenten con las bases necesarias para generar sus propios negocios, lo que sin duda será de gran aporte a la economía de la ciudad. El impacto social de esta investigación es relevante porque el emprendimiento beneficia a la sociedad directamente debido a que genera desarrollo en el entorno, permite a las personas ser independientes, contar con ingresos suficientes para el sustento de sus familias, generar empleo para más personas y mejorar la calidad de vida de la sociedad. El impacto educativo que generará la investigación es amplio porque servirá de fuente de consulta, información y capacitación para los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP y para otros estudiantes que desarrollen investigaciones relacionadas.

El proyecto beneficia directamente a la institución estudiada; el SECAP, a las personas que allí se capacitan, a la UPEC por el involucramiento en la solución de problemas del entorno ya que pueden establecerse convenios de vinculación con la colectividad entre las dos instituciones con la finalidad de capacitar en temas relacionados a emprendimiento y formación microempresarial; y por ende a la sociedad Tulcanaña ya que el emprendimiento genera desarrollo.

Existe la factibilidad de desarrollar la investigación y poder proponer una posible solución al problema porque se cuenta con las suficientes fuentes de investigación bibliográfica, la cooperación de la institución investigada y los recursos económicos necesarios para desarrollarla.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo General**

Investigar el nivel de generación de microempresas de los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP, en la ciudad de Tulcán durante los últimos cinco años (2008 - 2012).

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- Presentar los fundamentos teóricos, para comprender y entender el objeto de estudio.
- Analizar el nivel de generación de microempresas de los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP en la ciudad de Tulcán durante los últimos cinco años (2008- 2012).
- Diseñar un Modelo de Desarrollo del Emprendimiento para los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Existen muchas investigaciones pasadas relacionadas a la problemática objeto de estudio, que muestran la importancia e impacto del emprendimiento y la generación de negocios en el sistema económico productivo de un país, es por esto que se recopiló las más relevantes y se las muestra a continuación:

TEMA: “EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO: POTENCIAL CREATIVO PARA EL DESARROLLO NACIONAL”

AUTOR: Ing. Juan Bautista Franco Clavijo, Grupo Integrado de Emprendimiento Empresarial y Fondo Emprender y SENA – Dirección General

AÑO: 2006.

OBJETIVO: Analizar la evolución del emprendimiento en Colombia y su impacto en el desarrollo socioeconómico.

Comentario:

El emprendimiento y la generación empresarial en Colombia a partir de su inicio en la década de los ochenta da buenos resultados hasta el día de hoy, la creación de empresas con menos de 10 empleados es muy alta, muchas de estas son lideradas por jóvenes que logran tener mucho éxito en sus negocios.

La tarea del emprendimiento es de todos aquellos que viven en una nación, los jóvenes o adultos son los que toman la decisión de crear y generar, los puntales de apoyo vienen de parte del gobierno, la empresa privada, países extranjeros y la sociedad misma que con trabajo en equipo logran mejorar su calidad de vida.

Colombia le apostó al emprendimiento invirtiendo millones y millones de dinero, pero su esfuerzo da frutos, pese a barreras sociales como la violencia y



narcotráfico es en la actualidad un país con desarrollo económico, tecnológico y con una productividad superior a muchos países latinos.

TEMA: “ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN SECTORES DE COMERCIO EN AMÉRICA LATINA: UNA APROXIMACIÓN DESDE EL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR”.

AUTOR: José Ernesto Amorós; Adrián Leguina; Irma Gutiérrez

AÑO: 2010

OBJETIVO: Desarrollar un análisis exploratorio y descriptivo de las actividades de comercio de bienes y servicios destinadas a los consumidores finales que realizan los emprendedores en una muestra de países de América Latina.

Comentario:

La investigación se centra en el estudio del emprendimiento en el sector comercial, uno de los países de la muestra estudiada es Ecuador, los resultados muestran que la forma más común de emprender es desarrollar una actividad de comercio, por su facilidad y el menor requerimiento de recursos. Sin embargo no es totalmente bueno ya que se descuidan otros sectores productivos en los que se puede generar negocios y obtener mejores índices de utilidad y rentabilidad.

Si se observa el entorno de la ciudad de Tulcán, se puede encontrar con un sin número de almacenes y tiendas que ejercen la actividad comercial, la desventaja está en que se ha olvidado otros sectores como la innovación e industrialización de productos y nuevos servicios que son deseados por los consumidores y tienen un amplio mercado menos competitivo en el que el emprendedor sin duda obtendrá mayores beneficios.

TEMA: "GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR ECUADOR 2010"

AUTOR: Virginia Lasio, Ma. Elizabeth Arteaga y Guido Caicedo

AÑO: 2010

OBJETIVO: Analizar el índice de actividad emprendedora temprana y determinar el potencial del emprendimiento en el Ecuador.

Comentario:

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del proyecto es una evaluación anual de las actividades empresariales, las aspiraciones y actitudes de los individuos a través de una amplia gama de países. Iniciado en 1999 como una asociación entre la London Business School y el Babson College, estas ONG'S desarrollan investigaciones en muchos países del mundo uno de ellos Ecuador, en su última investigación al Ecuador en el año 2010 revelaron datos muy importantes que afirman que Ecuador está impulsando y promoviendo el emprendimiento, el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) fue de 21.30% incrementándose en relación al 2009 en un 5.5%.

El emprendimiento en Ecuador está creciendo y en la actualidad mucha gente habla, práctica y trata de perfeccionarlo, ya que muchas microempresas se crearon con planes de negocios, lo que permite tener un mayor grado de probabilidad de éxito en el mercado.

La participación del gobierno y su preocupación por motivar el emprendimiento es muy importante y los resultados se hacen notables, muchos ecuatorianos cuentan con sus propios negocios, algunos con ingresos familiares superiores a \$ 7200 dólares al año, las mujeres también participan en el emprendimiento con un 45%, si bien es un buen avance hacia el desarrollo económico y social del Ecuador.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El proyecto de investigación está basado en la normativa legal del país creada para fomentar el emprendimiento, la capacitación y el trabajo en relación de dependencia o autónomo. En función del cumplimiento con la legislación nacional se estudiaron mandatos, políticas, normas y reglamentos que amparan la investigación y a continuación se dan a conocer los principales.

### **2.2.1. Constitución de la República del Ecuador 2008**

Art. 27.- La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución

determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

La Constitución de la República se orienta a la búsqueda de desarrollo sostenible tanto social como en los sectores productivos, para ello prioriza a la educación ya que es necesaria para el desarrollo del ser humano de conocimientos, habilidades, destrezas, aptitudes lo cual le permitirá crecer y generar bienestar a través de la generación de empleo digno para la sociedad. Se garantiza el acceso a recursos necesarios para la generación empresarial ya sea pública, privada, mixta, popular y solidaria.

En el afán de lograr lo mencionado, el estado promulga leyes, políticas, destina recursos y deroga funciones a instituciones que se encargan de promover la capacitación de las personas, apoyar e impulsar la generación de negocios y fondar las inversiones todo en función de hacer cumplir lo que la Constitución manda para el desarrollo socioeconómico del país.

### **2.2.2. El Plan Nacional Para el Buen Vivir**

El proyecto de investigación está relacionado con los siguientes objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir:

“Objetivo 1: Auspiciar la igualdad, la cohesión y la integración social y territorial en la diversidad.

1.3. Promover la inclusión social y económica con enfoque de género, intercultural e inter generacional para generar condiciones de equidad.

f. Reducir las brechas de ingreso y de segregación ocupacional que afectan a mujeres, grupos de atención prioritaria, pueblos y nacionalidades.

Objetivo 2: Mejorar las capacidades y potencialidades de la población

- 2.4. Generar procesos de capacitación y formación continua para la vida, con enfoque de género, generacional e intercultural articulados a los objetivos del Buen Vivir.
- a. Diseñar y aplicar procesos de formación profesional y capacitación continua que consideren las necesidades de la población y las especificidades de los territorios.

Objetivo 6: Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas

- 6.1. Valorar todas las formas de trabajo, generar condiciones dignas para el trabajo y velar por el cumplimiento de los derechos laborales.
- d. Apoyar iniciativas de trabajo autónomo preexistentes mejorando sus condiciones de infraestructura, organización y el acceso a crédito en condiciones de equidad.
- 6.5. Crear iniciativas de trabajo autónomo y comunitario, que aprovechen y fortalezcan conocimientos y experiencias locales, en relación prioritaria con la demanda y necesidades locales.
- c. Fortalecer y promover iniciativas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, que se orienten a generar empleos nuevos y estables.
- g. Crear iniciativas de trabajo autónomo y comunitario, que aprovechen y fortalezcan conocimientos y experiencias locales, en relación prioritaria con la demanda y necesidades locales.
- h. Apoyar líneas de producción artesanales que hacen partes de las culturas locales, la promoción, rescate y fomento de técnicas, diseños y producción, así como a la revalorización y al uso de productos y servicios artesanales utilitarios y de consumo cotidiano.
- 6.7. Impulsar procesos de capacitación y formación para el trabajo

- e. Crear programas específicos de capacitación para trabajadores y trabajadoras autónomos, especialmente de quienes optan por el asociativismo.

Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible

11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

- b. Impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, tanto a nivel nacional como en esquemas de integración regional.

El Plan Nacional del Buen Vivir, establece objetivos que se orientan al desarrollo de capacidades, aptitudes, habilidades y la adopción de una cultura de emprendimiento en el país, muy necesaria para la generación de microempresa y fortalecer los sectores productivos con unidades más competitivas en su entorno.

El desarrollo profesional y personal es un factor importante para la sostenibilidad de la economía nacional por ello trabaja en la aplicación procesos de formación profesional y capacitación continua que consideren las necesidades de la población a si encontramos al SECAP como una de las instituciones gubernamentales encargadas de estas funciones, por lo expuesto la investigación es de gran importancia y coherente con los objetivos del Plan Nacional Del Buen Vivir.

### **2.2.3. Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

El proyecto de investigación mantiene relación con los siguientes artículos del Código Orgánico de La producción Comercio e Inversiones que expresa:

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto 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.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. 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;
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley.

#### Del Desarrollo Productivo, Mecanismo y Órganos De Competencia

Art. 5.- Rol del estado.- El estado fomentara el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- d) La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva.
- f. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;
- g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva.

#### Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- b) Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar,



facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

- e) Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones busca impulsar y garantizar el desarrollo sostenible de los sectores productivos del país, para ello establecer objetivos, asigna funciones a entidades de estado e incentiva a través de exoneraciones fiscales que benefician y hacen más atractiva la creación de MIPYMES en el Ecuador.

Para lograr el alcance de los objetivos se requiere el involucramiento del Estado, la sociedad, la empresa privada y las instituciones educativas ya que cada uno de estos elementos pueden fortalecer el entorno de las MIPYMES y orientarnos en el logro de la evolución del sector productivo y su colocación en un nivel más alto capaz de generar empleos dignos, productos de calidad para sus consumidores y generar ingresos que dinamizan la economía nacional.

#### **2.2.4. Ley De Creación y Funcionamiento Del SECAP**

A continuación se presentan objetivos y funciones que persigue la institución objeto de estudio de la investigación.

De los Objetivos y Funciones

Art. 3.- El objetivo fundamental del SECAP, es la capacitación profesional intensiva y acelerada de la mano de obra y de los mandos medios para las actividades industriales, comerciales y de servicios.

Las actividades del SECAP se dirigirán a la capacitación del personal en servicio o en aptitud de incorporarse al mismo y, se orientarán al desarrollo de habilidades y destrezas para el eficiente desempeño de trabajos concretos en los sectores anteriormente mencionados.

1. Formar aceleradamente mandos medios y mano de obra calificada para la industria.
2. Capacitar profesionalmente a los trabajadores activos en las áreas de su competencia.
3. formar instructores que estén en capacidad de actuar en los diversos centros de capacitación que funcionen en el país;
4. Colaborar con las empresas que actúan en el área de su competencia en el planeamiento y ejecución de cursos de capacitación profesional para los trabajadores.
5. Re entrenar personal calificado a fin de actualizar sus conocimientos, de acuerdo con las necesidades de trabajo que se presenten en las áreas de su competencia;
6. Cooperar activamente con los Departamentos especializados de los Ministerios y Entidades Públicas, en todo lo relativo a trabajos estadísticos, investigaciones y política de empleo y de recursos humanos, así como en todo lo relacionado con capacitación profesional.
7. Coordinar con el sector privado en trabajos estadísticos y de investigación relacionados con la capacitación profesional.

El SECAP se crea con la finalidad de capacitar mano de obra según su ley de creación, las funciones que a esta institución se le asignan no va más allá de formar y capacitar a actuales y futuros empleados, sin embargo esta institución desarrolla capacitaciones donde es posible dar cabida a la creación de negocios que aporten al desarrollo socioeconómico de la sociedad pero no existen en su información legal funciones que promulguen la formación de PYMES con los cursos de capacitación que allí se dictan y se quedan en capacitaciones que muchas personas olvidaran sin que generen impacto en su vida social y aporten a su economía.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

El emprendimiento como la fuente de nacimiento de empresas tiene muchos enfoques y teorías que se han desarrollado a lo largo de la historia desde su

nacimiento hasta la actualidad, se muestra a continuación una recopilación de las posturas de diferentes autores.

### **2.3.1. La concepción de Schumpeter de emprendimiento**

Schumpeter definía al emprendedor como una persona extraordinaria que promovía nuevas combinaciones o innovaciones y determino que:

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. Este tipo de actividades son las responsables primarias de la prosperidad recurrente que revoluciona el organismo económico y las recesiones recurrentes que se deben al impacto desequilibrado de los nuevos productos o métodos. Hacerse cargo de estas cosas nuevas es difícil y constituye una función económica distinta, primero, porque se encuentran fuera de las actividades rutinarias que todos entienden, y en segundo lugar, porque el entorno se resiste de muchas maneras desde un simple rechazo a financiar o comprar una idea nueva, hasta el ataque físico al hombre que intenta producirlo. Para actuar con confianza más allá del rango de sucesos familiares y superar la resistencia se requieren de aptitudes que están presentes solo en una pequeña fracción de la población y que define tanto el tipo emprendedor como la función emprendedora.

Esta función no consiste esencialmente en inventar algo o en crear las condiciones en las cuales la empresa puede explotar lo innovador; consiste básicamente en conseguir que las cosas se hagan (Schumpeter, 1950, citado en Castillo, 1999, p. 5).

### **2.3.2. La mentalidad emprendedora según Howard Stevenson**

Howard Stevenson, interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. La enseñanza del emprendimiento no está ligada al número de empresas creadas, o a la pequeña y mediana Empresa, sino que está ligada a:

- La facultad de crecer y de crear riqueza, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (escuela de Schumpeter) o de equilibrio (escuela Austríaca).
- La orientación al crecimiento (teoría de Drucker y Stevenson)
- El encaje de tres puntos básicos: el mercado, las personas y los recursos (Modelo Timmons) (Castillo, 1999, p. 8).

### **2.3.3. Enfoque de Gibb y Ritchie**

Gibb y Ritchie (1982, citado en, Kantis, Angelelli&Gatto, 2000) plantean que:

El surgimiento y desarrollo exitoso de la firma es el resultado de cuatro factores claves: la idea en sí misma, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del empresario y sus asociados y el nivel de motivación y compromiso. La importancia de estos factores claves sobre el éxito y el tiempo insumido en alcanzarlo diferirá con las circunstancias. Cuanto más innovativa sea la idea, por ejemplo, la mayor influencia de la tecnología y el tamaño del mercado potencial harán más complejo el ingreso al mismo.

Lo anterior tiene además implicancias sobre las necesidades de recursos. Algunos proyectos requieren menos recursos, otros necesitan grandes sumas de dinero, no sólo para el escalamiento productivo sino también para la investigación y desarrollo. Los recursos que el potencial empresario tiene para el proyecto también varían considerablemente, así como las necesidades de apoyo externo (dependiendo de la escala y naturaleza del negocio en relación a los recursos personales). Las

habilidades del empresario en relación al proyecto también variarán. La historia laboral previa del empresario es importante en términos de la experiencia gerencial y técnica para el desarrollo del proyecto. El apoyo ofrecido desde la familia y los amigos puede también ser un factor crítico así como el grado en que sus habilidades pueden ser aplicadas a la empresa (pp. 9-10).

#### **2.3.4. Enfoque conductista de Gartner**

Gartner señala que la empresariedad es el proceso de creación de organizaciones. Lo que diferencia a los empresarios de los no empresarios es que los primeros crean organizaciones, mientras que los segundos no lo hacen.

El enfoque que debe utilizarse para el estudio del entrepreneurship debe focalizarse en las actividades asociadas al proceso de creación, en oposición a quienes se focalizan en las características personales. El autor construye una tabla en la que reúne los trabajos de los autores que asocian el evento empresarial a las características de los individuos (empresarios) y demuestra que existen contradicciones entre las características identificadas en distintos trabajos. Indica que si se elabora un perfil general a partir de la tabla construida, dicho perfil no permite distinguir, por ejemplo, entre un empresario, el dueño de un pequeño negocio y un gerente.

Según Gartner estos enfoques parten de una pregunta equivocada: ¿quién es el emprendedor?, proponiendo que la pregunta correcta debiera ser: ¿cómo nacen las organizaciones? El foco del estudio debiera entonces incluir las siguientes dimensiones: el/los individuos involucrados en la creación, las actividades desarrolladas por esos individuos durante el proceso, la estructura organizacional y estrategia resultante, y el ambiente en que se desarrolla. (Kantis, Angelelli&Gatto, 2000, p.8).

### **2.3.5. El enfoque del evento empresarial de Shapero**

Para Shapero la formación de empresas es la culminación de un proceso único que varía dependiendo del sector industrial, del lugar y del período en que éste se desarrolle. Es un evento contextual, resultado de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos. El modelo que presenta indica un proceso con cinco condiciones necesarias, pero no suficientes, para que un evento empresarial ocurra:

- Toma de iniciativa: la decisión de un grupo para identificar y llevar a cabo la oportunidad de negocio.
- Acumulación de recursos: el proceso de determinar las necesidades, conseguir y asignar los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios,
- Administración: la capacidad de dar una organización y una dirección (gerencia) a la nueva empresa, o sea volverla realidad, por aquellos que toman la iniciativa.
- Autonomía relativa: la libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización.
- Toma de riesgos: la disposición para enfrentar las recompensas o las pérdidas que el negocio produzca (Varela, 2001, pp. 84-85).

Los autores mencionados han desarrollado teorías con enfoques diferentes que determinan el surgimiento de emprendimiento, su predecesor, su evolución y su función en la economía de una región; el precursor de empresa juega un papel importante en la economía como agente dinamizador de mercados, satisfacción de necesidades, creación de nuevas, generación de ingresos y beneficios por la prestación de un servicio o la venta de un producto con un valor agregado o diferente de los ya existentes.

Desde mi perspectiva el enfoque del evento empresarial de Shapero tiene un alcance muy amplio, su teoría involucra a cada factor que forma parte del entorno que rodea a una empresa ya esta sea grande, mediana o pequeña,

para su creación requiere de la intervención de factores sociales, económicos, políticos, culturales y situacionales que marcan el descubrimiento de oportunidades, la generación de valor y el éxito o fracaso de las empresas.

Este enfoque es adaptable al entorno donde se encuentra el problema objeto de estudio, por tal razón se lo tomara como modelo a seguir para el desarrollo del proyecto de investigación.

Esta teoría es diferente de las demás porque señala que el emprendimiento es un proceso evolutivo marcado por etapas que el emprendedor debe seguir para la creación de empresa, como punto de partida se encuentra la *toma de iniciativa* del emprendedor para identificar y crear el negocio, la *acumulación de recursos* necesarios para el funcionamiento del negocio, *administración* comprendida en la capacidad del emprendedor de organizar, dirigir y controlar la nueva empresa, *autonomía relativa* que hace referencia a la toma de decisiones en función de la organización y la *Toma de riesgos* destreza para asumir los fracasos o éxitos del negocio.

#### **2.4. Fundamentación científica**

El objeto de estudio de la investigación está formada por dos variables una independiente y otra dependiente, para un mejor entendimiento de las variables se presenta a continuación todas las definiciones conceptuales que permiten el desarrollo de cada una.

##### **2.4.1. SECAP**

El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) es una institución pública adscrita al Ministerio de Relaciones Laborales. Desde 1966 ha generado procesos de capacitación y formación profesional a nivel nacional, contribuyendo con el cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir y respondiendo a los desafíos que el sistema laboral exige (www.secap.gob.ec. 2012).

#### **2.4.1.1. Misión**

Desarrollar competencias, conocimientos, habilidades y destrezas en las y los trabajadores y servidores ecuatorianos a través de procesos de perfeccionamiento, capacitación y formación profesional que respondan a la demanda del sistema laboral, propendiendo al uso del enfoque de competencias laborales en los procesos formativos e incluyendo en estas acciones a los grupos de atención prioritaria y actores de la economía popular y solidaria.

#### **2.4.1.2. Visión**

Ser la Institución oficial líder, en la formación y capacitación profesional para el Trabajo, que desarrolla su gestión acorde a los cambios económico-sociales, con infraestructura e innovación tecnológica digna e inclusiva al servicio de la ciudadanía, en relación directa con el plan de desarrollo y políticas de empleo nacionales.

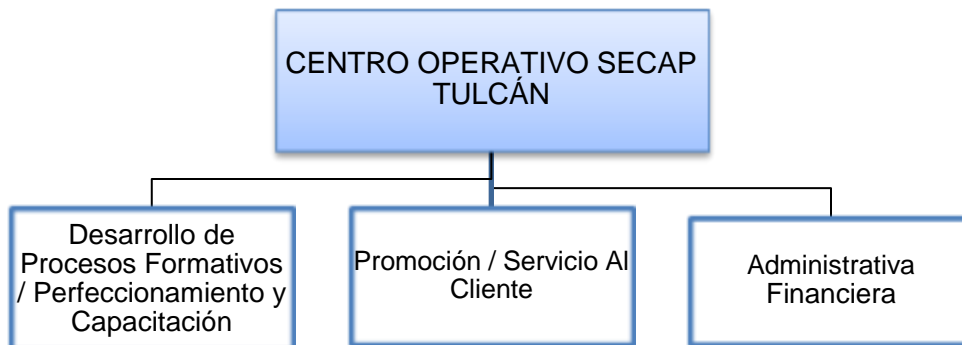
#### **2.4.1.3. Política de Calidad**

El SECAP con un alto compromiso de atención a las y los servidores y trabajadores promueve la mejora continua de los servicios de perfeccionamiento, capacitación y formación con personal altamente capacitado, dirigido a:

- Cumplir con la normativa vigente a sus procesos y servicios;
- Mejorar entornos de trabajo;
- Fortalecer la inserción del Talento Humano en el Sistema Laboral.



#### 2.4.1.4. Orgánico funcional Centro Operativo Tulcán



#### 2.4.1.5. Programas de capacitación

El SECAP en la ciudad de Tulcán oferta Programas de Capacitación enfocados al desarrollo de dos sectores el Sector Publico (servidores) y el Sector Productivo – Social.

En la investigación se estudiara los Programas del Sector Productivo Social, poniendo énfasis en los diferentes cursos de capacitación cuyo resultado final es un producto o servicio, a continuación se enuncian los principales programas de este sector.

- Confeccionista de ropa deportiva
- Ayudante De Cocina Nacional
- Confeccionista De Prendas Tejidas A Mano
- Procesador De Productos Lácteos
- Asistente En Crianza De Animales Menores
- Operador De Maquinaria Agrícola
- Bordador De Puntadas A Mano
- Confeccionista De Ropa Infantil
- Mecánica Automotriz

Estos diferentes programas son desarrollados en cursos de capacitación de corta, media y larga duración de acuerdo al tiempo que dura el curso que puede ser desde 50 hasta 100 horas, a continuación se enlista los cursos más demandados por la colectividad de Tulcán.

- Acabados del mueble
- Belleza cosmetología y estética
- Bisutería
- Bordado manual con cinta
- Cocina nacional
- Confeccionista industrial
- Elaboración de adornos
- Elaboración de bolsos tejidos
- Elaboración de objetos en cerámica
- Galletería
- Instalaciones eléctricas domiciliarias
- Jarrones texturizados
- Maquinado de la madera
- Mecánica automotriz
- Panadería y pastelería
- Pintado country en madera
- Pintura básica en cerámica
- Pintura decorativa
- Pirograbado en gamuza
- Serigrafía y aerografía
- Trabajos en fibra de vidrio

#### **2.4.2. Formación y capacitación**

La formación y capacitación son términos asociados al emprendimiento. Wikilearning (2012) define que la formación “es un aprendizaje innovador y de mantenimiento, organizado y sistematizado a través de experiencias

planificadas, para transformar los conocimientos, técnicas y actitudes de las personas”.

La Asociación sindical del ministerio de defensa. (2012), define que:

“Se entiende por capacitación el conjunto de procesos organizados, relativos tanto a la educación no formal como a la informal de acuerdo con lo establecido por la ley general de educación, dirigidos a prolongar y a complementar la educación inicial mediante la generación de conocimientos, el desarrollo de habilidades y el cambio de actitudes, con el fin de incrementar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión institucional, a la mejor prestación de servicios a la comunidad, al eficaz desempeño del cargo y al desarrollo personal integral. Esta definición comprende los procesos de formación, entendidos como aquellos que tienen por objeto específico desarrollar y fortalecer una ética del servicio público basada en los principios que rigen la función administrativa”.

Villalobos (2007), afirma que:

La capacitación suele ser un entrenamiento orientado a tener maestría o conocimiento sobre algún área determinada y se orienta hacia una o varias habilidades específicas. La formación, sin embargo, suele ser un entrenamiento más profundo, cuyo objetivo generalmente va más allá de lograr la maestría de habilidades específicas, ya que busca un cambio de actitud y una formación integral sobre una temática (p. 1).

Se puede entender que capacitación comprende un conjunto de acciones realizadas para proporcionar los conocimientos teóricos prácticos a las personas para mejorar el desempeño de las personas, la formación va más allá porque a través de la generación de conocimientos busca modificar las actitudes de las personas.

### **2.4.3. Educación para el emprendimiento**

El modelo del GEM identifica: La Educación y la Capacitación en Emprendimiento como una condición de marco para el ejercicio emprendedor que afecta los niveles de las actitudes, aspiraciones y actividad emprendedora, lo que a su vez afecta los niveles de creación de nuevas empresas.

Wompner (2006) señala que “el enseñar emprendimiento implica un cambio, y uno radical, que revaloriza y revitaliza el “aprender haciendo” y une el conocimiento duro con actividades de prácticas y creaciones reales”.

En la investigación desarrollada por la GEM en Chile en el año 2008, afirma que en los últimos 10 años, ha habido un significativo avance en la metodología de enseñanza del espíritu emprendedor, teniéndose en cuenta en mayor grado las habilidades blandas. Al fin y al cabo, lo que se requiere son personas con una gran capacidad de adaptarse a un mundo cambiante, globalizado y multicultural.

Se destaca que para la educación, formación y capacitación en emprendimiento se requiere de la participación de las universidades, las cámaras de comercio y agencias de gobierno principalmente, la tendencia de educación es creciente hoy en día la mayoría de los emprendedores ha recibido algún tipo de educación antes de emprender, la universidades son la mayor fuente de educación en emprendimiento a través de las incubadoras de empresa y el desarrollo de proyectos.

Para el 2008 En Ecuador el 10% de emprendedores habían recibido algún tipo de capacitación por universidades de manera voluntaria, antes de iniciar sus negocios, el 4% se han capacitado en cursos organizados por universidades, el 2% por agencias de gobiernos. Así se destaca la importancia de la educación para la creación de empresa y el necesario involucramiento de las entidades públicas como privadas para que esto suceda.

#### **2.4.4. Los programas emprendedores**

Los propósitos inmediatos de una empresa que se gesta en cualquier Programa Emprendedor son de tipo educativo con amplia tendencia económica. La visión de un programa emprendedor está dirigida a lograr empresas generadoras de riqueza que permitan la promoción del autoempleo, la creación de empleos y fortalezcan el desarrollo económico verdadero y sostenible que el país necesita. (DESEM, Manual del Programa, 1997). A su vez, la misión es ser formador de conocimientos, habilidades y actitudes promoviendo en el mayor número de personas el “espíritu emprendedor” que les permita desarrollar su propio empleo y así, generarlo para otros. (Argüelles, 1998)

La ejecución, desarrollo y fortalecimiento de programas que incentive la cultura empresarial es una de las mejores estrategias para consolidar el desarrollo económico y social, ya que existe una relación directa entre la actividad emprendedora con la creación de empresas; la generación de nuevas fuentes de trabajo; la expansión de los mercados y la competitividad.

#### **2.4.5. Emprendimiento**

La palabra emprendimiento viene del francés “entrepreneur”, que significa pionero; se refiere a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; es también utilizada para la persona que inicia una nueva empresa o proyecto (Jaramillo, L. 2008, p.1).

Según Incubadora De Empresas De Innovación y Base Tecnológica Huila, (2005) define al emprendimiento como “una actitud continua de un grupo de individuos o de una sociedad en general. Se representa en una cultura con necesidad de renovación permanente. El concepto que reúne aspectos involucrados en la generación de empresas, las leyes, los sistemas, el entorno macro y micro, los mercados, el sistema educativo”.

El emprendimiento constituye un conjunto de acciones desarrolladas por las capacidades y aptitudes del emprendedor en búsqueda de la generación de un negocio o empresa.

#### **2.4.6. Emprendedor**

La palabra emprendedor viene del latín *impendere*, que significa “tomar la decisión de realizar una tarea difícil y laboriosa, “poner en ejecución”. Tiene el mismo significado que la palabra francesa *entrepreneur*, que dio origen a la palabra inglesa *entrepreneurship*, la cual se utiliza para designar el comportamiento del emprendedor (Maximiano & Cesar, 2008, p.1).

Se considera emprendedor a “persona que posee un espíritu de búsqueda de algo nuevo, que acepta el riesgo como parte inherente de todo cuanto hace y que observa en cada dificultad un reto a ser vencido y no un bloqueo, su universo de la acción es la innovación y sus límites suelen ser su propia capacidad y tiempo de vida.” Villaseñor, (1988, citado en, Incubadora De Empresas De Innovación Y Base Tecnológica. 2005, p.16).

“Emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda ola mayor acción de riesgo” (Silva, 2008, p.27).

Un emprendedor es una persona capaz de asumir riesgos, tomar decisiones para aprovechar sus aciertos, enfrentar desaciertos y eliminar barreras que impiden el logro de sus objetivos personales como de la empresa.

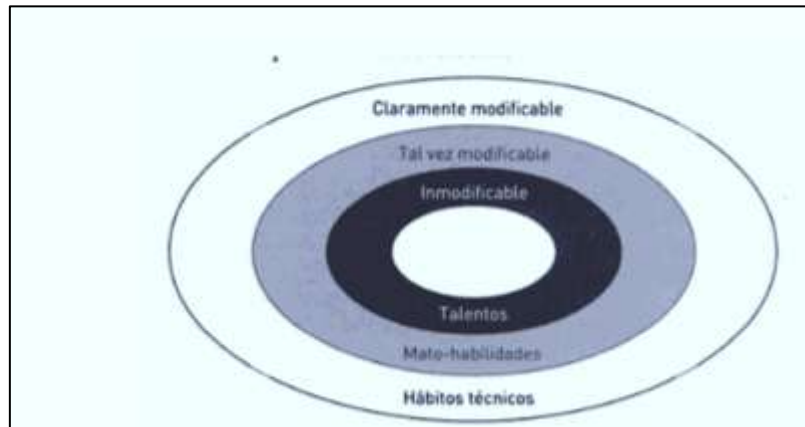
#### **2.4.7. El emprendedor nace o se hace**

Para Ferras (2012), no es la genética lo que determina la capacidad emprendedora o innovadora, tampoco es la geografía. Lo que determina la capacidad emprendedora o innovadora es la cultura donde el individuo está inmerso, el conjunto de comportamientos y creencias que guían sus actitudes y sus decisiones, las competencias que han desarrollado en su

proceso de aprendizaje y el referente social existente (Cahuasquí, 2013, p. 4).

Freire (2004), tiene una visión intermedia acerca de si el emprendedor nace o se hace, el autor piensa que estén tres niveles que se deben analizar.

Imagen N° 1: Niveles de análisis del emprendedor.



- 1. Hábitos técnicos fácilmente modificables** y adquiribles relacionados con el aprendizaje y formación educativa.
- 2. Meta –habilidades, tal vez modificable:** Entre ambos extremos, entre lo claramente modificable y lo inmodificable, está lo que Kofman llama el “área gris o tal vez modificable”. Si el emprendedor tiene un firme compromiso para mejorar sus habilidades, no le bastará aprender la dimensión técnica. Esta es necesaria pero no suficiente; con ella será “un emprendedor más capacitado técnicamente” pero no logrará ser un emprendedor completo.
- 3. El entorno extremo, talentos inmodificables:** en lo más profundo del emprendedor, hay una capa neuronal de talentos inmodificables, que se tienen o no se tienen. Son esas habilidades que, como suele decirse, “se llevan en la sangre” y que es inimaginable que alguien las pueda adquirir a voluntad.

#### **2.4.8. Espíritu emprendedor**

Es el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener beneficios; la capacidad de comprar a precios ciertos, para vender a precios desconocidos, o lo podemos considerar como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva (slideshare, 2012, p. 2).

Según la investigación realizada por Cahuasqui, (2013) el espíritu emprendedor tiene muchas dimensiones para explicarlo describe lo siguiente:

En la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, creación de una nueva empresa, pero su definición va mucho más allá de eso. En este sentido, el espíritu emprendedor depende tanto de cualidades innatas, como de capacidades interiores que pueden desarrollarse.

Para la Revista Emprendedores (febrero, 2014), en primer lugar emprender significa comenzar, explorar, tomar riesgos, darle vuelo a la creatividad y poder aprovechar las oportunidades. Una persona sometida a la autoridad tendrá vetada estas capacidades, y sufrirán sentimientos de frustración y verán pasar las oportunidades que se le presenten. En segundo, la educación tiene influencia significativa sobre la formación de una mente emprendedora. Y en esto tienen que ver todos los procesos de formación a los que está sometida una persona desde el momento de nacer: la familia, la escuela, el grupo de amigos, la universidad, el club, la religión.

El tercer punto importante que se deriva del anterior es la sociedad en donde se desarrolla el emprendedor. En algunas latitudes el emprendedor es celebrado como líder y fuerza positiva de una sociedad. En otras sociedades el panorama es completamente opuesto y por lo



tanto adverso a la hora de querer dedicarse a la actividad emprendedora. La propia familia, amigos y colegas harán lo posible para desalentarte pues no ven el valor intrínseco de la actividad emprendedora. Con el tiempo y el esfuerzo de los emprendedores la propia experiencia hará que vaya cambiando la percepción de la sociedad en relación al valor de la actividad emprendedora.

Otro factor que favorecerá el surgimiento del espíritu emprendedor, es el marco institucional que regula las actividades económicas y sociales. Es necesario contar con un escenario que nos permita proyectar a futuro, con claras reglas de juego, y estabilidad económica.

Podemos llegar a la conclusión entonces, que el espíritu emprendedor juega un papel clave para las economías actuales, y que si bien puede ser innato, el hecho de que surja depende de múltiples factores como: vivir en libertad, la formación y educación que recibimos, la existencia de reglas de juego transparentes, apoyo a las empresas, oportunidades y recursos (pp. 6-8).

#### 2.4.9. Cualidades de un emprendedor

Muchos estudiosos del tema coinciden en que los emprendedores poseen una diversidad de características que los distinguen de las demás personas. El cuadro 2.1 elaborado por Sánchez, Almagro (2003, citado en Alcaraz, R, 2011).

Tabla N° 001: Características de los Emprendedores

<p><b>Factores motivacionales</b></p>	<p>Necesidad de logro  Necesidad de reconocimiento  Necesidad de desarrollo personal  Percepción del beneficio económico  Baja necesidad de poder y estatus  Necesidad de independencia  Necesidad de afiliación o ayuda a los demás  Necesidad de escape, refugio o subsistencia.</p>
	<p>Iniciativa personal  Capacidad de decisión  Aceptación de riesgos moderados  Orientación hacia la oportunidad</p>

<b>Características personales</b>	Estabilidad emocional/autocontrol Orientación hacia metas específicas Locus de control interno Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbre Es receptivo en sus relaciones sociales Posee sentido de urgencia/tiempo valioso Honestidad/integridad y confianza Perseverancia/constancia Responsabilidad personal Es individualista Es optimista
<b>Características Físicas</b>	Energía Trabaja con ahínco
<b>Características Intelectuales</b>	Versatilidad/flexibilidad Creatividad/imaginación/innovación Búsqueda de la verdad e información Planificación y seguimiento sistémico de resultados Capacidad para analizar el ambiente Visión comprensiva de los problemas Capacidad para solucionar problemas Planificación con límites de tiempo
<b>Competencias gerenciales</b>	Liderazgo Orientación al cliente Capacidad para conseguir recursos Gerente/administrador de recursos Patrón de factores de producción Exige eficiencia y calidad Dirección y gestión de la empresa Red de contacto Comunicación

*Fuente: Alcaraz, R. (2011)*

#### **2.4.10. Perfil del emprendedor**

Según Caldera, Rodríguez, & Moreno, (2005) afirman que:

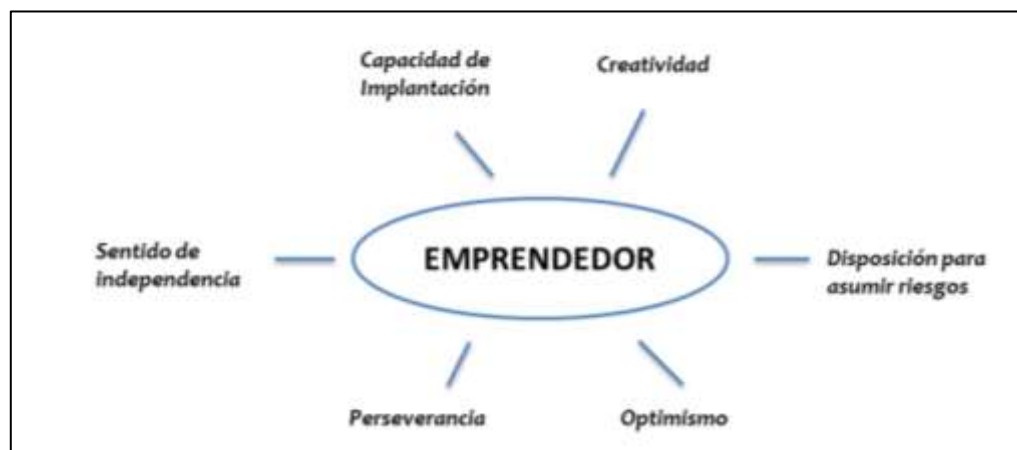
El emprendedor posee rasgos netos de su personalidad, que constituyen su perfil psicológico, el que lo impulsa a iniciar un proceso creador y transformador asumiendo riesgos. A este perfil se asocian ciertas conductas, que pueden ser entrenadas, las cuales influenciarán en el nivel de eficacia o resultado del emprendimiento. El emprendedor posee rasgos netos de su personalidad, que constituyen su perfil psicológico, el

que lo impulsa a iniciar un proceso creador y transformador asumiendo riesgos. A este perfil se asocian ciertas conductas, que pueden ser entrenadas, las cuales influenciarán en el nivel de eficacia o resultado del emprendimiento, las características comunes para definir el perfil emprendedor son:

- Creatividad
- Asumir riesgos
- Liderazgo
- Autoconfianza
- Motivación por superarse (pp. 6-7).

Según, Maximiano & Cesar (2008) desde la perspectiva conductual, posee distintas características de comportamiento que se manifiestan y se combinan de diferentes formas y grados de intensidad, de diferentes personas. Dichas características que se muestran a continuación, integran las competencias que todo emprendedor debe desarrollar.

Imagen N° 2: Principales Características del Emprendedor



**Fuente:** Administración para emprendedores: Fundamentos para la gestión y creación de nuevos negocios

**Realizado por:** Maximiano, A. y Cesar, A. (2008)

Creatividad y capacidad de implantación: el emprendedor es en esencia una persona capaz de idear y realizar cosas. Otras personas, por el contrario pueden ser sólo creativas o sólo implantadoras, pero no cuentan con la habilidad de combinar esas dos características del comportamiento.

Disposición para asumir riesgos: una persona que inicia un negocio está corriendo riesgos, arriesgar significa tener el valor de enfrentar una posibilidad de fracaso o pérdida. Las recompensas son inciertas y solo las dificultades son visibles, pero el emprendedor está dispuesto a superarlas. La tendencia a asumir y dominar los riesgos es una característica básica del comportamiento de quienes se dedican a la actividad empresarial.

Perseverancia y optimismo: el emprendedor sabe que la supervivencia depende de la persistencia de su esfuerzo para enfrentar riesgos y dificultades, en ocasiones significa hacer sacrificios personales y esfuerzos extra, colaborar con los subordinados y hasta asumir el lugar de ellos para terminar las tareas. Los emprendedores también son optimistas y tienen la visión del éxito en vez de imaginar y temer los posibles fracasos. Al enfrentar obstáculos, lo hacen con decisión, con miras a resolver los problemas.

Sentido de independencia: los emprendedores son personas que prefieren depender de su capacidad de enfrentar la incertidumbre que trabajar para otros. Les gusta ser autónomos y mantienen sus puntos de vista aun frente a la oposición o resultados desalentadores; así mismo expresan confianza en su capacidad de completar tareas difíciles y enfrentar desafíos (pp. 4-5).

#### **2.4.11. Tipos de emprendedores**

Schollhamer (1980) citado en Alcaraz, R. (2011) divide a los emprendedores en cinco tipos de personalidades:

El emprendedor administrativo: es aquel que hace uso de la investigación y del desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

El emprendedor oportunista: busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean.

El emprendedor adquisitivo: se mantiene en continua innovación, la cual le permite crecer y mejorar lo que hace.

El emprendedor incubador: en su afán por crear y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que al final se convierten en negocios nuevos, incluso a partir de alguno ya existente.

El emprendedor imitador: genera sus procesos de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, a través de la mejora de ellos (p.5).

En el informe de la GEM realizado en Ecuador año 2010 manifiesta que existen dos tipos de emprendedores en el país aquellos que emprenden por necesidad y aquellos que emprenden por oportunidad. El 72% de los emprendedores manifestó haber creado el negocio atendiendo una oportunidad en el mercado, mientras que el 28% manifestó haberlo hecho por necesidad.

#### **2.4.12. El emprendedor y las empresas**

Los emprendedores son el fermento que concretiza el esfuerzo social, hacia la generación de empleo, riqueza y bienestar. La orientación empresarial coloca el énfasis en la búsqueda de oportunidades, satisfacción de necesidades y la generación de valor.

“La empresa es la célula creadora de riqueza de que dispone la sociedad; una riqueza que permite el desarrollo económico y el consiguiente acceso a la cultura, la salud, la educación, la seguridad y a todos los elementos que proporcionan calidad de vida”. (Incubadora De Empresas De Innovación Y Base Tecnológica. 2005, p.43).

El emprendimiento y los pequeños negocios están relacionados el emprendedor tiene un tipo de comportamiento que se concentra en las oportunidades más que en los recursos (Stevenson y Gumpert, 1985).

Vemos que la acción emprendedora desarrollada por el emprendedor se convierte en resultados, generando empresa entonces el fin que persigue un emprendedor se traduce en la creación de negocios. Según la GEM Los emprendedores crean puestos de trabajo. Impulsan y dan forma a la innovación, acelerando los cambios estructurales en la economía. Por medio de la introducción de nueva competencia, contribuyen indirectamente con la productividad. El emprendimiento es, entonces, un catalizador para el crecimiento económico y la competitividad nacional.

#### **2.4.13. El emprendimiento es una cadena de valor**

El proceso a través del cual un ciudadano, se vuelve empresario, se debe considerar como una cadena de valor, que permite transitar de forma natural al emprendedor por cada una de las etapas. Estas etapas son:

- Sensibilización: Transformación del proyecto de vida hacia el emprendimiento.
- Identificación: Identificación del grado de madurez de una iniciativa y su posición en el entorno (también se identifica el equipo de trabajo).
- Formulación: Potenciación del grado de madurez de la iniciativa a través de la elaboración del plan de negocios.<sup>1</sup>
- Puesta en marcha: Construcción de la propuesta de valor de la compañía y comenzar a operar en el mercado natural.
- Aceleración: Maximización del valor agregado de la compañía a través de la internacionalización y la innovación continua para repensar el negocio constantemente.

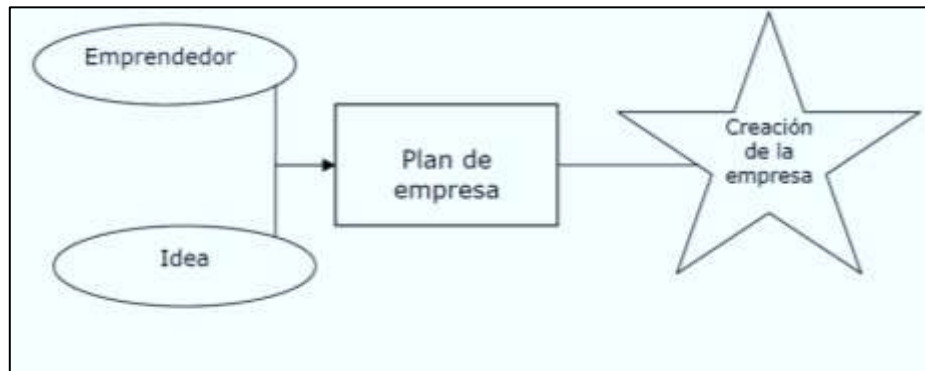
Todas las acciones de una entidad que quiera promover el emprendimiento, debe analizarse en el marco de esta cadena, de otra forma, se duplicarían acciones y existiría alto riesgo de desenfocarse (Montes, J. 2012. P.50).

#### 2.4.14. Como se generan las empresas

Lo investigado permite afirmar que la creación de las empresas nacen fruto de la actividad emprendedora realizada por el emprendedor que se convierte en gestor al descubrir una oportunidad, adoptarla para su desarrollo, antes de la creación de la empresa se hace necesaria una etapa de diseño de un plan de empresa que se orienta en justificar la existencia de la empresa y los recursos que son necesarios para su nacimiento.

Según el curso de formación para emprendedores desarrollado por la Cámara oficial de industria de Orihuela (2012) El plan de empresa ayuda al emprendedor a tener una primera visión sobre su negocio y la idoneidad del concepto. La elaboración de un Plan de empresa es parte de un proyecto más amplio, donde el punto de partida es la idea y el emprendedor.

Imagen N° 3: Proceso De Formación De Empresa



**Fuente:** Curso Formación emprendedores: Modulo 2: plan de empresa

**Autor:** cámara oficial de industria: Orihuela

Antes de la creación de una empresa se debe seguir un proceso que se delinea a de la siguiente manera:

1. Idea de negocio: siendo este el punto de partida para el nacimiento de una empresa o negocio.
2. Plan de empresa: el plan de empresa en un proyecto que analiza la viabilidad real de la idea por lo general este siempre va incluir:
  - Estudio de mercado.

- Plan de marketing.
  - Plan de producción.
  - Recursos humanos.
  - Plan económico – financiero
3. Elección de forma jurídica: la personería jurídica que la empresa va adquirir que puede ser una sociedad o unipersonal.
  4. Obtención de recursos necesarios: los recursos están formados por financieros y humanos necesarios para actividad normal de la empresa.
  5. Tramitación de constitución: incluyen trámites fiscales, permisos licencias locales, que se deben obtener.
  6. Inicio de la actividad: acción de inicio de la actividad de la empresa, ejecución de los fines para los cuales fue creada.

En el desarrollo de ese proceso de creación de empresa el emprendedor requiere del apoyo de diferentes sectores como el político que da la apertura y facilidad con políticas, normas y leyes de gobierno creadas para el fomento de empresa.

## 2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

**Cooperación empresarial:** Cuando dos o más empresas independientes comparten capacidades, conocimientos o recursos para mejorar su posición en el mercado y reforzar sus ventajas competitivas, siempre que no lleguen a fusionarse.

**Costo de la deuda:** Es el costo de una empresa que acude a recursos ajenos para financiarse.

**Costo de oportunidad:** Beneficio que se deja de obtener por colocar recursos monetarios en inversiones alternativas. Innovación: Acción y efecto de innovar, todo cambio inédito de algo y también toda nueva cosa que aparece.

**Entrepreneur:** Define a la persona que tiene como profesión ser un creador de empresas. En esta definición se abarca desde el emprendedor "novato", que



apenas inicia su actividad de crear una empresa, como aquellos más experimentados que han tenido la oportunidad de haber creado otras iniciativas empresariales. En este sentido, podríamos decir que cubre en una misma palabra al emprendedor y al empresario.

**Emprendedor:** Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa.

**Formación:** agrupan los programas - módulos mediante los cuales se logra el desarrollo de las competencias laborales.

**Capacitación:** procesos académicos para la formación ejecutados con el fin de desarrollar habilidades, destrezas, valores y competencias para el buen desempeño de las personas.

**Educación:** es un proceso que busca la transferencia de valores, cultura y conocimiento para el florecimiento de las características propias de las personas y mejorar su relación con el entorno.

**Cursos:** acciones de capacitación que guarda relación con procesos de transformación de productos, con fines prácticos demostrativos.

**Proceso de duración corta:** proceso de enseñanza – aprendizaje en un tema específico, tiene una duración de 29 a 119 horas pedagógicas.

**Proceso de duración media:** proceso de enseñanza – aprendizaje formado por programas modulares, puede durar desde 120 hasta 359 horas pedagógicas.

**Proceso de duración larga:** proceso de enseñanza – aprendizaje formado por programas modulares, puede durar desde 360 horas pedagógicas hasta 1260 horas, de acuerdo a su complejidad.

**Centro operativo:** unidad de operaciones del SECAP, formado por espacio físico, tecnología y talento humano necesario para su funcionamiento.

Sector productivo:

**Empresa:** es una unidad productiva, organizada para el desarrollo de actividades económicas a fin de obtener beneficios.

**Negocio:** se entiende como la forma de obtener un beneficio a cambio de un producto.

**Micro empresa:** empresa que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, bienes o servicios, una de sus características es que cuentan con un número máximo de 10 trabajadores.

**Desempleo:** carencia de trabajo y por consecuencia de ingresos.

Subempleo: forma de ocupación en condiciones inadecuadas y las personas no alcanzan su nivel de pleno empleo.

**Plan de negocios:** es la expresión formal de una idea de empresa aplicando la administración y planificación para su evaluación.

**Cultura de emprendimiento:** es una manera de pensar, creer y realizar acciones orientadas a la generación de beneficios sociales, personales y empresariales, aprovechando oportunidades mediante una gestión de liderazgo.

## **2.6. VARIABLES**

### **2.6.1. Variable independiente:**

Los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP

### **2.6.2. Variable dependiente:**

Generación de microempresas.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para poder conocer el nivel de generación de microempresas de los beneficiarios de las capacitaciones dictadas por el SECAP en la ciudad de Tulcán se utilizó la siguiente metodología:

**Investigación Cualitativa:** este tipo de investigación fue utilizada en el planteamiento del problema, determinación de las variables de la investigación, en la recolección de información de la población investigada y desarrollo de la propuesta ya que fue necesario analizar las características de la población, conocer su opinión, comportamiento, actitudes y puntos de vista entorno a los programas de capacitación del SECAP y el emprendimiento en la ciudad de Tulcán.

**Investigación Cuantitativa:** necesaria para el procesamiento y análisis de la información recolectada, se desarrolló tablas y gráficos estadísticos que permitieron determinar la fuerza de asociación o similitud entre variables; a si también analizar y definir resultados a través de una muestra para hacer inferencia en la población investigada.

##### 3.1.1. Tipos de Investigación

###### 3.1.1.1. Por su finalidad:

**Investigación pura:** requerida para sustentar legal y filosóficamente las variables independiente y dependiente del proyecto y poderlas desarrollar, mediante la información obtenida en documentos, libros, artículos científicos, etc. Que exponen teorías, políticas y normas relacionadas con el emprendimiento.

**Investigación aplicada:** es necesaria para la aprovechar los resultados de la investigación, para diseñar un modelo que permita ser una alternativa en busca de una solución al problema.

Las dos formas de investigación son complementarias una de la otra ya que pueden explicar hallazgos en la investigación y con sus aportaciones teóricas se podrá proponer una posible solución.

#### **3.1.1.2. Por su carácter**

**Exploratorio:** a fin de indagar en un área no explorada en su totalidad, para obtener conocimiento y suficiente información teórica y empírica sobre el tema de investigación, para poder dar una solución al problema.

**Descriptivo:** porque es necesario identificar características y propiedades importantes que permitan informar sobre el fenómeno estudiado.

Necesaria para la descripción de la problemática existente, sus causas y efectos que está provocando la baja generación de microempresas del SECAP en la ciudad de Tulcán en los últimos cinco años.

#### **3.1.1.3. Por su naturaleza**

**Investigación Propositiva:** debido a que es necesario diseñar un Modelo de Emprendimiento para el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional en la ciudad de Tulcán que fomente la generación de negocios.

### **3.2. POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO DE LA INVESTIGACIÓN**

La población a investigar está compuesta por los estudiantes del SECAP, que han recibido capacitación en aéreas donde es posible generar unidades de emprendimiento, durante los últimos cinco años en la ciudad de Tulcán, los cuales agrupan a un numero de 1719 estudiantes.

#### **3.2.1 Cálculo de la Muestra de estudiantes del SECAP**

Para el cálculo de la muestra a investigar se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Nz^2s^2}{(N - 1)e^2 + z^2s^2}$$

**Dónde:**

**n**= Tamaño de la muestra o el número de unidades a investigar.

**N**= Población Total.

**z**= Nivel de confianza de la investigación.

**s**= Varianza.

**e**= Límite aceptable de error muestral varía entre 0.01 y 0.09.

Para la investigación se tomó una población de estudiantes del SECAP de 1719 quienes se han capacitado en Tulcán, se estima un nivel de confianza del 95%, una varianza del 0.5 y un error muestral de 0.05. A continuación se detalla el cálculo de la muestra investigada.

$$n = \frac{(1719)(1.96^2)(0.5^2)}{(1719 - 1)(0.05^2) + 1.96^2(0.5^2)}$$

$$n = \frac{(1719)(3.8416)(0.25)}{4.295 + (0.9604)}$$

$$n = \frac{(1650.9276)}{(5.2554)}$$

$$n = 314.13 \approx \mathbf{314}$$

El tamaño de la muestra a investigar es de 314 personas quienes hayan recibido uno o más programas de capacitación, de corta o larga duración en el SECAP de la ciudad de Tulcán, para ello se aplicó un cuestionario a cada uno.

**3.2.2 Muestreo**

**Muestreo probabilístico:** se aplicó este tipo de muestreo para permitir que todos los individuos de la población tengan la probabilidad de ser investigados.

**Muestreo aleatorio estratificado:** se tomó en consideraron la localización geográfica de la muestra para la aplicación de la encuesta.

La ciudad de Tulcán tiene dos parroquias urbanas en donde se encuentra localizada la muestra para ello el 100% de la muestra se la dividirá en dos partes iguales así:

Tabla N° 002: Estratificación de la muestra

Parroquia	Porcentaje	Cantidad
Tulcán	50%	157
Gonzales Suarez	50%	157
Total Muestra	<b>100%</b>	<b>314</b>

En la parroquia González Suarez se localizan asentamientos de viviendas grandes como la Ciudadela San Carlos, San Francisco, Del Maestro. En la parroquia Tulcán se ubican Barrios como El Portal, San Miguel del Sur, Jesús del Gran Poder y Ciudadelas como 19 de Noviembre y Sara Espínola; en todos estos lugares de la ciudad Tulcán se aplicó el cuestionario cubriendo número total de individuos que componen la muestra de la investigación.

**Muestreo de bola de nieve.-** Se utilizó para aplicar la encuesta a los participantes sobre la base de referencias de los participantes iniciales, quienes tenían relación por haber participado en programas de capacitación en una o varias ocasiones.

**Censo:** Se aplicó un censo al personal administrativo del SECAP y los instructores encargados de dictar los programas de capacitación; con la finalidad de conocer como desarrolla su gestión operativa en los programas de capacitación y emprendimiento en la ciudad de Tulcán.

### 3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla N° 003: Operacionalización de variables

Idea a defender	Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Técnica	Informante
Los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP promueven la generación de microempresas en la ciudad de Tulcán.	V.I. Los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP	<p><b>Beneficiario:</b> Es la persona que obtiene un beneficio o provecho de una situación o acción.</p> <p><b>Capacitación:</b> Actividad sistémica, planeada, continúa y permanente que tiene el objetivo de proporcionar el conocimiento necesario y desarrollar habilidades requeridas para el cumplimiento eficiente de funciones.</p>	Detección de necesidades de capacitación	Mecánica Automotriz Corte y Confección Manualidades Panadería y Pastelería Gastronomía Peluquería Agroindustria	¿Cuáles son las capacitaciones más requeridas?	Observación, Revisión documental Encuesta	Alumnos
			Proceso de creación del negocio	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Conoce el proceso necesario para la creación de una empresa?	Encuesta	Alumnos
			Obstáculos para emprender	Des conocimiento Cantidad de trámites para formalizar Obtención de Financiamiento Ausencia de nuevas ideas Los riesgos que se pueden correr.	¿Cuál considera usted, es el principal obstáculo para la creación de una empresa?	Encuesta	Alumnos
			El Estado y el emprendimiento	Si No	¿Conoce usted, de Instituciones del Estado que trabajan para impulsar el emprendimiento en Ecuador?	Encuesta	Alumnos
			Diseño del Plan de capacitación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Realiza planificación previa a los programas de capacitación?	Encuesta	SECAP
			Ejecución	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Ejecutan los programas de capacitación de acuerdo a un cronograma establecido?	Encuesta	SECAP

			Control	Si No	¿Se establecen indicadores de medición para los programas de capacitación?	Encuesta	SECAP
			Propósito y alcance de las capacitaciones	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Determina el propósito de los programas de capacitación?	Encuesta	SECAP
					¿Determina el alcance de los programas de capacitación?	Encuesta	SECAP
			Evaluación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Se evalúa el desempeño a estudiantes de los programas de capacitación?	Encuesta	SECAP
			Retroalimentación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Se retroalimenta la capacitación?	Encuesta	SECAP
			Generación de unidades de emprendimiento	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En des acuerdo Totalmente en des acuerdo	¿Se educa en temas de emprendimiento?	Encuesta	SECAP
					¿Se motiva al estudiante en la generación de su propio negocio?	Encuesta	SECAP
					¿Se capacita en el diseño de planes de negocios?	Encuesta	SECAP
					¿Se apoya con información al emprendedor sobre Instituciones del Estado que fomentan el emprendimiento?	Encuesta	SECAP
	V. D. Generación y de microempresas en la ciudad de Tulcán.	Creación y desarrollo de pequeñas empresas competitivas en el mercado capaces de lograr crecimiento económico, social y ambiental.	Motivación	Si No	¿Le gustaría emprender su propia empresa?	Encuesta	Alumnos
				Si No	¿Se considera usted una persona creativa?	Encuesta	Alumnos
			Idea de negocio	Si No	¿Ha generado usted ideas de negocio innovadoras?	Encuesta	Alumnos



				Sí No	¿Le gusta investigar e interesarse por cosas nuevas?	Encuesta	Alumnos
			Nivel de emprendimiento	Si No	¿Ha emprendido un negocio o empresa?	Encuesta	Alumnos
			Plan de empresa y su estrategia	Si No	¿Ha diseñado un plan de negocios?	Encuesta	Alumnos
			Implementación del plan.	Si No	¿Ha puesto en marcha un plan de negocios?	Encuesta	Alumnos
				Si No	¿Ha implementado un plan de negocios?	Encuesta	Alumnos
			Evaluación	Si No	¿Ha logrado alcanzar los objetivos propuestos en el plan de negocios?	Encuesta	Alumnos
			Desarrollo y crecimiento	Si No	¿Ha logrado el desarrollo y crecimiento de su empresa?	Encuesta	Alumnos

### 3.4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la obtención de la información necesaria; se emplearon instrumentos orientados a obtener información o datos a través de las siguientes técnicas:

- Directa
- Revisión Documental
- Encuesta

#### 3.4.1. Diseño del instrumento

Se elaboró el instrumento con el propósito de recolectar datos sobre opiniones, actitudes, criterios de la población objeto de estudio.

**Datos de identificación:** En el encabezado se ubicó los logos de la universidad y la escuela de Administración de Empresas y Marketing respectivamente, a continuación se describe el objetivo de la encuesta y el número de encuesta.

**Datos específicos:** para poder conocer datos sobre las variables objeto de estudio se planteó un cuestionario estructurado de 16 preguntas para estudiantes y 13 para funcionarios del SECAP diseñadas en referencia a la escala de medición de Likert.

**Datos generales:** compuesto por la información técnica donde se preguntó la ocupación laboral, género, nivel de instrucción, fecha y ciudad.

Las instrucciones y agradecimiento se dieron de manera verbal al momento de aplicar la encuesta.

#### 3.4.2. Validación del instrumento

Se analizó la relación del instrumento con los conceptos y bases teóricas relacionadas con el tema a investigar.

Con el fin de evaluar la consistencia, confiabilidad y precisión de la encuesta, se aplicó una prueba piloto para esto se realizó 25 encuestas a personas con

características similares a los de la muestra quienes con las instrucciones debidas, pudieron desarrollar el cuestionario en su totalidad.

### **3.5. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

La encuesta que se aplicó a 314 personas que se hayan capacitado en el SECAP con el objetivo de analizar el aporte del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) en la generación de microempresas en la ciudad de Tulcán durante los últimos cinco años.

Además se aplicó un cuestionario al personal administrativo e instructores del SECAP con la finalidad de conocer cómo se desarrollan los programas de capacitación y el impacto que genera en el emprendimiento en la ciudad de Tulcán.

### 3.5.1. Cuestionario aplicado a estudiantes del SECAP

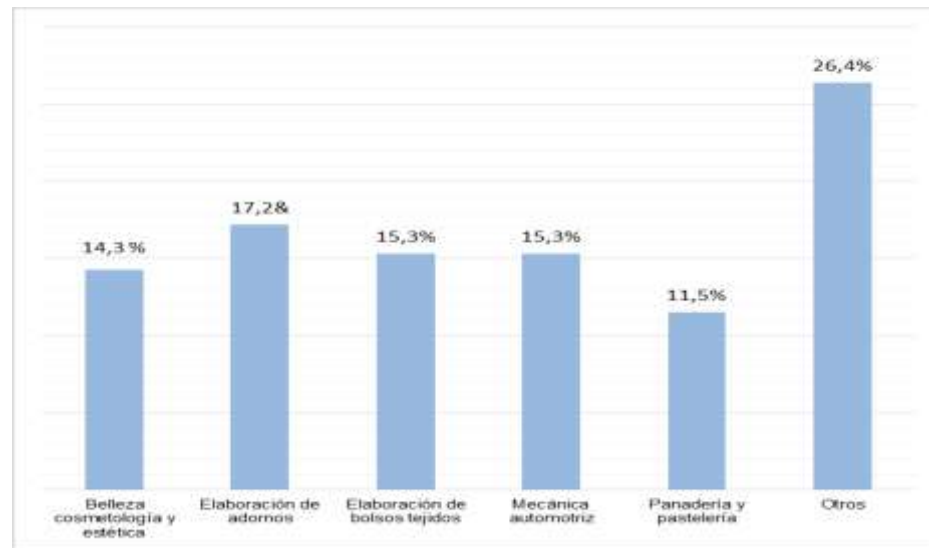
#### 1. ¿Seleccione el nombre del curso de capacitación que ha recibido en el SECAP?

Tabla N° 004: Capacitación Recibida En El SECAP

Curso de Capacitación	Frecuencia	Porcentaje
Belleza cosmetología y estética	45	14,3
Elaboración de adornos	54	17,2
Elaboración de bolsos tejidos	48	15,3
Mecánica automotriz	48	15,3
Panadería y pastelería	36	11,5
Otros	83	26,4
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 1: Capacitación Recibida en el SECAP



*Fuente: Investigación de campo*

La oferta de capacitación del SECAP es muy amplia, éntrelos programas más relevantes están los de belleza y cosmetología, elaboración de adornos, elaboración de bolsos tejidos, mecánica automotriz, y panadería - pastelería; favorece al emprendimiento porque son áreas donde es posible desarrollar productos y servicios que con una adecuada estrategia de mercado, generarían ingresos que permitan fortalecer el desarrollo socioeconómico de la región.

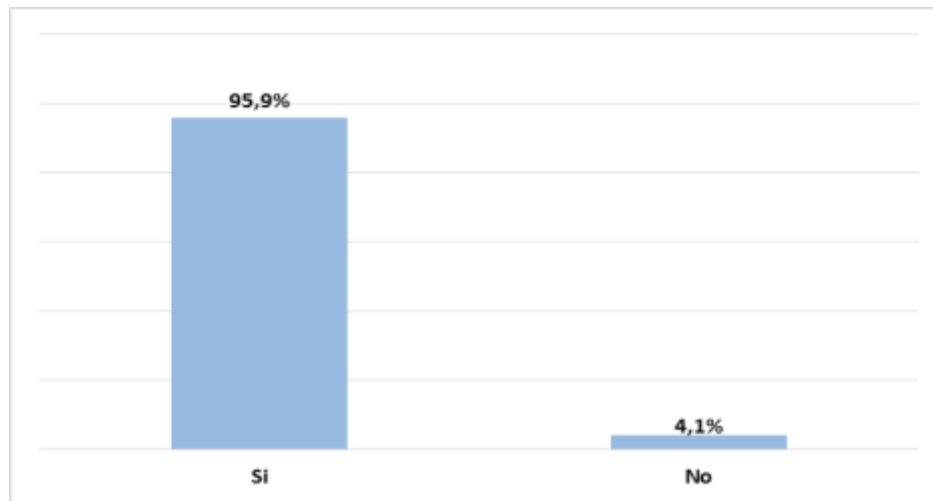
## 2. ¿Le gusta educarse e interesarse por cosas nuevas?

Tabla N° 005: Educación e interés por cosas nuevas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	301	95,9
No	13	4,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 2: Educación e interés por cosas nuevas



*Fuente: Investigación de campo*

La mayoría de la población afirma que le gusta educarse, a través de consultas en internet, libros y experiencias adquiridas para ampliar sus conocimientos. La investigación es muy importante para el emprendimiento, ya que permite generar ideas de negocio innovadoras altamente competitivas en el mercado con mayores oportunidades de éxito.

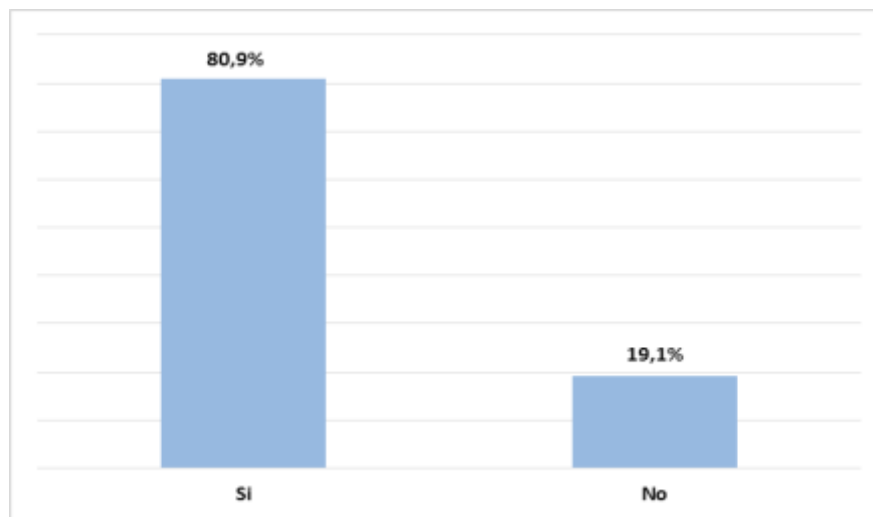
### 3. ¿Se considera usted una persona creativa?

Tabla N° 006: Creatividad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	254	80,9
No	60	19,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 3: Creatividad



*Fuente: Investigación de campo*

Los resultados de la investigación muestran que 8 de cada 10 personas de la población se consideran personas creativas; es positivo para el emprendimiento porque la creatividad es un factor que permite desarrollar a través de la expresión humana procesos creativos y resultados creativos con características propias como la originalidad.

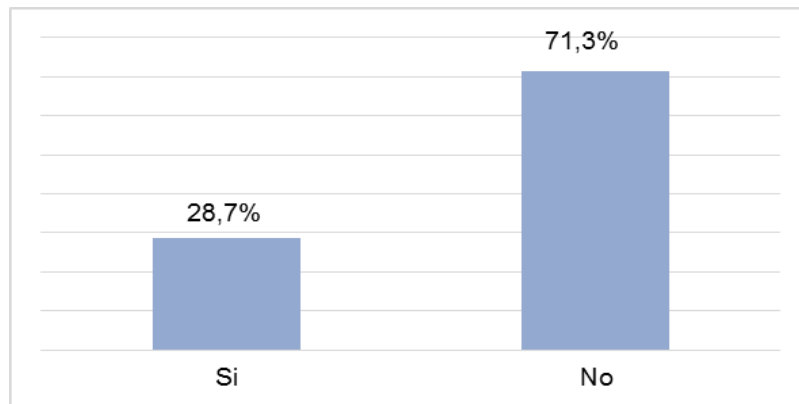
#### 4. ¿Ha generado usted ideas de negocio innovadoras?

Tabla N° 007: Ideas De Negocio Innovadoras

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	90	28,7
No	224	71,3
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 4: Ideas De Negocio Innovadoras



*Fuente: Investigación de campo*

Una amplia mayoría de la población investigada no ha generado ideas de negocio innovadoras; es desfavorable para el emprendimiento ya que a partir de ideas innovadoras nacen los grandes negocios capaces de competir en un mercado globalizado generando a su vez desarrollo económico y social.

El bajo porcentaje de ideas generadas no han sido convertidas en negocio o empresa por limitantes relacionadas con el desconocimiento, riesgos, tiempo y dinero.

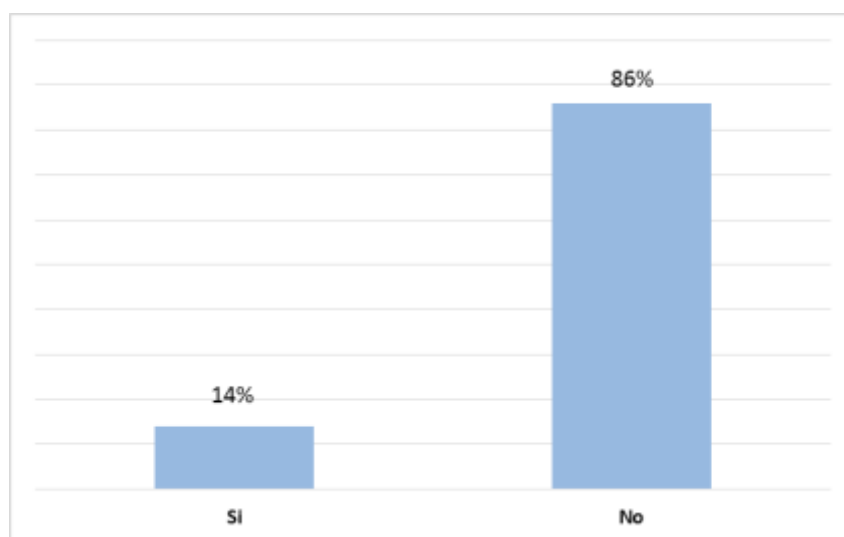
## 5. ¿Ha emprendido algún negocio o empresa?

Tabla N° 008: Emprendimiento

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	14
No	270	86
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 5: Emprendimiento



*Fuente: Investigación de campo*

La mayoría de la población manifiesta que no ha emprendido algún negocio relacionado con la capacitación recibida en el SECAP. Es negativo que las ideas de negocio no se concreten y se tome la decisión de emprender; existe un muy bajo nivel de personas que han desarrollado negocio después de haberse capacitado; la mayor parte de estos negocios son eventuales y de muy poco crecimiento.



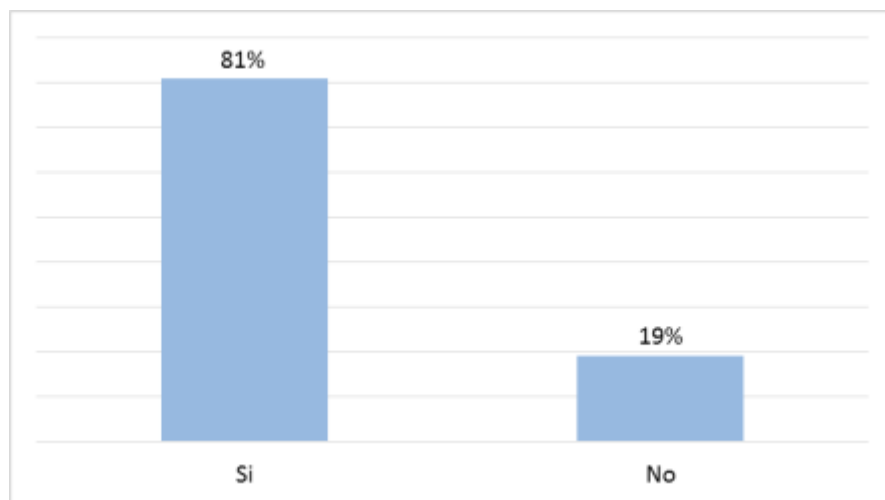
## 6. ¿Le gustaría emprender su propia empresa?

Tabla N° 009: Interés Por Crear Empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	254,34	81
No	59,66	19
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 6: Interés Por Crear Empresa



*Fuente: Investigación de campo*

A 8 de cada 10 personas investigadas les gustaría emprender un negocio relacionado con la capacitación recibida en el SECAP; esto es positivo para el emprendimiento porque las ganas de emprender es un factor importante que permite al emprendedor tomar una decisión afirmativa a la hora de crear empresa. Las personas sienten interés por emprender bajo la perspectiva de superación personal, independencia laboral y obtener estabilidad económica.

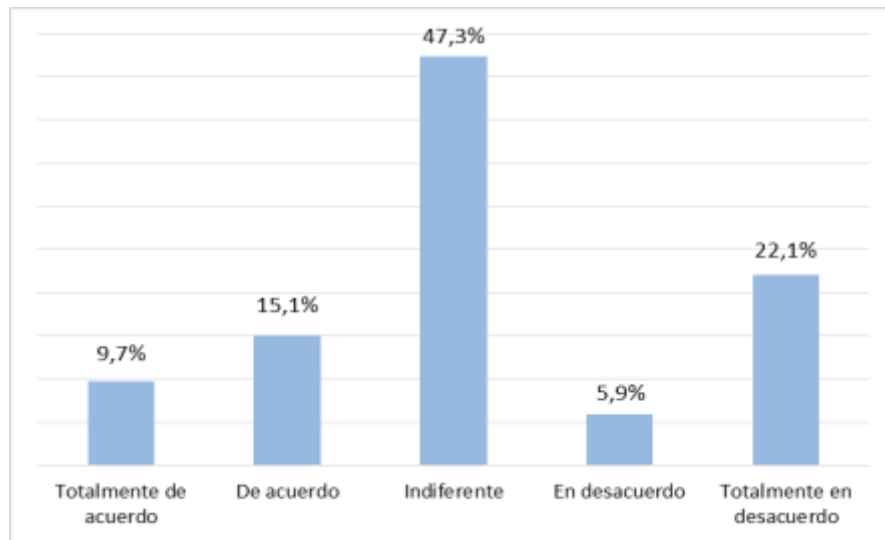
## 7. ¿Conoce usted el proceso necesario para la creación de una empresa?

Tabla N° 10: Conocimiento Creación Empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	31	9,7
De acuerdo	47	15,1
Indiferente	149	47,3
En desacuerdo	18	5,9
Totalmente en desacuerdo	69	22,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 7: Conocimiento Creación Empresa



*Fuente: Investigación de campo*

1 de cada 4 personas de la población conoce el proceso necesario para crear una empresa; este resultado es positivo para el emprendimiento sin embargo la mayoría no conoce el proceso de creación de una empresa. La insuficiencia de conocimientos es negativa para el emprendimiento; limita el nacimiento, organización, operación y desarrollo de del negocio además los hace vulnerables a amenazas existentes en el mercado.

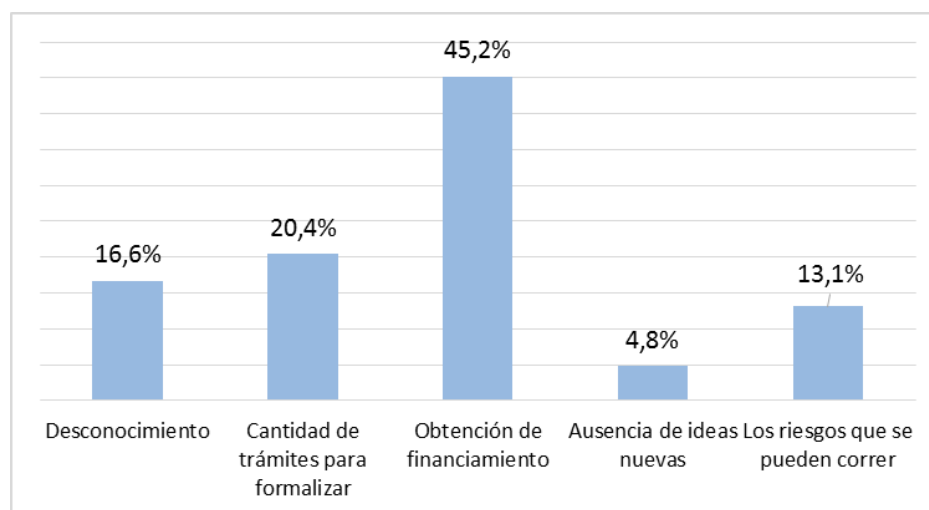
## 8. ¿Cuál considera usted es el principal obstáculo para la creación de una empresa?

Tabla N° 11: Obstáculo Para Crear Empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desconocimiento	52	16,6
Cantidad de trámites para formalizar	64	20,4
Obtención de financiamiento	142	45,2
Ausencia de ideas nuevas	15	4,8
Los riesgos que se pueden correr	41	13,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 8: Obstáculo Para Crear Empresa



*Fuente: Investigación de campo*

La investigación muestra que el principal limitante a la hora de emprender es la obtención de financiamiento, las personas afirman que es complicado obtener créditos principalmente en los bancos del Estado. Además que los trámites para formalizar una empresa son extensos y requieren de mucho tiempo, es por ello que los pocos negocios que se han creado son informales.

Las razones expuestas por las personas permiten determinar que el problema radica en el desconocimiento; porque en la actualidad existe apoyo estatal para financiar proyectos que permitan desarrollar la matriz productiva del país.

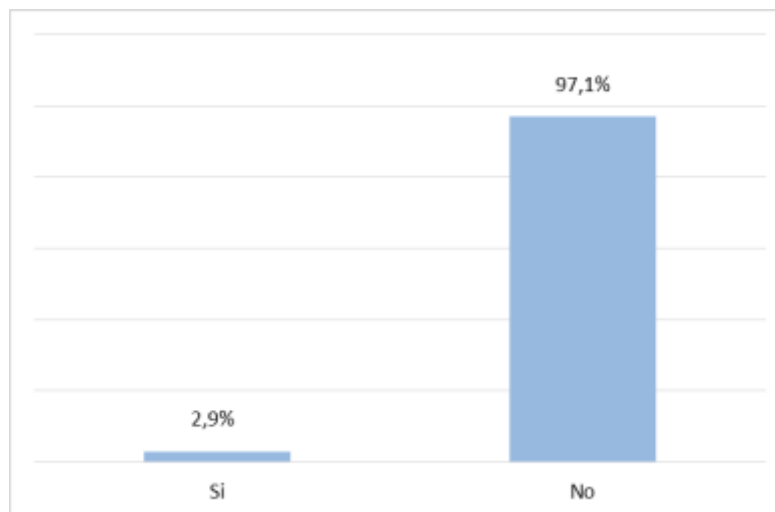
## 9. ¿Ha diseñado usted un plan de negocios?

Tabla N° 12: Diseño Plan De Negocios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	2,9
No	305	97,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 9: Diseño Plan De Negocios



*Fuente: Investigación de campo*

Casi la totalidad de la población investigada no ha desarrollado un plan de negocios lo cual es negativo al momento de emprender; un plan de negocios es importante porque en él se expone el propósito general de la empresa; un estudio comercial, técnico, financiero y de organización, incluyendo temas como los canales de comercialización, el precio, la distribución y el modelo de negocio reduciendo así los riesgos existentes en el entorno.

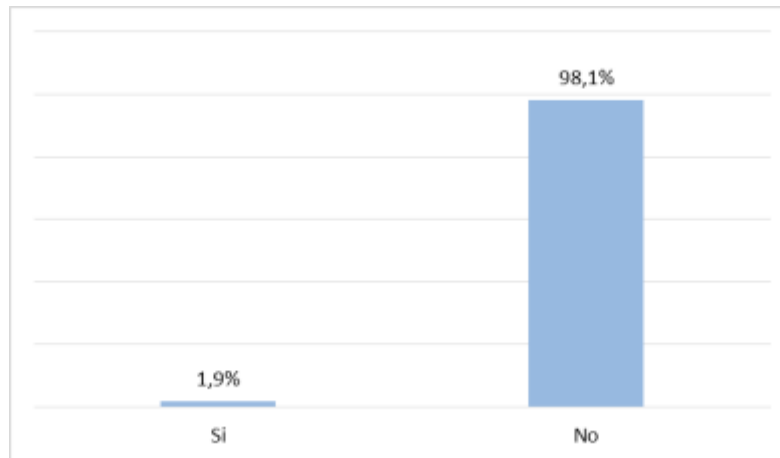
## 10. ¿Ha puesto en marcha un plan de negocios?

Tabla N° 13: Ejecución Plan De Negocios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	1,9
No	308	98,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 10: Ejecución Plan De Negocios



*Fuente: Investigación de campo*

Los resultados son desfavorables para el emprendimiento: muestran que se han elaborado muy pocos planes de negocios y un mínimo número de estos se han puesto en marcha. Los pocos emprendedores que han diseñado y ejecutado un plan afirman que es complicado hacer práctico lo escrito en un documento y a veces esto tiende a limitar el desarrollo total de sus actividades en el negocio.

Un plan de negocios correctamente diseñado describe de manera específica las operaciones de un negocio para que no haya complicaciones en la ejecución, más bien los emprendedores aun no cuentan con el suficiente conocimiento al momento de diseñar un plan y lo hacen de manea empírica.

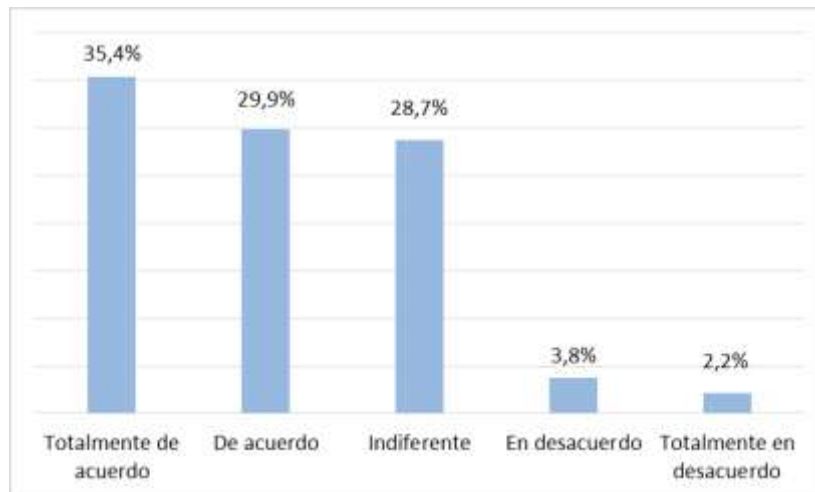
## 11. ¿Cree usted que un plan de negocios es importante para lograr el éxito de una empresa?

Tabla N° 14: Importancia Plan De Negocios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	111	35,4
De acuerdo	94	29,9
Indiferente	90	28,7
En desacuerdo	12	3,8
Totalmente en desacuerdo	7	2,2
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 11: Importancia Plan De Negocios



*Fuente: Investigación de campo*

Más de la mitad de la población investigada conoce de la importancia de un plan de negocios, sin embargo el desconocimiento en cuanto a su diseño y ejecución no permite su adecuado manejo.

Es favorable que las personas sepan de la importancia de los planes de negocio como un instrumento técnico que permite minimizar los riesgos a los que una empresa está expuesta en su entorno.

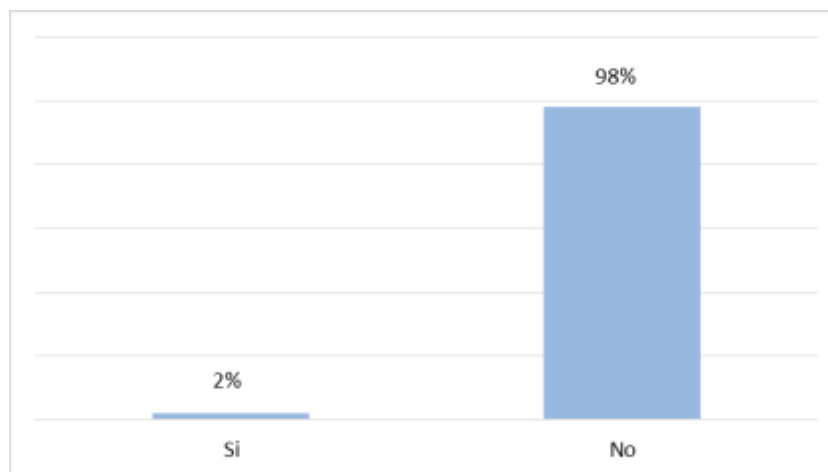
## 12. ¿Ha logrado alcanzar sus objetivos propuestos en el plan de negocios?

Tabla N° 15: Logro Objetivos Plan De Negocios

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	2
No	308	98
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 12: Logro Objetivos Plan De Negocios



*Fuente: Investigación de campo*

Un alto nivel de la población investigada aún no ha diseñado planes de negocios y por ello no ha logrado alcanzar sus objetivos.

El 2% de los negocios emprendidos han podido alcanzar sus objetivos expresados en una gran cantidad de clientela e ingresos obtenidos por la venta de sus productos, mas no demostrados técnicamente en rentabilidad y un total desarrollo empresarial.

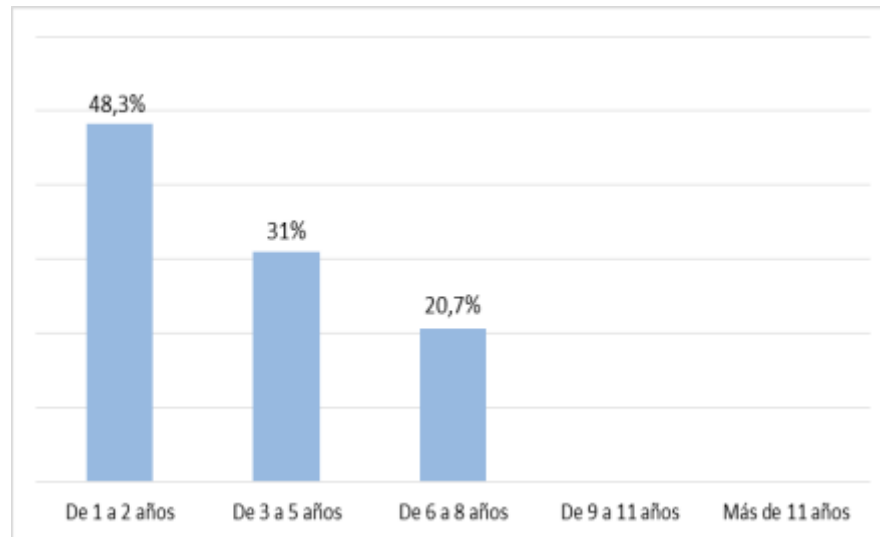
### 13. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento su empresa?

Tabla N° 16: Tiempo De Funcionamiento Empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 2 años	14	48,3
De 3 a 5 años	9	31
De 6 a 8 años	6	20,7
De 9 a 11 años	0	
Más de 11 años	0	
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 13: Tiempo De Funcionamiento Empresa



*Fuente: Investigación de campo*

Los resultados de la investigación son parcialmente positivos muestran que el 48.3% de los negocios emprendidos son muy recientes; llevan de 1 a 2 años en el mercado, un 31% de 3 a 5 años y apenas un 20.7% de 6 a 8 años.

Es positivo para el emprendimiento que existan negocios que han logrado sobrevivir más de tres años en el mercado, los emprendedores afirman que han podido solucionar problemas y han adquirido experiencia sobre su negocio.



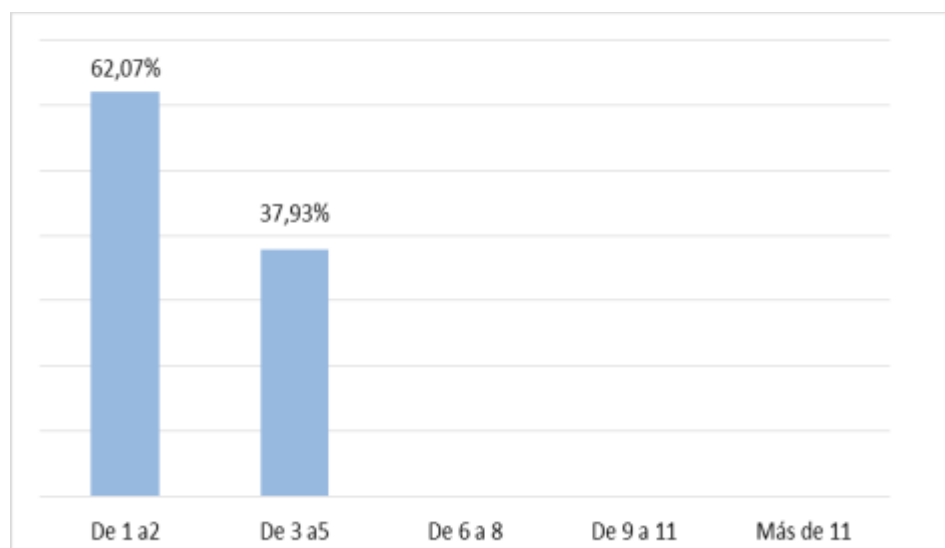
#### 14. ¿Cuál es el número de empleados de su empresa?

Tabla N° 17: Número De Empleados

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a2	18	62,07
De 3 a5	11	37,93
De 6 a 8	0	
De 9 a 11	0	
Más de 11	0	
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 14: Empresa



*Fuente: Investigación de campo*

Las empresas formadas son pequeñas en número de empleados que van de 1 a 2 empleados el 62.07%, de 3 a 5 empleados el 37.93%. La creación de empresas es capaz de generar desarrollo económico y social; sin embargo la característica de estas pequeñas empresas y negocios es que son familiares tanto en su composición del capital y organizacional así que mantienen un crecimiento muy limitado.

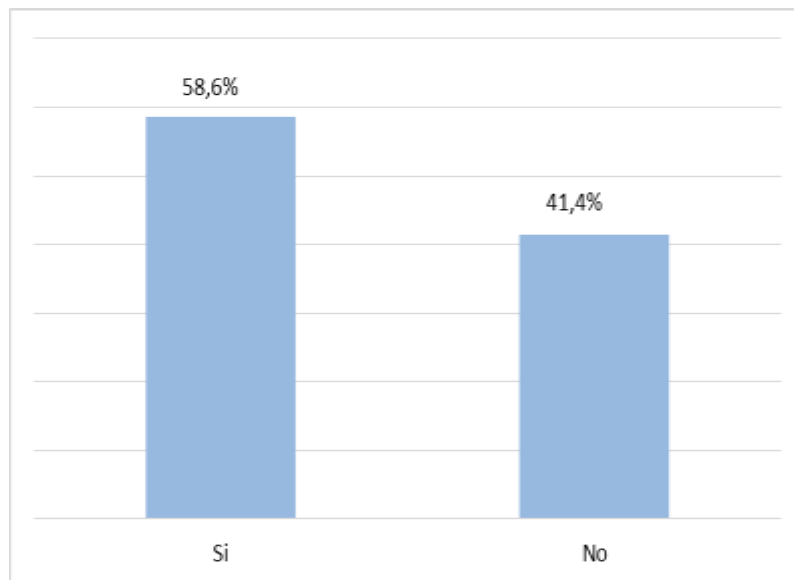
**15. ¿Considera usted que su empresa ha crecido y se ha desarrollado lo suficiente?**

Tabla N° 18: Crecimiento Empresarial

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	58,6
No	12	41,4
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 15: Crecimiento Empresarial



*Fuente: Investigación de campo*

El 58.6% de emprendedores considera que su empresa ha crecido lo suficiente, sin embargo un 41.4% afirma que sus negocios generan ingresos pero no han alcanzado su desarrollo total.

Es positivo que los emprendedores tengan visión empresarial para el futuro, esto les permitirá seguir trabajando para mejorar desarrollar nuevos mercados y crecer como empresa.

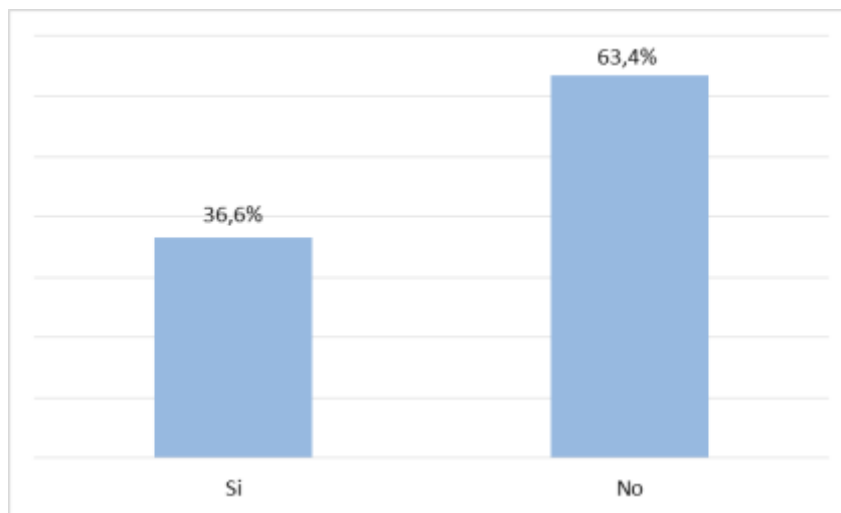
**16. ¿Conoce usted de instituciones del Estado que trabajan para impulsar el emprendimiento en Ecuador?**

Tabla N° 19: Crecimiento Empresarial

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	115	36,6
No	199	63,4
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 16: Crecimiento Empresarial



*Fuente: Investigación de campo*

6 de cada 10 personas de la población investigada no conoce que existen instituciones del Estado que fomentan el emprendimiento, creen que se debe a causas como el poco interés de su parte y la limitada promoción de las instituciones.

Esto es desfavorable porque en realidad actualmente el gobierno cuenta con instituciones que tienen como misión lograr el desarrollo de la matriz productiva del país y están presentes a nivel nacional.

### 3.5.2. Cuestionario aplicado al personal docente y administrativo del SECAP

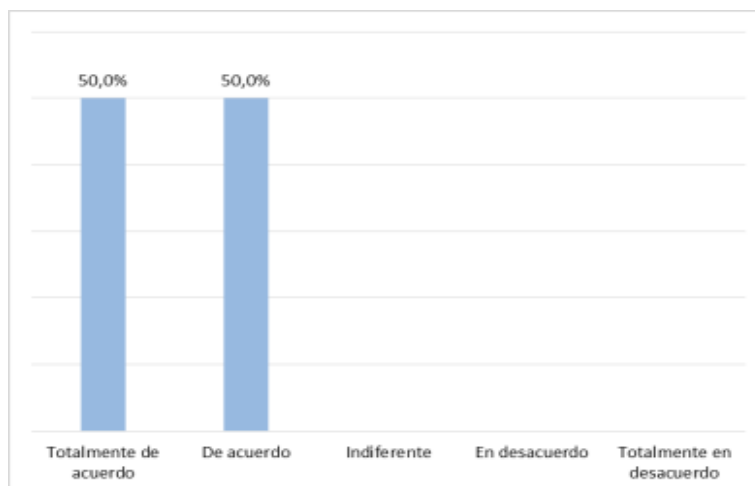
#### 1. ¿Realiza planificación previa a los programas de capacitación?

Tabla N° 20: Planificación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	50,0
De acuerdo	3	50,0
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 17: Planificación



*Fuente: Investigación de campo*

Los instructores y personal administrativo del SECAP afirman que la institución desarrolla un proceso de planificación previo al inicio de un programa de capacitación, se programa fechas, horarios se asigna un docente para la capacitación a desarrollar. Se incentiva la inclusión de personas en los cursos de capacitación; para ello se realiza publicaciones de su oferta de capacitación en medios de comunicación locales, se extiende invitaciones a ciudadelas o asentamientos de vivienda e instituciones tanto del sector público como privado.

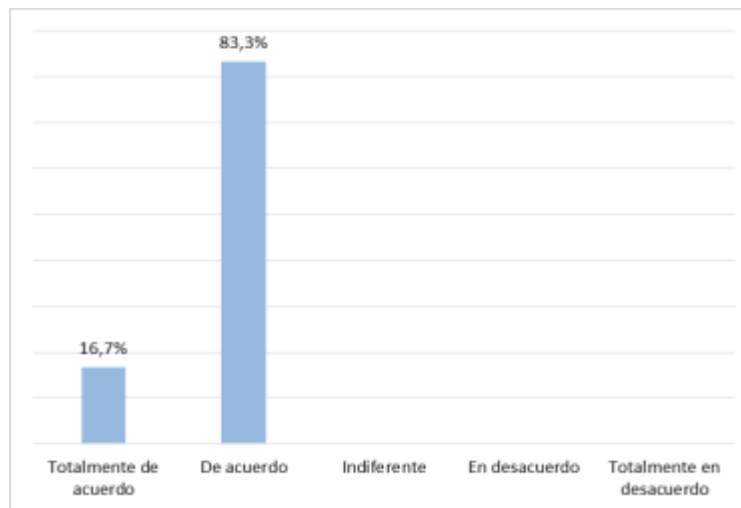
## 2. ¿Realiza un diagnóstico de las necesidades de capacitación en la ciudad de Tulcán?

Tabla N° 21: Diagnóstico De Necesidades

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	16,7
De acuerdo	5	83,3
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 18: Diagnóstico De Necesidades



*Fuente: Investigación de campo*

Conocer las necesidades de capacitación, permite ofertar programas de capacitación capaces de satisfacer las necesidades de los estudiantes, hacer lo que a las personas les apasiona les permitirá desarrollar mejor sus habilidades. Sin embargo el SECAP – Tulcán no es una institución totalmente autónoma y a la hora de decidir su oferta de capacitación se requiere la aprobación de sus superiores en la administración central; quienes en ocasiones disponen el desarrollo de cursos de capacitación con diferentes temáticas a nivel nacional, los cuales se deben cumplir.

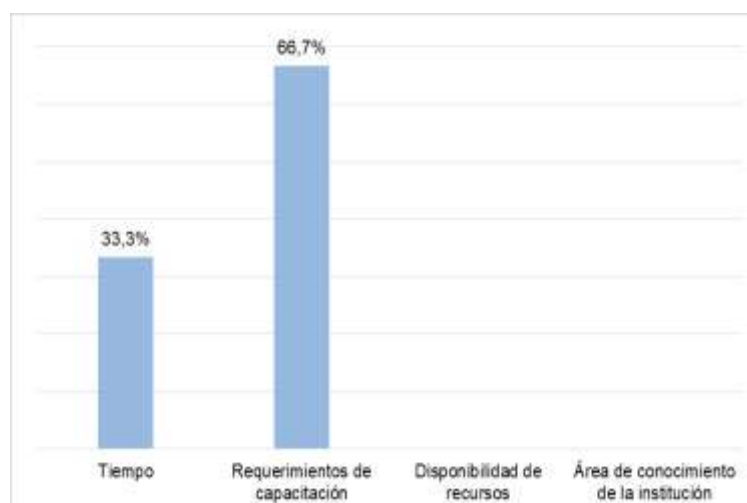
### 3. ¿Qué factores se toman en cuenta para diseñar un programa de capacitación?

Tabla N° 22: Factores – Capacitación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo	2	33,3
Requerimientos de capacitación	4	66,7
Disponibilidad de recursos		
Área de conocimiento de la institución		
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Investigación de campo

Gráfico N° 19: Factores – Capacitación



**Fuente:** Investigación de campo

El 66% de los investigados afirman que el factor más importante para decidir su oferta; es el requerimiento capacitación, que se origina de las necesidades de la población; quienes con un número mínimo de 20 personas pueden dar apertura al inicio de un programa de capacitación. Sin embargo también se deben ejecutar programas de capacitación que nacen de disposiciones de la administración central.

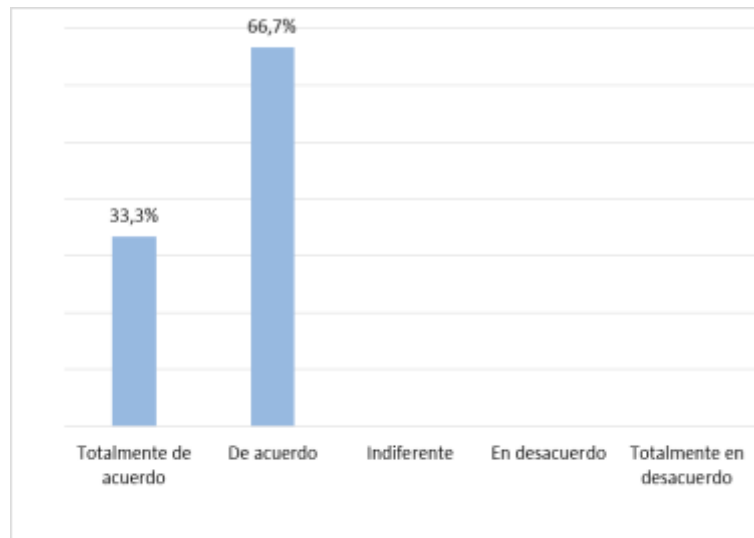
#### 4. ¿Identifica el propósito del programa de capacitación?

Tabla N° 23: Propósito – Capacitación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	33,3
De acuerdo	4	66,7
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 20: Propósito – Capacitación



*Fuente: Investigación de campo*

El 66.7% afirma que el SECAP desarrolla capacitaciones con la intención de generar progreso socio productivo principalmente en los grupos de atención prioritaria (GAP). Además se realizan capacitaciones con enfoque al desarrollo de competencias laborales.

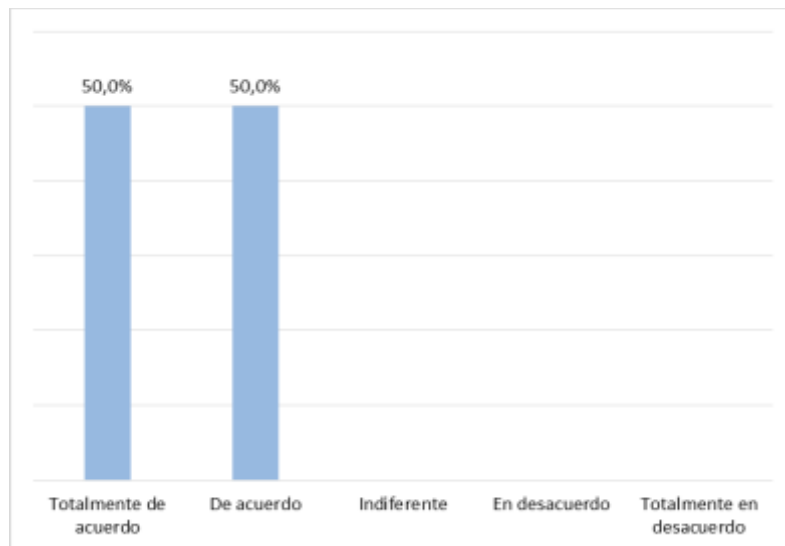
## 5. ¿Delimita el alcance del programa de capacitación?

Tabla 24: Alcance - Capacitación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	50,0
De acuerdo	3	50,0
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 21: Alcance - Capacitación



*Fuente: Investigación de campo*

Los funcionarios del SECAP afirman que si se delimita el alcance de los programas de capacitación; tomando en cuenta factores como: tiempo, lugar, temas, costos y beneficiarios.

Tiempo: los programas de capacitación son de corta y larga duración de 25 hasta 60 horas según el tema. Hasta el año 2012 se realizaban capacitaciones de larga duración de 1000 horas aproximadamente, confiriendo títulos técnicos.



Lugar: las áreas de capacitación pueden ser en las aulas de las instalaciones del SECAP- TULCÁN, en negocios o empresas, en centros penitenciarios y grupos sociales tanto en zonas urbanas como rurales del cantón y provincia.

Tema: el tema es definido según la necesidad del beneficiario o disposiciones de la administración central; se capacita en temas relacionados a manualidades, industria (lácteos, panadería, pastelería, confección, carpintería, etc.) o competencias laborales (sistemas de inventarios, compras públicas entre otros).

Costo: el costo es definido según el mercado al cual está dirigido para los GAP las capacitaciones son gratuitas, para el sector industrial y competencias laborales varia de 35 a 50 USD.

Beneficiarios: los GAP están conformados por personas privadas de la libertad, ancianos, mujeres en estado de gestación, personas con capacidades diferentes, niños, etc. Las capacitaciones además están orientadas al sector, empresarial, laboral y grupos sociales quienes necesiten adquirir conocimientos en alguna área.

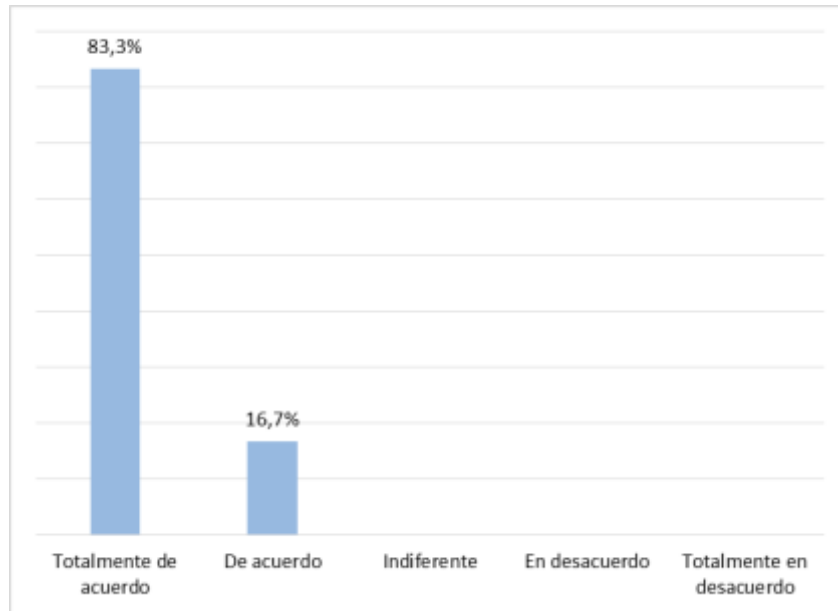
## 6. ¿Ejecutan los programas de capacitación de acuerdo a un cronograma establecido?

Tabla 25: Ejecución Cronograma Establecido

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	5	83,3
De acuerdo	1	16,7
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 22: Ejecución Cronograma Establecido



*Fuente: Investigación de campo*

Los instructores afirman que ejecutan programas de capacitación de acuerdo a lo planificado. Es beneficioso para el cumplimiento de todo el programa de capacitación y formación de los emprendedores que se organice un cronograma que permita el desarrollo completo de las temáticas propuestas para el programa de capacitación.

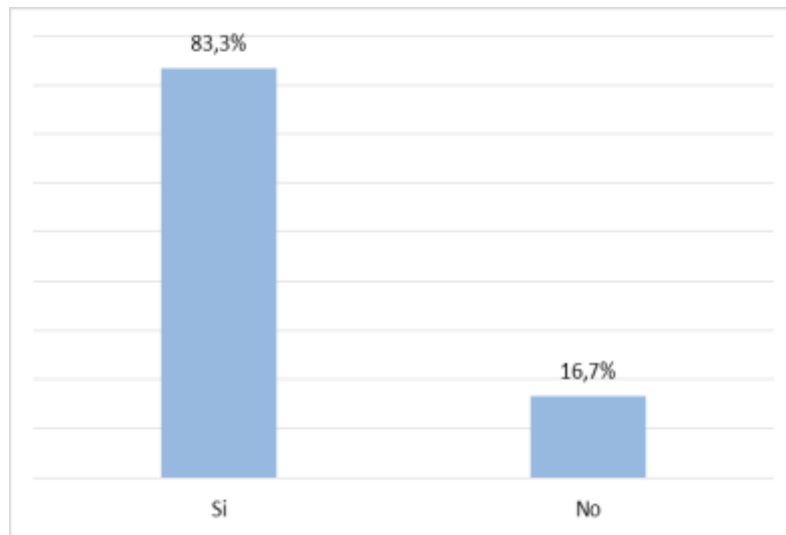
## 7. ¿Se establecen indicadores de medición para los programas de capacitación?

Tabla N° 26: Indicadores De Medición - Capacitación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83,3
No	1	16,7
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 23: Indicadores De Medición - Capacitación



Fuente: Investigación de campo

Establecer indicadores de medición permite conocer el impacto generado y el nivel de cumplimiento de la misión de la organización en función de lograr desarrollo social y económico en el país como esta lo afirma.

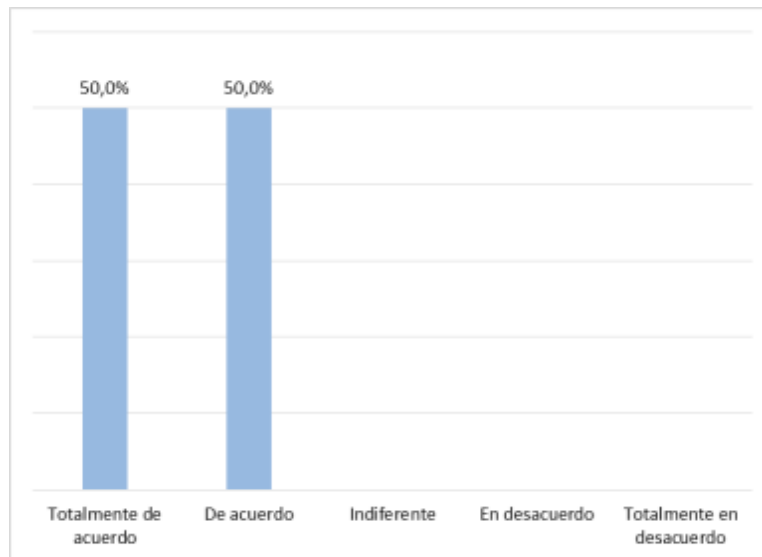
**8. ¿Se evalúa el desempeño de instructores de los programas de capacitación?**

Tabla N° 27: Evaluación Desempeño - Instructores

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	50,0
De acuerdo	3	50,0
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 24: Evaluación Desempeño - Instructores



*Fuente: Investigación de campo*

Evaluar el trabajo de instructores de los programas de capacitación, permite medir su desempeño en las funciones encomendadas, es importante que se lo haga con los instructores ya que son quienes se encargan de enseñar a emprender, motivar, planificar y desarrollar proyectos de negocios.

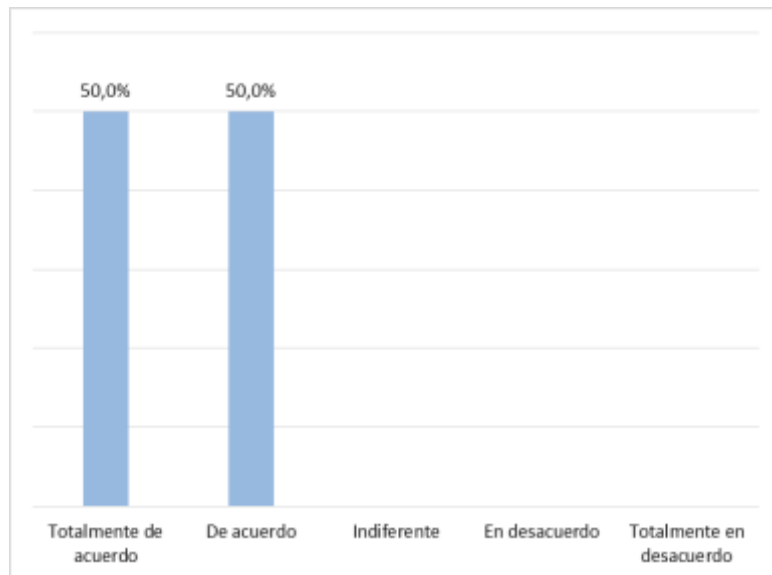
**9. ¿Se evalúa el desempeño de estudiantes de los programas de capacitación?**

Tabla 28: Evaluación Desempeño - Estudiantes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	3	50,0
De acuerdo	3	50,0
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 25: Evaluación Desempeño - Estudiantes



*Fuente: Investigación de campo*

La evaluación es un factor que permite conocer la efectividad de los cursos de formación y capacitación recibida. Las evaluaciones son determinantes ya que permiten definir la aprobación o no de los módulos del programa de capacitación.

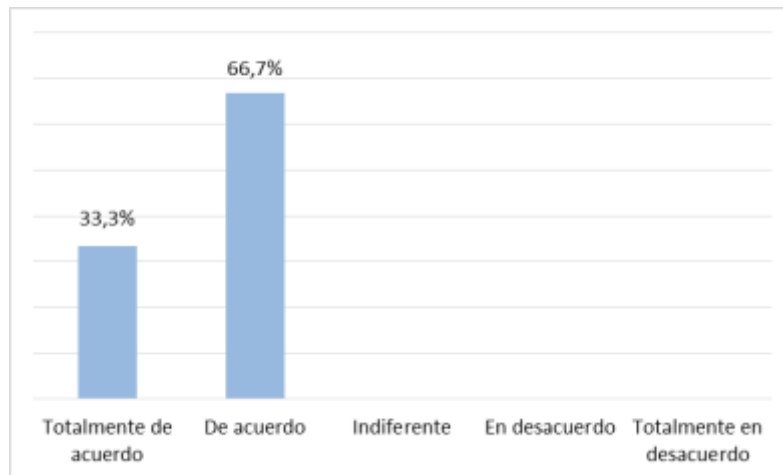
## 10. ¿Se educa en temas de emprendimiento en los programas de capacitación desarrollados para los GAP?

Tabla N° 29: Educación En Emprendimiento - Gap

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	33,3
De acuerdo	4	66,7
Indiferente	0	
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 26: Educación En Emprendimiento - GAP



*Fuente: Investigación de campo*

La respuesta es afirmativa, sin embargo no es visible ni los estudiantes afirman que sea así. El no educar en temas de emprendimiento e incentivar a los estudiantes a la creación de negocios y las habilidades adquiridas se pierdan.

El SECAP debería aprovechar al máximo convenios como el determinado con el SENA de Colombia Vigente desde mayo del 2010 hasta mayo del 2014 ya que esta institución ha desarrollado un modelo de programas curriculares para la formación de emprendedores capaces de influir en el desarrollo productivo de su país.

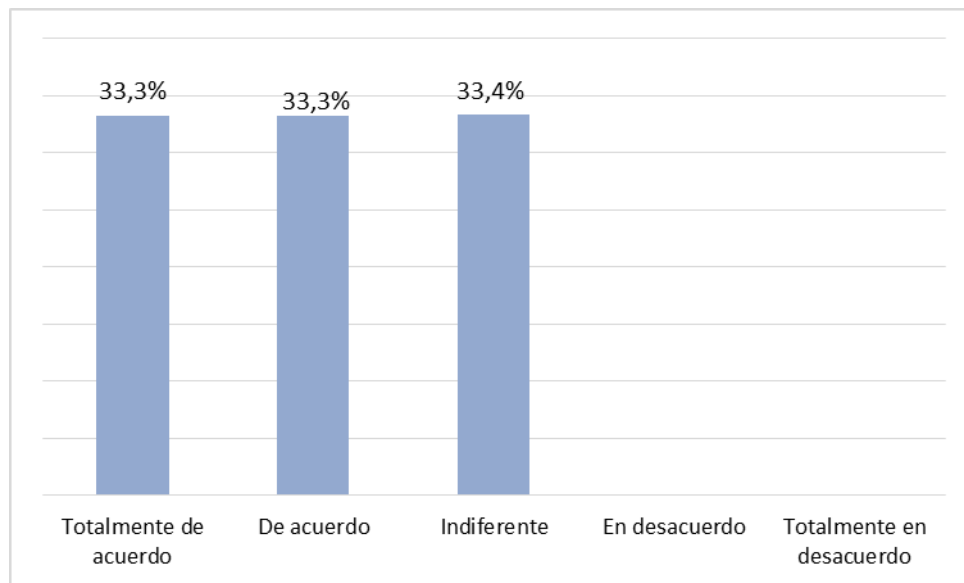
## 11. ¿Se motiva al estudiante para que cree su propio negocio?

Tabla N° 30: Motivación A Emprender

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	33,3
De acuerdo	2	33,3
Indiferente	2	33,4
En desacuerdo	0	
Totalmente en desacuerdo	0	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 27: Motivación A Emprender



*Fuente: Investigación de campo*

Debería existir un muy alto índice de motivación a los estudiantes para que creen sus propios negocios, la motivación es fundamental para incentivar al emprendedor a tomar la decisión de crear su empresa.

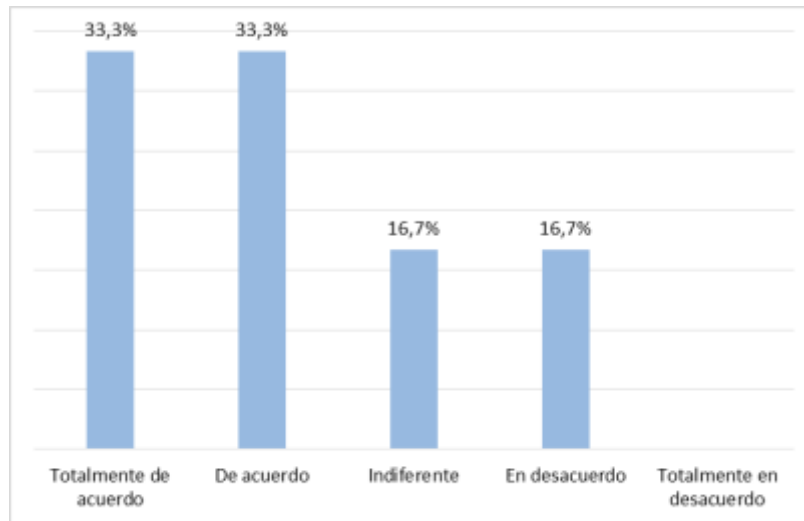
## 12. ¿Se capacita en el diseño de planes de negocios?

Tabla N° 31: Capacitación En Planes De Negocios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	2	33,3
De acuerdo	2	33,3
Indiferente	1	16,7
En desacuerdo	1	16,7
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Investigación de campo

Gráfico N° 28: Capacitación En Planes De Negocios



**Fuente:** Investigación de campo

Existen respuestas muy divididas en el tema de capacitaciones en planes de negocios porque en realidad no se dan de manera periódica, sino más bien de manera escasa y es dictada en cursos diferentes solo cuando son solicitados por las personas. Este indicador es perjudicial para el emprendimiento, porque el desconocimiento se convierte en una debilidad para los emprendedores.



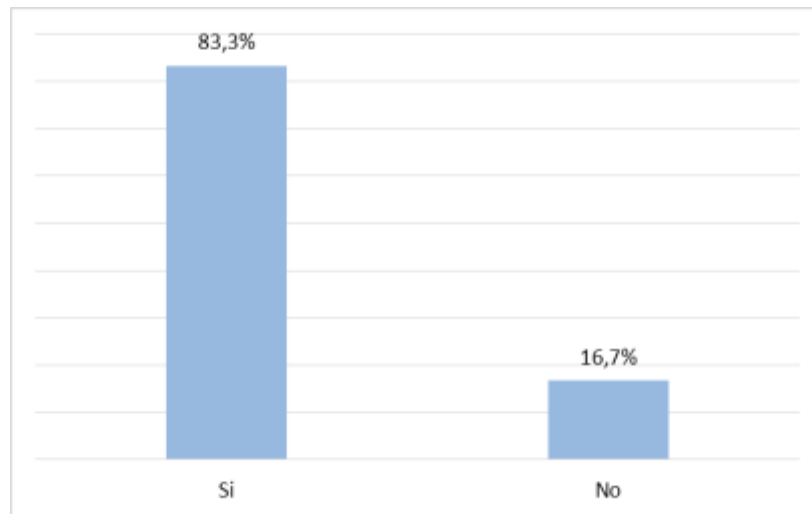
**13. ¿Se apoya con información al emprendedor sobre Instituciones del Sector Público que promueven y apoyan el desarrollo del emprendimiento?**

Tabla N° 32: Información Instituciones Que Promueven El Emprendimiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	83,3
No	1	16,7
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Investigación de campo*

Gráfico N° 29: Información Instituciones Que Promueven El Emprendimiento



*Fuente: Investigación de campo*

Facilitar información de la misión de muchas organizaciones del estado que promueven el emprendimiento debería ser un tema difundido de manera muy para que los emprendedores conozcan y hagan uso de los proyectos desarrollados por estas instituciones.

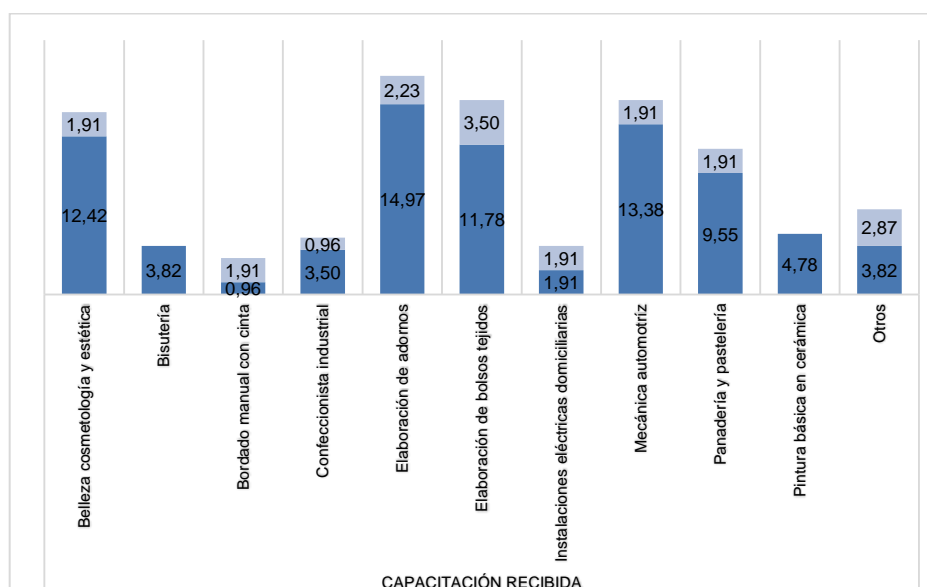
### 3.6. TABLAS DE CONTINGENCIA – VALIDACIÓN DE IDEA A DEFENDER

Tabla N° 33: Capacitación - Creatividad

		CREATIVIDAD			
		¿Se considera usted una persona creativa?			
		Si		No	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>CAPACITACIÓN</b> ¿Seleccione el nombre del curso de capacitación que ha recibido en el SECAP?	Belleza cosmetología y estética	39	12,42	6	1,91
	Bisutería	12	3,82	0	0,00
	Bordado manual con cinta	3	0,96	6	1,91
	Confeccionista industrial	11	3,50	3	0,96
	Elaboración de adornos	47	14,97	7	2,23
	Elaboración de bolsos tejidos	37	11,78	11	3,50
	Instalaciones eléctricas domiciliarias	6	1,91	6	1,91
	Mecánica automotriz	42	13,38	6	1,91
	Panadería y pastelería	30	9,55	6	1,91
	Pintura básica en cerámica	15	4,78	0	0,00
	Otros	12	3,82	9	2,87
	<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>80,89</b>	<b>60</b>	<b>19,11</b>

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 30: Capacitación - Creatividad



Fuente: Investigación de campo

El 80% de personas que se han capacitado en el SECAP se consideran personas creativas; este es un índice favorable para el emprendimiento ya que la creatividad es un componente del perfil del emprendedor y necesaria para el desarrollo de ideas de negocio innovadoras.

El estudiante se auto educa mientras se encuentra en el programa de capacitación en temas relacionados con materiales y diseños para sus productos usando medios de información como el internet, lo que ha permitido desarrollar en cada uno, habilidades y destrezas relacionadas con la elaboración de lo aprendido en los programas de formación.

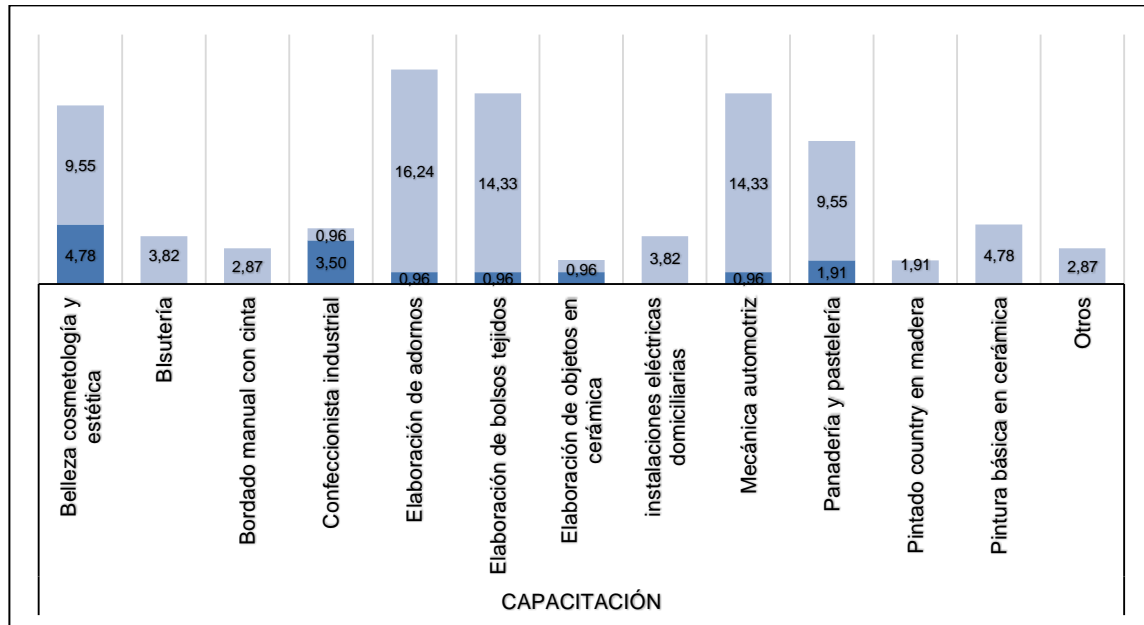
La oferta de capacitación del SECAP permite que al final el estudiante pueda elaborar productos donde se muestra el talento y creatividad de las personas; sin embargo no ha sido explotado y si las personas no ponen en práctica lo aprendido sus habilidades se perderán.

Tabla 34: Capacitación - Emprendimiento

		EMPRENDIMIENTO				
		¿Ha emprendido algún negocio o empresa?				
		Si		No		
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
<b>CAPACITACIÓN</b> ¿Seleccione el nombre del curso de capacitación que ha recibido en el SECAP?	Belleza cosmetología y estética	15	4,78	30,00	9,55	
	Bisutería	0	0,00	12,00	3,82	
	Bordado manual con cinta	0	0,00	9,00	2,87	
	Confeccionista industrial	11	3,50	3,00	0,96	
	Elaboración de adornos	3	0,96	51,00	16,24	
	Elaboración de bolsos tejidos	3	0,96	45,00	14,33	
	Elaboración de objetos en cerámica	3	0,96	3,00	0,96	
	instalaciones eléctricas domiciliarias	0	0,00	12,00	3,82	
	Mecánica automotriz	3	0,96	45,00	14,33	
	Panadería y pastelería	6	1,91	30,00	9,55	
	Pintado country en madera	0	0,00	6,00	1,91	
	Pintura básica en cerámica	0	0,00	15,00	4,78	
	Otros	0	0,00	9,00	2,87	
	<b>Total</b>		<b>44</b>	<b>14,00</b>	<b>270,00</b>	<b>86,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 31: Capacitación – Emprendimiento de Negocios



Fuente: Investigación de campo

Solo el 14% de los beneficiarios de las capacitaciones del SECAP, han emprendido un negocio de elaboración y comercialización de los productos finales de las capacitaciones recibidas. Las capacitaciones en Belleza Cosmetología y Estética, y Confeccionista Industrial, presentan los más altos niveles de emprendimiento con el 4.78% y 3.5% respectivamente; de los negocios creados apenas el 8.6% han podido superar el primer año desde su creación y mantienen la característica de ser negocios unipersonales o familiares con recursos limitados y bajo crecimiento.

Existen factores como el financiamiento, falta de conocimientos en temas administrativos, la cantidad de trámites para formalizar y el riesgo que impiden a que el emprendedor tome la decisión de crear empresas o negocios.

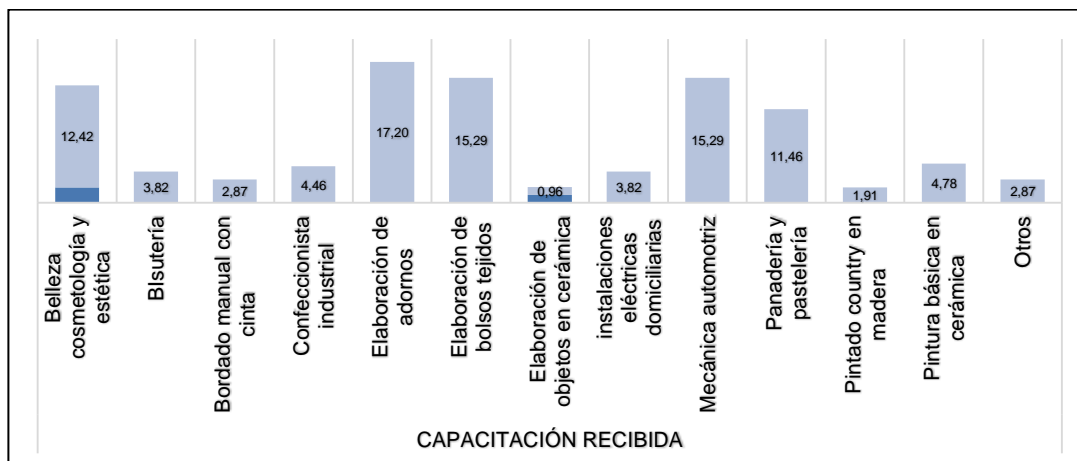
El SECAP se limita a formar al alumno en temas relacionados con las técnicas de elaboración de diferentes productos; sin embargo debería ir más allá, su involucramiento con el fomento del emprendimiento es necesario para que su trabajo actual se concrete en negocios que contribuyan a fortalecer las políticas de gobierno, para el logro del buen vivir.

Tabla 35: Capacitación – Plan De Negocios

		DISEÑO PLAN DE NEGOCIOS			
		¿Ha diseñado usted un plan de negocios?			
		Si		No	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>CAPACITACIÓN</b> ¿Seleccione el nombre del curso de capacitación que ha recibido en el SECAP?	Belleza cosmetología y estética	6	1,91	39	12,42
	Bisutería	0	0,00	12	3,82
	Bordado manual con cinta	0	0,00	9	2,87
	Confeccionista industrial	0	0,00	14	4,46
	Elaboración de adornos	0	0,00	54	17,20
	Elaboración de bolsos tejidos	0	0,00	48	15,29
	Elaboración de objetos en cerámica	3	0,96	3	0,96
	instalaciones eléctricas domiciliarias	0	0,00	12	3,82
	Mecánica automotriz	0	0,00	48	15,29
	Panadería y pastelería	0	0,00	36	11,46
	Pintado country en madera	0	0,00	6	1,91
	Pintura básica en cerámica	0	0,00	15	4,78
	Otros	0	0,00	9	2,87
	<b>Total</b>		<b>9</b>	<b>2,87</b>	<b>305</b>

Fuente: Investigación de campo

Gráfico N° 32: Gráfico N° 03: Capacitación – Plan De Negocios



Fuente: Investigación de campo

Apenas el 2.87% a elaboración planes de negocios y los ha puesto en marcha, de manera empírica y no ha logrado obtener los resultados esperados. Este indicador es muy bajo y negativo para el emprendimiento, las personas que han

recibido capacitaciones en el SECAP han podido aprender a crear un sinnúmero de productos, pero si estas habilidades no son explotadas se perderán con el tiempo; se debería capacitar en el diseño y ejecución de planes de negocios para que puedan poner en práctica lo aprendido, se pueda minimizar riesgos y de finir las directrices de sus negocios.

Una vez analizados los resultados de la investigación es posible demostrar que las capacitaciones del SECAP no generan un impacto relevante en torno al emprendimiento, la formación que reciben los estudiantes es excelente para el desarrollo de habilidades y destrezas operativas o para la producción de bienes o servicios.

Las personas que han recibido capacitaciones en el SECAP han podido aprender a crear un sinnúmero de productos, pero si estas habilidades no son explotadas se perderán con el tiempo, a estas personas les hace falta el conocimiento necesario para poder crear negocios, que les permita crecer y es ahí donde el SECAP debería trabajar, para inducir a sus estudiantes a crear negocios; para ello deben formar en temas como planes de negocio, motivación para emprendedores, acceso al financiamiento, a manejar y controlar el riesgo.

## **CAPITULO IV**

### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

1. El SECAP cuenta con una amplia oferta de capacitación, orientada al desarrollo de habilidades y destrezas operativas en la producción de bienes o servicios, la formación inicia con un cupo mínimo de 20 personas que requieran ser instruidos en alguna de las áreas de enseñanza como belleza, panadería, mecánica, manualidades, confección, etc.; sin embargo existen programas de capacitación que deben ser dictados en el año fiscal y la temática es impuesta por la administración central.
2. Las personas utilizan medios de consulta como el internet, para auto educarse y reforzar los conocimientos adquiridos en los programas de capacitación. La creatividad y habilidad de las personas se hace visible en los diseños de sus productos que en su mayoría son de trabajo manual, apreciados por los consumidores por el acabado final en cada producto.
3. Para muchas personas la capacitación recibida en el SECAP no ha sido suficiente para tomar la iniciativa de emprender, las personas creen que aún les falta conocimientos en áreas administrativas, de mercadeo, finanzas y operativas para poder formar una empresa.
4. Un alto porcentaje de las personas que no han emprendido un negocio sienten deseos hacerlo en el futuro, y así contar con independencia laboral, estabilidad económica y superación personal.
5. El 45.2% de las personas afirma que el principal limitante al momento de emprender es la falta de recursos económicos, el difícil acceso al



financiamiento en las entidades del sector público y las altas tasas de interés del sector privado son factores negativos para el emprendimiento.

6. Un factor negativo de las personas investigadas es que no les gusta asumir riesgos, tienen temor de perder recursos económicos y esto limita la generación de negocios.
7. Las personas no cuentan con los conocimientos suficientes y la orientación necesaria para diseñar y ejecutar planes de negocios, que les permita direccionar el funcionamiento de sus negocios; además de su importancia como un instrumento técnico que permite minimizar los riesgos.
8. Existe un 14% de negocios emprendidos y apenas el 8.6% ha podido superar el primer año desde su creación, estos no han podido alcanzar desarrollo demostrado técnicamente en rentabilidad y crecimiento empresarial. Los negocios creados son muy jóvenes la mayoría de ellos no ha superado los 5 años de existencia en el mercado, son unipersonales o familiares; así que no han logrado ser generadores de desarrollo social.
9. La gestión de las Instituciones del Estado aún no es tan efectiva en acciones de comunicación y difusión de sumisión; muchas personas no conocen de su existencia y el apoyo que estas proveen a los emprendedores en la ciudad de Tulcán.

#### **4.2. RECOMENDACIONES**

1. El SECAP y las instituciones del sector público sin excepción deberían fortalecer el logro de las políticas sociales y económicas del país, atender en equipo las necesidades socioeconómicas existentes en la ciudad de Tulcán para contribuir al desarrollo y buen vivir de los jóvenes, adultos y grupos de atención prioritaria

2. El SECAP no debería limitarse a desarrollar una temática específica en sus programas de capacitación, sino que debería proporcionar información adicional útil para que el estudiante tenga una orientación de cómo cumplir con requerimientos legales y ambientales para crear empresa, se debería ofertar capacitación en planes de negocios para que los estudiantes cuenten con los conocimientos suficientes para en su diseño y ejecución.
3. Las instituciones de educación básica, bachillerato y superior deberían contribuir en el proceso de formación de emprendedores enseñando a sus estudiantes a desarrollar aptitudes y actitudes en investigación, disciplina, creatividad, visionario y apoyar el desarrollo de ideas de negocios innovadoras.
4. La base fundamental para el emprendedor debería ser el plan de negocios ya que en él se expone el propósito general de la empresa, sus estrategias y el camino a seguir para lograr los objetivos organizacionales; que el emprendedor conozca y ejecute adecuadamente su plan de negocios le permitirá disminuir el riesgo y afirmar el desarrollo de su negocio.
5. El SECAP debería aprovechar los convenios institucionales con instituciones como el SENA de Colombia, para poder articular y aplicar el modelo de enseñanza, entrenamiento de emprendedores e incubación de negocios; que esta institución desarrolle en su país logrando buenos resultados.
6. El financiamiento para proyectos de negocios debería ser una política de gobierno que otorgue facilidades al emprendedor como; créditos con tiempo de gracia, baja tasa de interés y procedimientos que faciliten el

acceso de manera que este recuso no sea un limitante a la hora de aprender.

7. Las instituciones del estado deberían desarrollar estrategias de comunicación de su misión, para que el emprendedor pueda acceder a los beneficios que cada una pone al servicio de la sociedad.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **5.1. TÍTULO**

Modelo de Desarrollo del Emprendimiento, para los estudiantes de los Programas de Capacitación del Sector Productivo – Social del SECAP en la ciudad de Tulcán.

#### **5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP, creado el 3 de octubre de 1966 es una institución que cuenta con personería jurídica de derecho público, autonomía administrativa; financiera con patrimonio y fondos propios, adscrita al Ministerio de Trabajo y Bienestar Social.

El SECAP en Carchi, inició sus actividades en 1981, bajo la modalidad de acciones móviles coordinadas desde la Regional Norte del SECAP - Quito. Gracias a la donación del terreno en la administración del alcalde Federico Montenegro, se consolidó el proyecto de construcción de las instalaciones administrativas, aulas, talleres y demás espacios bajo el asesoramiento y diseño de Centros de Capacitación y Formación Profesional de la GTZ Alemana, entidad que fue puntal importante para que la estructura que hoy dispone el SECAP.

El SECAP - Tulcán desarrolla programas de capacitación de manera continua cada dos meses pone a disposición de los ciudadanos su oferta de capacitación, con un grupo de mínimo 20 participantes se puede dar inicio a un programa de capacitación, de corta, media y larga duración que van desde 30 hasta 100 horas.

El SECAP pone mucho énfasis en capacitar a Grupos de Atención Prioritaria como personas refugiadas, discapacitados, adultos mayores, personas privadas de su libertad, etc. de manera gratuita en temas como elaboración de

manualidades, jarrones, floristería, belleza, confección, pintura, panadería y pastelerías, etc.

Las personas que han recibido capacitaciones relacionadas con el desarrollo de productos o servicios en el SECAP, han podido aprender a crear un sinnúmero de productos, pero si estas habilidades no son explotadas se perderán con el tiempo, a estas personas les hace falta el conocimiento necesario para poder crear negocios, que les permita crecer y es ahí donde el SECAP debería trabajar, para inducir a sus estudiantes a crear negocios; para ello deben formar en temas como planes de negocio, motivación para emprendedores, acceso al financiamiento, a manejar y controlar el riesgo.

### **5.3. OBJETIVOS**

#### **5.3.1. Objetivo General**

Diseñar un Modelo de Desarrollo del Emprendimiento, para los beneficiarios de los Programas de Capacitación del Sector Productivo – Social del SECAP en la ciudad de Tulcán.

#### **5.3.2. Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico institucional del SECAP
- Diseñar una guía metodológica para la formación de los emprendedores
- Establecer los mecanismos de incubación de los emprendimientos generados.

### **5.4. JUSTIFICACIÓN**

Muchas personas han recibido capacitación en el SECAP, para que puedan tomar la decisión de emprender, se requiere de profesionales que apoyen y asesoren el proceso de formación de emprendedores y negocios; instituciones como el SECAP, el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO), Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS), la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC) cuentan con las

herramientas necesarias para la transferencia del conocimiento requerido por el emprendedor; talento humano, el conocimiento, recursos económicos, infraestructura y persiguen objetivos en común, están orientados al logro del buen vivir de la sociedad y fortalecimiento de la matriz productiva, poniendo énfasis en los grupos de atención prioritaria y los actores de la economía popular solidaria.

El SECAP cuenta con la experiencia suficiente en formación profesional y el desarrollo de competencias operativas, las capacitaciones en las que el resultado final son productos tanto bienes como servicios se pueden convertir en los productos de un sinnúmero de microempresas.

La UPEC, es un referente en la provincia del Carchi en cuanto a la transferencia de conocimientos en áreas clave como la dirección de empresas, transformación de recursos agrícolas y procesos de desarrollo académico.

El MIPRO, este ministerio promueve el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal a través de políticas, programas y proyectos, en su gestión ha creado la Subsecretaría de Desarrollo de MIPYMES y Artesanías.

que conjuntamente con Centros de Educación Superior Estatales y con los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y Provinciales trabajan con el fin de fomentar la cultura emprendedora y el desarrollo empresarial local.

El MCPEC ha desarrollado instrumentos y programas que son la base para la implementación de las políticas a nivel general y territorial; actúan para desarrollar la innovación y actitud emprendedora, la transformación de la matriz productiva, la democratización y acceso a los activos productivos, la dotación de servicios para el desarrollo empresarial y financiamiento. (Agendas para la Transformación Productiva Territorial: Carchi; pág. 14; mayo 2011)

El IEPS, entidad que trabaja por el fomento y promoción de las personas y organizaciones sujetas a esta Ley, en el contexto del sistema económico social y solidario. Trabaja en determinados circuitos del sector productivo como La

Buena Manufactura, hay asociaciones y organizaciones que producen, transforman y comercializan prendas de vestir y calzado; fabrican muebles; trabajan la madera; la metalmecánica; y elaboran juguetes. El IEPS fortalece esta área con apoyo a mercados, apoyo técnico y apoyo financiero.

La SETEC, Promueve el acceso a capacitación y formación profesional laboral de calidad basado en competencias laborales, con el fin de formar talento humano idóneo para el país a fin de mejorar los niveles de producción, productividad, calidad y empleabilidad, y la inclusión económica y social de los grupos de atención prioritaria fortaleciendo sus capacidades y conocimientos, como sustento del desarrollo social y económico.

Con el fin de fortalecer el logro de objetivos en común, se propone articular la gestión de estas instituciones con el fin de fomentar el emprendimiento de micro empresarial en la ciudad, de esta manera se aprovechará el esfuerzo humano y económico realizado por estas instituciones de manera individual.

## **5.5. FUNDAMENTACIÓN**

Shapero explica que <el evento empresarial> parte de la existencia de condiciones como: <factores de desplazamiento>, que son los que orientan a una persona a cambiar su trayectoria de vida e inclinarse por la carrera empresarial estos factores pueden ser positivos entre los que pueden estar la identificación de una oportunidad, deseos de superación, etc. o negativos como salir del desempleo, frustración por el trabajo actual, citado en. Citado en (Kantis, Angelelli & Moori, 2004, p.22).

El interés de la población investigada por el emprendimiento, se debe aprovechar para su formación en puntos clave como la innovación, motivación, planes de negocio, liderazgo, administración empresarial; es necesario trabajar de la mano con instituciones educativas para realizar la transferencia de conocimientos, el asesoramiento y apoyo en el proceso de creación de su plan de empresa y obtención de Financiamiento, estos son factores clave para el desarrollo de la matriz productiva en la ciudad de Tulcán.

Según Albert Shapero, el emprendedor debe reunir los requisitos enunciados a continuación para formar su negocio:

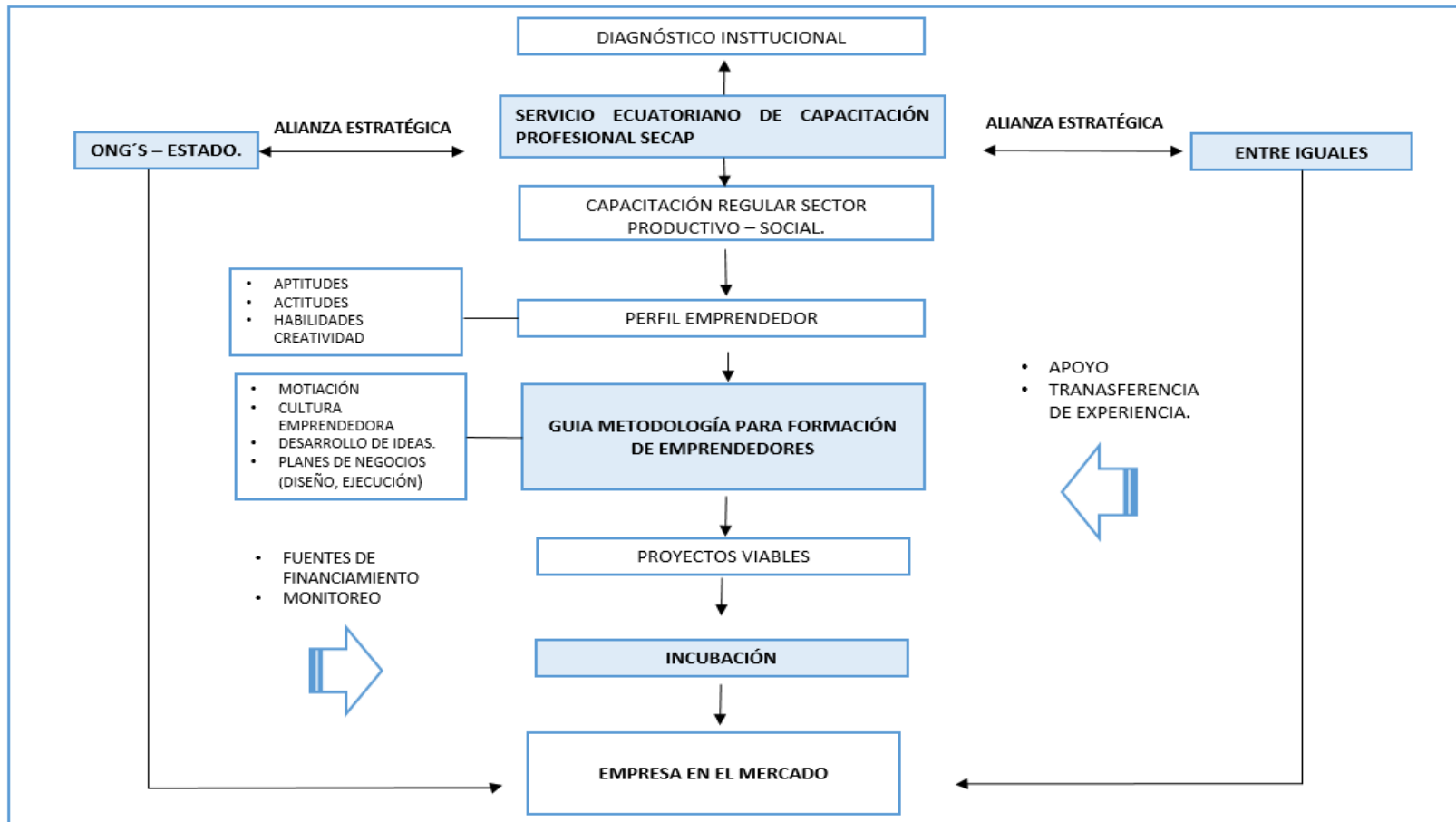
1. Toma de iniciativa: la decisión llevar a cabo la oportunidad de negocio.
2. Acumulación de recursos: recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios,
3. Administración: la capacidad de dar una organización y una dirección
4. Autonomía relativa: la libertad para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización.
5. Toma de riesgos: la disposición para enfrentar las recompensas o las pérdidas.

El emprendedor debe ser visionario, proyectarse al futuro y trabajar para conseguir su objetivo, reunir los recursos necesarios que garanticen la adecuada operación de su negocio. El emprendedor debe tener la capacidad de dirigir su negocio al éxito y poder ejercer libremente la toma de decisiones para bien de la empresa y quienes la conforman. Asumir riesgos es una característica del emprendedor, debe estar dispuesto a asumir las pérdidas y disfrutar del éxito.



## 5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Imagen N° 4: Modelo De Formación Y Desarrollo De Emprendimientos



## **5.7. DIAGNÓSTICO**

### **5.7.1. Análisis PESTEL**

#### **5.7.1.1. Factores Políticos**

La estabilidad del gobierno permite el logro de sus objetivos, el gobierno actual liderado por el Econ. Rafael Correa se ha enfocado en la transformación de sectores relacionados con el emprendimiento como son la educación, políticas de fomento del emprendimiento, incentivos para la inversión privada.

Para el fomento del emprendimiento el Gobierno Nacional ha desarrollado a través de sus ministerios y entidades adscritas diferentes programas como:

- Innova Ecuador
- EmpeñeEcuador
- CreEcuador
- Programa Desarrollo Productivo Territorial
- FONDEPYME
- Fondo Concursable “El Cucayo”

Estos diferentes programas apoyan a los ciudadanos a desarrollar sus ideas de negocios con características de innovación, diferenciación, alto potencial de crecimiento, en empresas ya formadas buscan fortalecer su desarrollo y mejorar los niveles de productividad, eficiencia, y calidad de los productos ecuatorianos.

La creación de ministerios que trabajan para el logro del buen vivir de la sociedad a través de la transformación de la matriz productiva, son actores en la gestión del emprendimiento; entidades como el MIPRO tienen como objetivo mejorar las condiciones de producción de la micro, pequeña y mediana empresa. El MIES impulsa la Economía Popular y Solidaria mediante la gestión realizada por el IEPS quien orienta la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios con altos estándares de calidad.

El Banco Nacional de Fomento y la Corporación Financiera Nacional se han convertido en el medio de financiamiento de proyectos, agrícolas, industriales,

forestales y de producción de manera total o parcial con tasas de interés desde el 5% al 11%, muy bajas en consideración a los de la banca privada.

El trabajo del MIPRO por el Fortalecimiento y Transformación de la Matriz Productiva, se orienta en aprovechar las ventajas competitivas con las que cuenta cada región del país y potenciar su desarrollo para que tenga las mismas oportunidades que otras zonas en los mercados internos y externos. Para el estudio de las 7 zonas del país se han elaborado Agendas Territoriales, que permiten planificar y coordinar el trabajo de los sectores público nacional como seccional y el sector privado delineando estrategias que logren dinamizar la producción nacional.

El desarrollo de la Matriz Productiva del Ecuador, se orienta a generar riqueza utilizando las capacidades y conocimientos de la población, las condiciones y recursos de la región para su especialización en la producción de nuevos tipos de negocios e industrias que aprovechen los excedentes de materias primas que produce cada zona del país.

Las políticas y trabajo de los gobiernos seccionales de la provincia del Carchi, con el apoyo de instituciones públicas y privadas, han creado la Agencia de Desarrollo Económico del CARCHI con el fin de apoyar el desarrollo productivo local, mejorar la producción, comercialización, venta y exportación de productos propios de la provincia, para la generación de riqueza, empleo, innovación e infraestructura que fortalezca el sector empresarial.

#### 5.7.1.2. Factores Económicos

Tabla N°36: Indicadores Laborales de Ecuador (Dic – 2013)

INDICADOR	PORCENTAJE
Índice de Desempleo	4.5%
Subempleo	52.49%
Ocupación Plena	43.15%

*Fuente: Adaptado de INEC- Censo Población y Vivienda, 2010*

El subempleo en el país se caracteriza por la baja calidad en las fuentes de trabajo, muchas personas trabajan más de 8 horas diarias, por una remuneración Básica Unificada y en algunos casos por menos, las personas ni siquiera cuentan con afiliación al seguro social y no gozan de sus beneficios, estos fenómenos en el ámbito local y el desempleo generan una oportunidad para desarrollo de emprendimientos orientados a la búsqueda de una fuente de ingresos familiares, autonomía laboral y superación personal.

Tabla 37: Principales indicadores del Mercado Laboral Población Urbana  
(Dic 2009 – Dic 2013)

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN		2009 Dic.	2010 Mar.	2010 Jun.	2010 Sep.	2010 Dic.	2011 Mar.	2011 Jun.	2011 Sep.	2011 Dic.	2012 Mar.	2012 Jun.	2012 Sep.	2012 Dic.	2013 Mar.	2013 Jun.	2013 Sep.	2013 Dic.
Población en Edad de Trabajar (PET)		82.9%	83.0%	83.6%	83.5%	84.0%	84.5%	84.6%	83.5%	83.7%	83.9%	83.9%	84.3%	84.9%	84.7%	84.7%	83.2%	82.4%
Población Económicamente Activa (PEA)		57.1%	59.1%	56.6%	57.2%	54.6%	55.5%	54.6%	55.2%	55.4%	57.2%	56.6%	55.1%	54.7%	54.9%	55.6%	55.2%	53.5%
Ocupados		92.1%	90.9%	92.3%	92.6%	93.9%	93.0%	93.6%	94.5%	94.9%	95.1%	94.8%	95.4%	95.0%	95.4%	95.1%	95.4%	95.1%
Ocupados no clasificados		2.8%	2.0%	1.6%	1.0%	1.2%	1.8%	1.3%	0.9%	0.8%	1.3%	2.0%	2.0%	3.1%	1.9%	1.9%	2.2%	0.3%
Ocupados Plenos		38.8%	37.6%	40.3%	41.9%	45.6%	41.2%	45.6%	47.9%	49.9%	49.9%	49.9%	51.1%	52.1%	48.4%	46.7%	50.4%	51.5%
Subocupados		50.5%	51.3%	50.4%	49.6%	47.1%	50.0%	46.7%	45.7%	44.2%	43.9%	43.0%	42.3%	39.8%	45.0%	46.4%	42.9%	43.3%
Visibles		10.3%	12.1%	10.6%	10.2%	9.5%	10.5%	8.5%	8.6%	7.6%	8.8%	7.3%	8.0%	6.1%	8.3%	9.4%	7.1%	8.1%
Otras formas		40.2%	39.3%	39.8%	39.4%	37.7%	39.5%	38.3%	37.1%	36.7%	35.1%	35.7%	34.3%	33.8%	36.7%	37.0%	35.8%	35.3%
Desocupados/Desempleados		7.9%	9.1%	7.7%	7.4%	6.1%	7.0%	6.4%	5.5%	5.1%	4.9%	5.2%	4.6%	5.0%	4.6%	4.9%	4.6%	4.9%
Cesantes		5.5%	6.7%	4.9%	5.8%	4.2%	5.2%	4.4%	4.7%	3.3%	4.0%	3.8%	3.5%	3.1%	3.5%	3.4%	3.7%	3.0%
Trabajadores nuevos		2.5%	2.4%	2.8%	1.7%	1.9%	1.8%	1.9%	0.8%	1.8%	0.9%	1.4%	1.1%	1.9%	1.2%	1.5%	0.8%	1.8%
Desempleo Abierto		6.0%	7.4%	5.9%	6.1%	4.5%	5.7%	5.1%	4.8%	3.9%	4.2%	4.3%	4.1%	4.0%	4.2%	4.1%	4.0%	3.7%
Desempleo Oculto		1.9%	1.7%	1.8%	1.3%	1.6%	1.3%	1.2%	0.7%	1.2%	0.6%	0.8%	0.5%	1.0%	0.5%	0.8%	0.6%	1.2%
Población Económicamente Inactiva (PEI)		42.9%	40.9%	43.4%	42.8%	45.4%	44.5%	45.4%	44.8%	44.6%	42.8%	43.4%	44.9%	45.3%	45.1%	44.4%	44.6%	46.5%

**Tomado de:** Informe Trimestral del Banco Central del Ecuador (BCE)

**Fuente:** Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU

Tabla 38: Principales indicadores del Mercado Laboral Población Rural  
(Dic 2009 – Dic 2013)

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN		2009 Dic.	2010 Jun.	2010 Dic.	2011 Jun.	2011 Dic.	2012 Jun.	2012 Dic.	2013 Jun.	2013 Dic.
Población en Edad de Trabajar (PET)		80.8%	81.3%	81.7%	82.5%	82.1%	83.0%	83.6%	84.5%	80.6%
Población Económicamente Activa (PEA)		59.0%	58.5%	55.8%	56.7%	54.9%	59.0%	54.6%	59.3%	55.5%
Ocupados		96.4%	96.8%	97.2%	97.6%	97.6%	98.1%	97.7%	98.0%	97.3%
Ocupados No clasificados		0.3%	0.7%	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.4%	0.2%	0.0%
Ocupados Plenos		17.2%	17.7%	21.0%	19.7%	21.6%	22.4%	22.7%	21.0%	24.6%
Subocupados		78.9%	78.5%	76.1%	77.8%	75.9%	75.5%	74.6%	76.9%	72.7%
Visibles		12.9%	11.9%	11.1%	8.6%	9.6%	8.5%	8.6%	9.3%	11.3%
Otras formas		66.1%	66.6%	64.9%	69.1%	66.3%	67.0%	66.0%	67.6%	61.4%
Desocupados/Desempleados		3.6%	3.2%	2.8%	2.4%	2.4%	1.9%	2.3%	2.0%	2.7%
Cesantes		1.6%	1.7%	1.5%	1.1%	1.2%	0.9%	1.1%	1.2%	1.2%
Trabajadores Nuevos		2.0%	1.5%	1.3%	1.3%	1.3%	1.0%	1.2%	0.8%	1.5%
Desempleo Abierto		1.4%	1.7%	1.3%	1.1%	1.1%	1.0%	1.3%	1.2%	1.4%
Desempleo Oculto		2.2%	1.5%	1.4%	1.3%	1.3%	0.8%	1.0%	0.8%	1.3%
Población Económicamente Inactiva (PEI)		41.0%	41.5%	44.2%	43.3%	45.1%	41.0%	45.4%	44.0%	44.5%

**Tomado de:** Informe Trimestral del Banco Central del Ecuador (BCE)

**Fuente:** Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU

La Población Económicamente Activa en el país y la provincia le constituyen personas que cuentan con recursos propios para su sustento personal y familiar, este sector es el consumidor de productos ya sean bienes o servicios y se convierte en el mercado objetivo del emprendedor capaz de satisfacer sus necesidades.

Tulcán: Población Ocupada por Rama de Actividad.



**Fuente:** INEC- Censo de Población y Vivienda, 2010

El sector productivo del Cantón Tulcán se encuentra fortalecido por tres áreas principales, sector agrícola, comercial y de transporte – almacenamiento, esto

cual genera oportunidad de emprender negocios en áreas como el sector industrial ya que no es explotado en la región.

En la ciudad de Tulcán se puede evidenciar que la principal actividad económica es el comercio, mismo que se efectúa con el vecino país Colombia, sin embargo esta actividad se la realiza de manera informal, existen un sinnúmero de negocios que comercializan, ropa y alimentos de la canasta básica que tienen restricciones y no pueden salir libremente del país, este factor y la fluctuación del cambio monetario pone en riesgo la estabilidad de dichos negocios y la economía local.

Para poder enfrentar estas barreras se debe dinamizar la actividad productiva aprovechar que la provincia es un generador de insumos que deben industrializarse, se debe trabajar en la búsqueda de nuevos mercados, para no depender solo de una principal actividad económica.

El SECAP, se encarga de capacitar y mantiene un modelo de enseñanza teórico práctico con el fin de facilitar el aprendizaje y desarrollo de las habilidades de las personas, el producto final de los módulos de capacitación del sector Productivo – Social son productos bienes como: Jarrones texturizados, Cerámicas con acabados en pintura, Bolsos tejidos, Muebles en Madera, Pastelería – Panadería, Derivados de la Leche, Confección de prendas de vestir formales y deportivas, además de servicios como: el de peluquería – estética, mecánica automotriz, instalaciones eléctricas, entre otros. Si a este sin número de productos bienes y de servicios con un valor agregado se convierten en una oportunidad de negocio que con el tiempo incidirán en el desarrollo socioeconómico.

#### **5.7.1.3. Factores Socio – Culturales**

La ciudad de Tulcán se encuentra localizada en la región andina del Ecuador y limita con Colombia, se constituye como la capital de la provincia del Carchi, se encuentra a una altura de 2980 me sobre el nivel del mar con un clima frio.

Según el censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC el cantón Tulcán representa el 48.3% del territorio total de la provincia del Carchi y sus indicadores de población se encuentran a continuación.

Tabla 39: Tulcán: Indicadores de Población.

Indicador	Número
Población Total	85000 habitantes
Población Urbana	61.9%
Población Rural	38.1%
Mujeres	50.8%
Hombres	49.2%

*Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda, 2010*

El cantón Tulcán está dividido políticamente de la siguiente manera:

Tabla N°40: Tulcán: División Política.

Parroquias Urbanas	Parroquias Rurales
Tucán	El Carmelo
González Suárez	Julio Andrade
	Maldonado
	Chical
	Pioter
	Santa Martha de Cuba
	Tufiño
	Urbina y Tobar Donoso.

*Fuente: GAD Tulcán, 2014.*

Por su división política la mayor parte del cantón Tulcán se dedica a la producción agrícola y ganadera, según información del Gobierno Autónomo descentralizado Provincial solo en la ciudad de Tulcán el 85% de su actividad económica está concentrada en el comercio con Colombia.

Tabla N° 41Carchi: Principales Indicadores Sociales.

Cantón	% Hombres	% Mujeres	Población Total	%Analfabetismo	Edad Promedio
Bolívar	8.8	8.6	14347	7.6	31
Espejo	8.0	8.2	13364	6.9	31
Mira	7.5	7.3	12180	10.1	32
Montufar	18.4	18.7	30511	5.8	30
San Pedro de Huaca	4.7	4.5	7624	5.7	29
Tulcán	52.5	52.7	86498	5.5	29
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>164524</b>		

*Fuente: INEC – Censo Población y Vivienda, 2010*

La edad promedio de la población en el cantón Tulcán es de 29 años, una población joven visionaria se convierte en parte del perfil emprendedor, según el informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2013, el índice de emprendimiento a temprana edad del Ecuador se ubica sobre el 26%. El entorno del país es favorable para el desarrollo de actividades de emprendimiento.

#### **5.7.1.4. Factores Tecnológicos**

En la ciudad de Tulcán existe disponibilidad de tecnologías de la información y las comunicaciones, como el internet, teléfono celular y el computador, empresas privadas y públicas se dedican a la distribución de estos servicios y artículos, que facilitan la transferencia de información y comercialización de bienes o servicios.

Tabla N° 42 Carchi: Uso de Tecnologías de la Información

<b>Tecnologías de información</b>	<b>Porcentaje</b>
Teléfono celular	56.2%
Internet	23.5%
Computadora	30.1%

**Fuente:** INEC – Censo de Población y Vivienda, 2010

Según los resultados del Censo de Población y Vivienda 2010, existe un bajo nivel de uso de tecnologías para la información, es importante promover el uso de los mismos para facilitar la comunicación entre el emprendedor y su mercado.

#### **5.7.1.5. Factores Ecológicos**

Garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas.



Según La Subsecretaría de Calidad Ambiental la calidad de vida de la población, se fortalece mediante controles de la calidad de agua, clima, aire y suelo, de tal manera que sean sanos y productivos; para ello es necesario trabajar desde la prevención y el control impidiendo la degradación de los ecosistemas a través del manejo desconcentrado, descentralizado y participativo de gestión ambiental.

Para fortalecer el trabajo por el ambiente sano, la legislación tributaria a partir noviembre del 2011 estableció el impuesto al uso de botellas plásticas no retornables en el empaque de bebidas alcohólicas o no; con el fin de reducir la contaminación ambiental.

#### **5.7.1.6. Factores Legales**

El desarrollo de actividad emprendedora está garantizado por la constitución de la república que en su contenido hace referencia a temas de educación, la asociatividad, la inclusión económica y el derecho al trabajo; estos factores amparan al emprendedor, continuación se enuncian algunos de los objetivos de la constitución

La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez.

Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de

acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

#### El Plan Nacional Para El Buen Vivir

En sus objetivos expresa los ejes transversales a trabajar para el logro de buen vivir y que son favorables para el emprendimiento.

Promover la inclusión social y económica con enfoque de género, intercultural e inter generacional para generar condiciones de equidad.

Reducir las brechas de ingreso y de segregación ocupacional que afectan a mujeres, grupos de atención prioritaria, pueblos y nacionalidades.

Valorar todas las formas de trabajo, generar condiciones dignas para el trabajo y velar por el cumplimiento de los derechos laborales.

Apoyar iniciativas de trabajo autónomo preexistentes mejorando sus condiciones de infraestructura, organización y el acceso a crédito en condiciones de equidad.

Crear iniciativas de trabajo autónomo y comunitario, que aprovechen y fortalezcan conocimientos y experiencias locales, en relación prioritaria con la demanda y necesidades locales.

Fortalecer y promover iniciativas de pequeña y mediana escala basadas en el trabajo, que se orienten a generar empleos nuevos y estables.

Crear iniciativas de trabajo autónomo y comunitario, que aprovechen y fortalezcan conocimientos y experiencias locales, en relación prioritaria con la demanda y necesidades locales.

Apoyar líneas de producción artesanales que hacen partes de las culturas locales, la promoción, rescate y fomento de técnicas, diseños y producción, así como a la revalorización y al uso de productos y servicios artesanales utilitarios y de consumo cotidiano.

Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.

Impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, tanto a nivel nacional como en esquemas de integración regional.

Código Orgánico De La Producción Comercio E Inversiones, uno de sus principales objetivos es la regulación del proceso productivo del país en todas sus etapas, desde el aprovechamiento de materias primas, su transformación en el proceso de producción, comercialización; dentro de sus objetivos está El Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.

Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.

### **5.7.2. Análisis FODA**

Para Ramírez, J (2014) El diagnóstico situacional FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización.

Para poder identificar los factores clave de éxito internos y externos del SECAP institución; se desarrolló un diagnóstico que permita conocer, sus Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

### 5.7.2.1. Identificación de los criterios de análisis.

Los criterios del análisis nacen de las áreas y funciones que desarrolla el Centro Operativo del SECAP en la ciudad de Tulcán descritas a continuación:

- Desarrollo de procesos formativos / perfeccionamiento y capacitación (Procesos de formación - capacitación).
- Promoción / servicio al cliente (Marketing).
- Administrativa y financiera. (Administración – Finanzas)

Para poder analizar el nivel de importancia de los factores tanto internos como externos se establece una escala de ponderación de 1 a 3 donde:

- 3 = alto
- 2 = medio
- 1 = bajo.

Esta escala valorará a cada uno de los factores de manera individual a fin de conocer el nivel de relevancia de cada uno.

### 5.7.2.2. Identificación, Ponderación y Cálculo de resultados

Tabla N° 43: Análisis Centro Operativo SECAP Tulcán y su entorno local

Fortalezas	Pon.	Debilidades	Pon.	Oportunidades	Pon.	Amenazas	Pon.	Total
Alto índice de capacitación en el periodo investigado	1	Aporte reducido al emprendimiento y empleo.	3	Enfoque organizacional emprendimiento.	3	Baja Cultura de asociatividad en la sociedad	3	11
Amplia oferta de capacitación	3	Bajo nivel de beneficios obtenidos	3	Enfocarse en nuevo nicho de mercado	2	Deterioro de la economía en la ciudad de Tulcán	2	10
Metodología de enseñanza diseñada por competencias laborales	3	Enfoque solo a la formación de fuerza laboral	3	Alto interés de los estudiantes por emprender	3	Reducidas fuentes de empleo	3	12

Programas de capacitación Sector Productivo-Social	3	Módulos de formación solo para un tema determinado	3	Aprovechar beneficios políticos de gobierno para el Sector Productivo Social.	3	Bajo nivel de conocimiento de los estudiantes.	2	11
Precio de Capacitaciones accesibles	3	Largo tiempo de espera para apertura del curso	3	Aprovechar las TIC'S para desarrollo marketing	2	Nivel de uso de la tecnología en el mercado objetivo.	2	10
Enfoque humanista - Capacitación a GAPS	3	Baja relevancia en resultados de inclusión social	3	Fortalecer la asociatividad para generación de negocios	3	Resistencia al cambio	1	10
Convenios con instituciones - ONG'S	2	Bajo aprovechamiento de los modelos de gestión de la institución aliada.	3	Transferencia de conocimiento	3	La competencia en el entorno educativo.	2	10
Recursos económicos del estado	2	Costo - Beneficio de la inversión en formación	2	Autogestión de recursos de fondos concursales.	3	Disminución del presupuesto	3	10
<b>Total</b>	<b>20</b>		<b>23</b>		<b>22</b>		<b>18</b>	<b>83</b>
<b>Porcentajes</b>	<b>25.00</b>		<b>27.38</b>		<b>26.19</b>		<b>21.43</b>	<b>100</b>

### 5.7.2.3. Determinación del balance estratégico

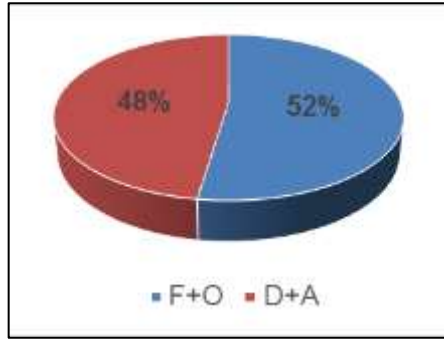
En el balance de los factores el valor de la Fortalezas más Oportunidades permite obtener el factor de optimización.

Los factores de Riesgo están compuestos por las Debilidades más la Amenazas.

1. Factor de Optimización = F+O
2. Factor de Riesgo = D+A

Tabla N° 44: Balance de Factores SECAP -Tulcán

F+O	D+A	TOTAL
42	41	83
52.38%	47.62%	100%



El balance de los factores presenta un nivel ligeramente para los de optimización con apenas el 4%, es importante trabajar por mejorar este resultado, es necesario aprovechar las fortalezas y oportunidades existentes, para diseñar estrategias que permitan contrarrestar los riesgos a los que está expuesta la institución.

#### 5.7.2.4. Conclusiones

- El Centro Operativo del SECAP en la ciudad de Tulcán cuenta con la experiencia suficiente para la formación laboral, así como para la ejecución de Programas de capacitación del Sector Productivo-Social.
- La demanda de los programas de capacitación en la ciudad de Tulcán se encuentra en declive, en comparación con los demás centros de la Zona 1 como el de Imbabura que llena fácilmente los cupos en sus programas de capacitación.
- Factores como la disponibilidad de recursos, convenios y el conocimiento son importantes para la ejecución de su tarea en cuanto a la formación laboral y productiva.

- El marketing es muy limitado, canales de información como el internet y diarios no son efectivos, para el caso del internet muchas personas que forman parte de los GAPS no cuentan con el acceso a este medio.

#### 5.7.2.5. Recomendación

- Se debería aprovechar convenios vigentes y buscar nuevos con instituciones y ONG'S para la transferencia de conocimiento y apoyo en nuevos proyectos, aprovechar el interés por emprender de las personas es importante para formar emprendedores capaces de auto emplearse en sus negocio y dinamizar la economía local.

#### 5.7.2.6. Determinación De Estrategias

**Tabla Nº 45: FODA ESTRATÉGICO SECAP TULCÁN**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>F-1.</b> Alto índice de capacitación en el periodo investigado <b>F-2.</b> Amplia oferta de capacitación <b>F-3.</b> Metodología de enseñanza diseñada por competencias laborales <b>F-4.</b> Programas de capacitación Sector Productivo-Social <b>F-5.</b> Precio de Capacitaciones accesibles <b>F-6.</b> Enfoque humanista - Capacitación a GAPS <b>F-7.</b> Convenios con instituciones – ONG'S <b>F-8.</b> Recursos económicos del estado	<b>D-1.</b> Aporte reducido al emprendimiento y empleo. <b>D-2.</b> Bajo nivel de beneficios obtenidos <b>D-3.</b> Enfoque solo a la formación de fuerza laboral <b>D-4.</b> Módulos de formación solo para un tema determinado <b>D-5.</b> Largo tiempo de espera para apertura del curso <b>D-6.</b> Baja relevancia en resultados de inclusión social <b>D-7.</b> Bajo aprovechamiento de los modelos de gestión de la institución aliada. <b>D-8.</b> Costo – Beneficio de la inversión en formación
<b>FACTORES EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS F.O.</b>	<b>ESTRATEGIAS D.O.</b>
<b>O-1.</b> Enfoque organizacional emprendimiento. <b>O-2.</b> Enfocarse en nuevo nicho de mercado <b>O-3.</b> Alto interés de los estudiantes por emprender <b>O-4.</b> Aprovechar beneficios políticas de gobierno para el Sector Productivo Social. <b>O-5.</b> Aprovechar las TIC'S para desarrollo de marketing <b>O-6.</b> Fortalecer la asociatividad para generación de negocios <b>O-7.</b> Transferencia de conocimiento <b>O-8.</b> Autogestión de recursos de	Definir nuevas formas de publicidad para elevar demanda.  Fortalecer procesos de capacitación mediante convenios con ONG'S  Establecer nueva alianzas con instituciones líderes en la formación de emprendedoras.	Participar en programas de financiamiento para emprendimientos.  Reducir los tiempos de espera para apertura de cursos de capacitación  Facilitar el acceso a información a estudiantes, interesados.

AMENAZAS	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.
<p>fondos concursales.</p> <p><b>A-1.</b> Baja Cultura de asociatividad en la sociedad</p> <p><b>A-2.</b> Deterioro de la economía en la ciudad de Tulcán</p> <p><b>A-3.</b> Reducidas fuentes de empleo</p> <p><b>A-4.</b> Bajo nivel de conocimiento de los estudiantes.</p> <p><b>A-5.</b> Nivel de uso de la tecnología en el mercado objetivo.</p> <p><b>A-6.</b> Resistencia al cambio</p> <p><b>A-7.</b> La competencia en el entorno educativo.</p> <p><b>A-8.</b> Disminución del presupuesto</p>	<p>Establecer programa de formación a emprendedores, que fortalezca la cultura de emprendimiento.</p> <p>Auto gestionar recursos para la formación y capacitación</p> <p>Apoyar la generación de negocios y autoempleo</p> <p>Mejorar la comunicación de ofertas de capacitación.</p>	<p>Gestionar la apertura para formación de emprendedores y desarrollo de negocios.</p> <p>Apoyar el desarrollo local a través del fortalecimiento de la cultura emprendedora</p> <p>Motivar a los estudiantes para que inicien sus negocios propios.</p>

## 5.8. ALIANZAS ESTRATÉGICAS ENTRE EL SECAP Y ONG´S E INSTITUCIONES

### 5.8.1. ¿Qué es una alianza estratégica?

Según Fred R. David (2003). Una alianza estratégica es un fenómeno que ocurre cuando dos o más empresas integran una asociación temporal con el propósito de aprovechar una oportunidad.

En el entorno estudiado existe la oportunidad de aprovechar los productos finales de las capacitaciones realizadas por el SECAP en el Sector Productivo. Social, para convertirlos en el eje de pequeños negocios que dinamicen el sector productivo de la ciudad de Tulcán.

Las alianzas estrategias y los acuerdos de cooperación se utilizan cada vez más porque permiten a las empresas mejorar las comunicaciones y establecimiento de redes; globalizar las operaciones y reducir al mínimo los riesgos. (Fred R. David. Pág. 177; 2003).

### 5.8.2. Convenios de cooperación institucional vigentes.

El SECAP actualmente tiene convenios con instituciones de carácter nacional e internacional, a fin de fortalecer esfuerzos realizados, a través del intercambio de conocimientos, programas y tecnología.



Convenios Nacionales: tienen como objetivo promover programas de capacitación relacionados con las agendas de transformación productiva y el adelanto social del país; a continuación se puntualizan los convenios interinstitucionales con cobertura nacional relevantes para el desarrollo social productivo.

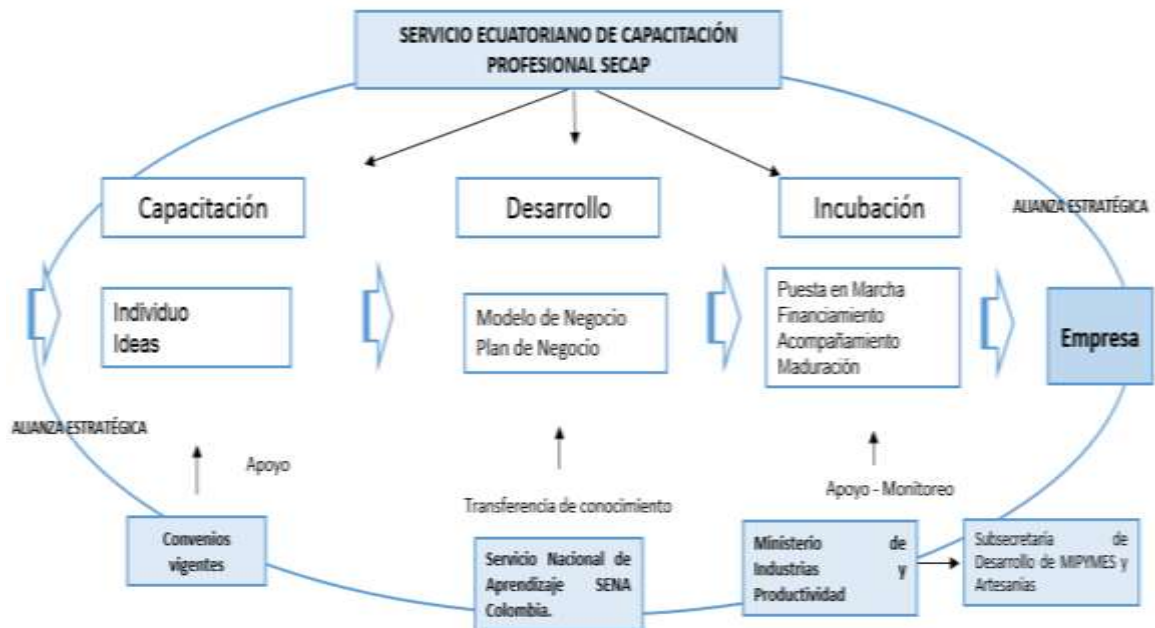
- Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional “SECAP” y la Cámara de Industrias y Producción “CIP”. (Ver Anexo 1)
- Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) y la Junta Nacional de Defensa del Artesano. (Ver Anexo 2)
- Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional y alianza estratégica entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), el Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) y la Secretaria Nacional del Migrante (SENAMI). (Ver Anexo 3)

Convenios Internacionales: estos convenios están orientados a fortalecer la formación y capacitación a través de la transferencia de tecnologías entre los firmantes del convenio.

- Convenio marco de cooperación institucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP – Ecuador y el Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial – Brasil. (Ver Anexo 4)
- Convenio marco de cooperación institucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP – Ecuador y Centro Estatal de Educación Tecnológica Paula Souza del Estado de São Paulo, Brasil. (Ver Anexo 5)
- Memorándum de entendimiento entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) y el Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES) de la República Bolivariana de Venezuela. (Ver Anexo 6)

La ejecución de los diferentes convenios que mantiene el SECAP, permitirá realizar el intercambio de conocimiento y experiencias que fortalezcan el desarrollo social productivo local y regional.

### 5.8.3. Red estratégica para el emprendimiento.



El SECAP necesita fortalecer, sus procesos de capacitación para poder generar impacto socio económico, aprovechar el trabajo desarrollado por otras instituciones para el logro de objetivos comunes permitirá fortalecer la cadena productiva de la ciudad de Tulcán.

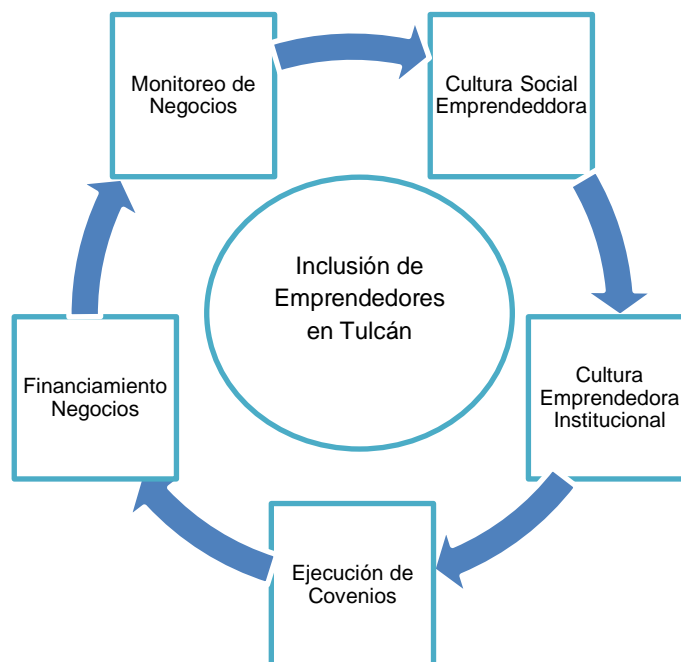
1. **Capacitación:** aprovechar los convenios interinstitucionales que el SECAP mantiene con instituciones nacionales e internacionales permitirá continuar y mejorar el desarrollo de sus programas de capacitación de manera más eficiente, de la estos diferentes programas es posible descubrir los a aquellos individuos con perfil emprendedor e ideas de negocio.
2. **Desarrollo:** aprovechar las ideas y ganas de crear empresa permitirá aportar al desarrollo social productivo; en esta etapa es necesario inducir

y apoyar al emprendedor en la expansión de conocimientos para que desarrolle su negocio o empresa, la alianza con iguales como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) permitirá transferir experiencias en la formación de emprendedores, esta institución ha desarrollado modernos métodos de adiestramiento, capacitación, y apoyo al emprendedor.

3. Incubación: los negocios nacientes deberán ser apoyados en su puesta en marcha, para ello es necesario cumplir con requisitos legales, organizacionales y un factor dominante y muy necesario es el financiamiento, para ello se debe fortalecer el apoyo al emprendedor a través de aliados como el MIPRO quien impulsa una política de desarrollo social productivo y a través de la Subsecretaria de Desarrollo de MYPIMES y artesanías apoya, asesora en impulsa el crecimiento de empresas.

Las alianzas propuestas con el SENA y el MIPRO, son posibles de lograr, hasta mayo del presente el SECAP mantenía un convenio con el SENA y el directorio del SECAP está integrado por un representante del MIPRO.

#### 5.8.4. Retos líneas estratégicas



La inclusión de emprendedores, se afianzara con el logro de objetivos específicos que irán desde la creación de una cultura emprendedora, a nivel social e institucional para el trabajo mutuo entorno al emprendimiento.

Los convenios interinstitucionales deben convertirse en el pilar que sostiene la puesta en marcha y maduración de negocios; es necesario el apoyo para que el emprendedor a prenda a emprender y a enfrentarse a situaciones del entorno.

## **5.9. GUÍA METODOLÓGICA PARA LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES**

### **Presentación**

Guía metodológica “Mi negocio Paso a Paso”.

La presente es una recopilación de conceptos relacionados con el emprendimiento y un plan de negocios, se propone una forma fácil de concretar ideas y determinar su viabilidad a través del desarrollo de talleres que permiten determinar los objetivos de cada parte de un plan de negocios, para esto se diseñó hojas de trabajo fáciles de desarrollar, que agrupadas componen la estructura básica de un plan de negocios.

Después del análisis de un sinnúmero de los trabajos de diferentes autores se tomó como referencia para el diseño de la metodología ejemplares como los de la Fundación CRISFE que propone formas de emprender en sus obras “Crear empresa, La factibilidad de mi negocio”, “Crear empresa de la idea a la empresa alcanzar mi reto”, por Anafina Vargas - Francisco Rodríguez y Jonathan Moreno “Guía metodológica para la elaboración de casos emprendedores”, el Cuaderno de Gestión “Imagina, Atrévete a emprender” y EMPRENDEDORES EN EL AULA Guía para la Formación en Valores y Habilidades Sociales de Docentes y Jóvenes Emprendedores.

Para la estructuración del plan se revisó el libro Plan de Negocios de Karen Weinberger Villarán y la Cartilla 4 Plan de Negocios Ser Empresario del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA Colombia.

## **Introducción**

La Guía “Mi Negocio Paso a Paso”, propone una forma práctica de enseñar a los emprendedores a estructurar su negocio y conocer la factibilidad del mismo.

A nivel global el emprendimiento se ha convertido en la forma más fácil de tener empleo y ser tu propio jefe. La presente Guía, recopila información relevante para aquellas personas que deseen iniciar su negocio, reúne la parte teórica y práctica para el desarrollo de Un Plan de Negocios, de esta manera el emprendedor tendrá facilidad de elaborar un plan que defina el modelo el negocio que desarrollará, el producto que ofertara, los recursos humanos, tecnológicos y económicos que necesitara.

Se define cada parte de un plan de negocio con conceptos claves de mercadeo, estrategia del negocio, plan de operaciones, factibilidad financiera y estructura organización para su desarrollo se propone talleres en hojas de Actividades muy prácticas y sencillas de elaborar, de esta manera el emprendedor podrá aprender con la práctica, al final del desarrollo de la guía el emprendedor tendrá como producto final un plan de su negocio.

## **Objetivo**

Desarrollar los componentes principales de un plan de negocios de manera sencilla y práctica.

## **Alcance**

La Guía Mi Negocio Paso a Paso; está dirigida a las personas que han recibido cursos de capacitado en el SECAP - Tulcán en temas del Sector Productivo – Social y que a partir de haber aprendido a elaborar productos resultado de los

cursos de capacitación recibidos; sienten interés por emprender su propio negocio.

## **5.9.1. EMPRENDIMIENTO.**

### **5.1.1.1. ¿Qué es emprendimiento?**

El Emprendimiento es una manera de ser, de sentir, de vivir, que conduce a las personas a dedicar tiempo, esfuerzo y recursos a desarrollar una iniciativa o proyecto empresarial. (Cámara de Comercio de Bogotá, pág. 7, 2009).

Es además un conjunto de acciones desarrolladas con las capacidades y aptitudes del emprendedor con el fin de iniciar su propio negocio o empresa.

### **5.1.1.2. Características de un emprendedor**

Un emprendedor se identifica por ser:

- Creativo
- Asume Riesgos económicos
- Enfrenta Problemas
- Autoconfianza
- Constante
- Innovador
- Soñador

### **5.1.1.3. ¿Por qué emprender?**

- Para aprovechar oportunidades
- Por superación personal
- Por independencia laboral

## **5.9.2. PLAN DE NEGOCIOS**

### **5.1.1.4. ¿Qué es un plan de negocios?**

Es una herramienta que permite al emprendedor evaluar el nivel de éxito de su idea de negocio constituida como empresa.

El plan de negocios permite analizar el entorno de la empresa sus competidores, la legislación, el mercado y proveedores, permite además organizar la empresa y sus áreas como la de producción, finanzas, talento humano y comercialización de tal manera que permita alcanzar sus objetivos.

### **5.1.1.5. Idea de Negocio**

La idea de negocio constituye el producto ya sea un bien o servicio capaz de satisfacer una necesidad existente el mercado; se convierte en una oportunidad de negocio, es el punto de partida del plan de negocios que medirá su factibilidad.

### **Actividad N° 01: Idea de Negocio**

#### **Objetivos:**

1. Determinar con precisión que producto se ofrecerá al mercado
2. Explicar la necesidad que cubre el producto.
3. Identificar a los clientes potenciales
4. Determinar que diferencia a su producto de los demás  
¿Por qué considera que su producto es mejor?
5. Analizar la competencia:
  - Número de competidores
  - Productos
  - Formas de comercialización

## Hoja de Actividades Nº 01

**Instrucciones:**

- Piense en sus principales las ideas de negocio
- *Producto:* Escriba que bien o servicio generara su idea de negocio.
- *Necesidad que cubre el Producto:* Identifique que beneficios tendrán las personas que adquieran sus productos.
- *Clientes Potenciales:* Piense en quienes serán los consumidores más frecuentes de su producto.
- *Diferenciación:* Explique porque su producto es mejor que los existentes, que lo hace diferente.
- *Número de Competidores:* Identifique cuantos negocios similares existen en su mercado
- *Productos – competencia:* describa como son los productos que ofertan sus competidores.

### Mi Negocio Paso a Paso

**TEMA: IDEA DE NEGOCIO**

OBJETIVO	ELEMENTOS	DESCRIPCIÓN
<b>Determinar Idea de Negocio</b>	Producto	<i>Bolsos tejidos a crochet</i>
	Necesidad que cubre el producto	<i>Este bolso permite trasladar las cosas a cualquier lugar con gran comodidad, facilidad, elegancia</i>
	Clientes potenciales	<i>Las mujeres de entre 20 y 40 años de edad</i>
	Diferenciación	<i>Cada diseño es original, elegante, cómodo y de larga durabilidad.</i>
<b>Análisis Competencia</b>	Número de competidores	<i>En Tulcán existen aproximadamente 5 locales comerciales que expenden el producto.</i>
	Productos - competencia	<i>5 competidores directos, más de 20 indirectos que expenden productos sustitutos o similares Los competidores directos ofrecen bolsos con muy alto costo.</i>
	Formas de comercialización	<i>En locales de centros comerciales de manera indirecta ( productor – Intermediario - consumidor) 1 local comercial de manera directa (productor – consumidor)</i>

**OBSERVACIONES:**




### **5.9.3. Estrategia del Negocio**

La descripción del giro del negocio, una explicación breve de la actividad principal del negocio el nombre, tipo de negocio, la actividad que desarrollara y los resultados que busca obtener en el mediano plazo.

#### **5.9.3.1. Misión**

La misión puede definirse como la razón de ser de una empresa, esta debe ser clara y define a que se dedica la empresa, como lo hace, para que lo hace y porque es diferente de la competencia.

#### **5.9.3.2. Visión**

La visión expresa hacia donde se encamina la empresa en el futuro, por lo general en un periodo de tres a cinco años, describe que se desea lograr, como se verá la empresa en el largo plazo, que impacto generará en el mercado y el entorno.

#### **5.9.3.3. Objetivos**

Los objetivos son logros que deseamos alcanzar en un plazo de tiempo determina, estos deben tener la cualidad de ser medibles y estar relacionados con la misión y visión de la empresa.

#### **5.9.3.4. Valores**

Los valores son un conjunto de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos o pensamientos que la empresa asume como normas de conducta distintiva de sus competidores. (Documentos Planning; pg. 1; 2014).

### **Actividad N° 02: Plan estratégico**

#### **Objetivos:**

1. Describir la actividad principal del negocio
2. Identificar al mercado objetivo
3. Definir el área geográfica de operación del negocio
4. Establecer que lo hace diferente de la competencia.
5. Definir cómo será en el futuro
6. Establecer las normas de conducta del negocio.

## Hoja de Actividades Nº 02: Estrategia de Negocio

### Instrucciones

- *Razón de ser del negocio:* conteste las preguntas estableciendo la actividad a la que se dedicara el negocio, los elementos que harán posible hacer los productos y las personas que se beneficiaran de los mismos.

- *Mi Negocio en el Futuro:* explicar cómo imagina el negocio en unos años, las metas que se desea alcanzar y los recursos o medios que se utilizar para lograrlo.

- *Forma de actuar y comportamiento:* escribir las formas de comportamiento que diferenciaran al negocio en búsqueda de la satisfacción de empleados y clientes del negocio.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>		
<b>TEMA: ESTRATEGIA DEL NEGOCIO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>Razón de ser del negocio</b>	¿Qué hacemos?	<i>Bolsos tejidos en crochet</i>
	¿Cómo lo hacemos?	<i>Con talento humano calificado</i>
	¿Para quién lo hacemos?	<i>Para nuestros clientes</i>
	¿Dónde ofertamos nuestro producto?	<i>En la ciudad de Tulcán</i>
	¿Qué nos diferencia?	<i>Alta calidad y estilo en cada diseño</i>
<b>Mi negocio en el futuro</b>	¿Qué queremos ser?	<i>Un referente en la elaboración y comercialización de bolsos</i>
	¿Cómo lo lograremos?	<i>A través del mejoramiento de nuestros procesos de producción orientados a la innovación y con talento humano calificado.</i>
<b>Forma de actuar y comportamiento</b>	¿Qué es importante para nuestro comportamiento?	Mantener siempre una actitud positiva con nuestros clientes
		Decir siempre la verdad sin perjudicar a los demás
		Cumplir a cabalidad con nuestras obligaciones.
<b>Misión:</b> <i>Ponemos a disposición de las mujeres tulcanesas, bolsos tejidos por personal altamente calificado, cuidando la calidad en cada uno de nuestros diseños.</i>		
<b>Visión:</b> <i>Para el año 2019 ser la empresa líder en la elaboración de bolsos tejidos, en el mercado local.</i>		
<b>Objetivos:</b> Elaborar bolsos con estándares de calidad e innovación		
Capacitar continuamente al equipo de talento humano		
Posicionar nuestros productos en el e mercado nacional		
<b>Valores:</b> Honestidad		
Responsabilidad		
Calidad de servicio.		

#### **5.9.4. Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es el proceso donde se realiza la recolección y análisis de información sobre los clientes, el producto, precios y la competencia además del entorno legal, social, político y económico.

##### **5.9.4.1. Producto**

El producto se constituye en un bien con características tangibles o en un servicio intangible, con diferentes propiedades, capaces de satisfacer una necesidad.

##### **5.9.4.2. Precio**

Es la cantidad de dinero que los clientes están dispuestos a pagar por un determinado bien o servicio.

##### **5.9.4.3. Plaza**

Formada por las actividades de distribución desarrolladas para poner el producto al alcance del cliente.

##### **5.9.4.4. Promoción**

Son las formas de comunicación establecidas para informar a los posibles clientes de la existencia del producto.

#### **Actividad N° 03: Estudio de Mercado**

##### **Objetivos:**

1. Describir las características del marketing mix
  - Producto
  - Precio
  - Plaza
  - Promoción
2. Analizar el marketing mix de la Competencia

## Hoja de actividades N° 03: Estudio de Mercado

### Instrucciones

- Desarrollar los elementos de su producto y los de la competencia completando cada indicador, para esto es necesario detallar claramente como es el producto que se ofrecerá y como es el producto existente si es el caso.
- Identificar quien es el competidor directo del negocio permite saber qué cosas se debe reforzar para diferenciar el producto de los demás.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>				
<b>TEMA: EL PRODUCTO Y LOS COMPETIDORES</b>				
ELEMENTO	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PRINCIPALES COMPETIDORES	
		MI NEGOCIO	COMPETIDOR 1	COMPETIDOR 1
<b>PRODUCTO</b>	¿Qué Necesidad Cubre?	<i>Trasladar las cosas a cualquier lugar con gran comodidad, facilidad, elegancia</i>	<i>Trasladar las cosas</i>	<i>Trasladar las cosas</i>
	Nombre - Marca	Sánchez Bag	Sin marca	Sin marca
	Servicios complementarios			
	Garantías			
	Variedad de tamaño	Mediano - Grande - extra grande	Un solo Tamaño	Un solo tamaño
	variedad de diseño	Un modelo nuevo cada semana	Modelo nuevo cada mes	Modelo nuevo cada mes
<b>PRECIO</b>	Precio de Venta	25 USD	20 USD	20 USD
	Descuentos	10% por la compra de 3 unidades en adelante	No existe descuentos	No existe descuentos
	Forma de venta (contado, crédito)	Contado	Contado	Contado
	Condiciones de Crédito (plazos)			
<b>PLAZA</b>	Formas de Distribución	Canal directo	Canal indirecto	Canal directo
	Tamaño del Mercado (área geográfica)	Cantón Tucán	Cantón Tucán	Cantón Tucán
	¿Qué presentaciones se ofrecerán?	Mediano - Grande - extra grande	Mediano	Grande - extra grande
	Puntos de Venta	Un punto de venta	Un punto de venta	Un punto de venta
<b>PROMOCIÓN</b>	Promociones de Ventas			
	Publicidad	Televisión	ninguna	radio
	Propaganda			
<b>OBSERVACIONES:</b>				

#### **5.9.4.5. Los clientes**

El grupo de personas o instituciones potenciales que compraran el producto pueden ser los consumidores finales del producto o se constituirán como un intermediario en la cadena de distribución.

#### **Actividad N° 04: Estudio de Mercado**

##### **Objetivos:**

1. Identificar las características de los clientes
  - Características geográficas
  - Características demográficas
  - Características socio económicas
2. Determinar la demanda estimada del producto.

## Hoja de Actividades N° 04: Estudio de Mercado.

### **Instrucciones**

Describir las características del cliente objetivo para los productos del negocio, con la información de localización en cuanto a territorio, habitantes, el nivel de ingresos o estatus social, edades; con esto se busca identificar de manera clara para quien es el producto que ofrecerá el negocio.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>		
<b>TEMA: LOS CLIENTES</b>		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>ELEMENTOS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
Características Geográficas	Localización	<i>Ciudad de Tulcán</i>
	Población	<i>86498 mujeres</i>
	Condiciones Climáticas	<i>Clima frío</i>
Características Demográficas	Edad	<i>De 20 a 40 años</i>
	Sexo	<i>Femenino</i>
	Estado civil	<i>Soltero - Casado</i>
Características Socio - Económicas	Nivel de educación	<i>De bachillerato en adelante</i>
	Estatus Social	<i>Media</i>
	Nivel de Ingresos	<i>De 340 en adelante</i>
<b>OBSERVACIONES:</b>		

#### **5.9.4.6. Demanda**

Constituye el nivel de consumo del producto en el mercado. Para poder conocer la demanda que tendrá el producto, es necesario investigar en fuentes de estadísticas como el INEC, que proporcionen las cantidades de consumo del producto, si no existen registros se debe tomar como referencia el nivel de ventas de la competencia, o realizar encuestas a los consumidores para obtener información más acercada a la realidad.

**Tamaño del mercado:** es el total del consumo del producto o uso del servicio similar en el mercado

**Consumo de productos sustitutos:** es la demanda existente en el mercado de productos que no son iguales al nuestro, sin embargo solucionan la misma necesidad que nuestro producto.

**Volumen de crecimiento:** se obtiene de la demanda histórica del producto y es la diferencia existente de los volúmenes de ventas de cada año.

**Participación estimada:** es el porcentaje del mercado al que se podríamos a abastecer con el producto y capacidad de la empresa.

### Hoja de Actividades Nº 5: Estudio de Mercado.

**Instrucciones**

Es necesario describir las variables propuestas en relación a nuestro mercado (producto similar) y los productos sustitutos que se convierten en nuestra competencia.

Tamaño: cantidad de ventas totales en el mercado

Volumen de crecimiento: cantidades de incremento del consumo del producto

Participación estimada: la capacidad de productos que podremos producir y vender.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>		
<b>TEMA: DEMANDA ESTIMADA</b>		
<b>INDICADORES</b>	<b>PRODUCTO SIMILAR</b>	<b>PRODUCTO SUSTITUTO</b>
<b>TAMAÑO DEL MERCADO</b>	<i>100</i>	<i>200</i>
<b>VOLUMEN DE CRECIMIENTO</b>	<i>15%</i>	<i>25%</i>
<b>PARTICIPACIÓN ESTIMADA</b>	<i>40% ( 40 unidades)</i>	
<b>OBSERVACIONES:</b>		



#### **5.9.4.7. Análisis PEST**

Es un estudio de los factores del entorno que pueden afectar o favorecer al desarrollo de las actividades y logro de objetivos del negocio, entre los principales están las leyes, la situación económica, las características sociales y la tecnología.

#### **Factores**

- Político : refiere a leyes y reglamentos que apoyan al emprendimiento
- Económico: indicadores de empleo, inflación, gastos.
- Social: movilidad social, condiciones de vida y características de la población
- Tecnológico: enfoques al desarrollo, cambio y avances tecnológicos

#### **Actividad N° 05: Estudio de Mercado**

#### **Objetivos:**

1. Identificar los factores del entorno favorables para el negocio.
2. Identificar los factores del entorno desfavorables para el negocio

## Hoja de actividades Nº 6: Estudio de Mercado

### Instrucciones

- Es necesario analizar como benefician los factores del entorno a la creación y desarrollo del negocio y estudiar qué factores restringen las decisiones en cuanto al negocio, la investigación es importante para no actuar de manera errónea y poner en riesgo el negocio.
- Beneficios para mi negocio: son aquellas condiciones o características del entorno que favorecen el desarrollo del negocio.
- Desventajas para mi negocio: las condiciones del entorno que ponen en riesgo a las operaciones del negocio de manera total o parcial.
- Calificar cada factor con un nivel de importancia ALTA o BAJA

### Mi Negocio Paso a Paso

TEMA: EL ENTORNO PEST

FACTOR	BENEFICIOS PARA MI NEGOCIO	DESVENTAJA PARA MI NEGOCIO	IMPORTANCIA
<b>POLÍTICO</b>	<i>Políticas de fomento del emprendimiento en micro y medianas empresas</i>		ALTA
<b>ECONÓMICO</b>	<i>Fondos concursales, créditos CFN</i>		ALTA
<b>SOCIAL</b>		<i>Preferencia consumo de productos extranjeros</i>	ALTA
<b>TECNOLÓGICO</b>	<i>Incremento del uso de la tecnología y canales de comunicación</i>		BAJA
<b>OBSERVACIONES:</b>			

### **5.9.5. Factibilidad Técnica**

Permite evaluar y demostrar que es posible poner en marcha el negocio así como mantenerse en el tiempo, se pretende visualizar las operaciones que ejecutara el negocio para lograr elaborar sus productos, poder venderlos y definir la infraestructura necesaria para lograrlo.

#### **5.9.5.1. Localización**

Constituye el ámbito geográfico donde se ubicara la planta de operaciones del negocio, se debe tomar en cuenta las necesidades para su correcto funcionamiento, como el acceso a servicios básicos, de transporte, la comunicación el acceso a insumos, mano de obra, localización de los clientes y competidores.

#### **5.9.5.2. Áreas de la empresa**

Constituido por el espacio físico que ocupara la planta operativa del negocio, se enfoca en la distribución eficiente del espacio físico para facilitar el desarrollo de las operaciones diarias.

#### **5.9.5.3. Procesos de elaboración**

Son el conjunto de actividades y pasos que se deben ejecutar para la transformación de insumos en los productos deseados ya sean bienes o servicios

#### **5.9.5.4. Activos.**

Representa el conjunto de bienes muebles e inmuebles necesarios para el funcionamiento del negocio, entre estas están los costos de constitución, el edificio, terreno, la maquinaria, vehículos y equipos de oficina.

### **Actividad N° 06: Factibilidad Técnica**

#### **Objetivos:**

1. Identificar la localización adecuada del negocio.
2. Definir la distribución adecuada del área física del negocio
3. Determinar el proceso de elaboración de los productos.
4. Identificar los insumos necesarios para fabricar el producto.

## Hoja de actividades Nº 07: Factibilidad Técnica

### Instrucciones

- Identifique tres lugares donde sería conveniente localizar su negocio.
- señale con una (X) el lugar de localización que cumpla con los requerimientos enlistados,
- si es necesario tomar en cuenta otro aspecto escríbalo en el casillero (otros).
- seleccione el lugar que cuente con más factores necesarios para su negocio.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>				
TEMA: LOCALIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES DEL NEGOCIO				
ORD.	CUENTA CON FACTORES NECESARIOS	EVALUACIÓN DE OPCIONES		
		SUR	CENTRO	NORTE
<b>1</b>	<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>			
	AGUA	X	X	X
	LUZ	X	X	X
	TELÉFONO	X	X	X
	INTERNET	X	X	X
	INFRAESTRUCTURA VIAL	X	X	X
	OTROS:			
<b>2</b>	<b>ACCESO A INSUMOS Y RECURSOS</b>			
	MATERIAS PRIMAS		X	X
	MANO DE OBRA	X	X	X
	MAQUINARIA			
	OTROS:			
<b>3</b>	<b>CERCANÍA CON ACTORES ENTORNO</b>			
	CLIENTES		X	X
	COMPETENCIA		X	
	PROVEEDORES		X	X
	INTERMEDIARIOS		X	
	MEDIOS DE TRANSPORTE	X	X	X
<b>4</b>	<b>¿EXISTE ALGUNA RESTRICCIÓN?</b>			
	LEGAL			
	AMBIENTAL			
	ÁREAS PROTEGIDAS			
	RESTRICCIONES SECCIONALES.			
	OTROS:			
<b>LUGAR MÁS CONVENIENTE:</b>				
<b>OBSERVACIONES:</b> <i>El centro de la ciudad es el lugar más recomendable por el fácil acceso a Servicios y cercanía con los clientes.</i>				

## Hoja de actividades Nº 08: Factibilidad Técnica

### Instrucciones

- Realice el listado de todos los activos bienes como maquinaria y las cantidades necesarias para el funcionamiento de cada una de las áreas del negocio.
- Detalle todos los aspectos técnicos de cada activo.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>		
<b>TEMA: ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVO</b>	<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MARCA – COLOR- GARANTÍA</b>	<b>CANTIDAD</b>
<i>Máquina de coser</i>	<i>Puntada doble y bordado</i>	<i>1</i>
<i>Vitrinas para exhibición</i>	<i>Vitrinas iluminadas de 1*0.80 m</i>	<i>3</i>
<i>Escritorio</i>	<i>De madera 0.80* 0.50</i>	<i>1</i>
<i>Silla</i>	<i>Sillas de espera con brazos</i>	<i>4</i>
<b>OBSERVACIONES:</b>		

## Hoja de actividades Nº 09: Factibilidad Técnica

### Instrucciones

- Identifique las actividades que se desarrollaran en los procesos de producción, comercialización, financiero y marketing
- Describa cada actividad a desarrollar en el respectivo proceso
- Escriba los resultados que se obtendrá en cada proceso

### Mi Negocio Paso a Paso

#### TEMA: PROCESOS

PROCESOS	ACTIVIDADES	RESULTADO ESPERADO
<b>PRODUCCIÓN</b>	<i>Revisar y definir dimensiones y colores del bolso a elaborar</i>	<i>Diseño de bolso.</i>
	<i>Tejido del bolso de acuerdo al diseño recomendado</i>	<i>Bolso tejido</i>
	<i>Cocido de cierres, forro, etiqueta y pegado de adornos.</i>	<i>Bolso terminado</i>
<b>COMERCIALIZACIÓN</b>	<i>Toma de pedidos</i>	<i>Cantidad de unidades a producir</i>
	<i>Exhibición en el local comercial</i>	<i>Exhibición de productos terminados</i>
	<i>Venta directa – venta indirecta</i>	<i>Volumen de ventas</i>
<b>FINANCIERO</b>	<i>Adquisiciones de insumos necesarios</i>	<i>Materias primas</i>
	<i>Rotación de inventario</i>	<i>Estados financieros</i>
	<i>Manejo del efectivo (pagos relacionados con los gastos generados en la operación del negocio)</i>	<i>Flujo del efectivo.</i>
<b>MARKETING</b>	<i>Diseño de fundas para el producto</i>	<i>Empaque para el producto</i>
	<i>Decoración y señalética de las instalaciones, trípticos</i>	<i>Publicidad en el punto de venta</i>
	<i>Análisis de tendencias y diseño de nuevos productos</i>	<i>Nuevos productos.</i>
<b>OBSERVACIONES:</b>		

## Hoja de actividades Nº 10: Factibilidad Técnica

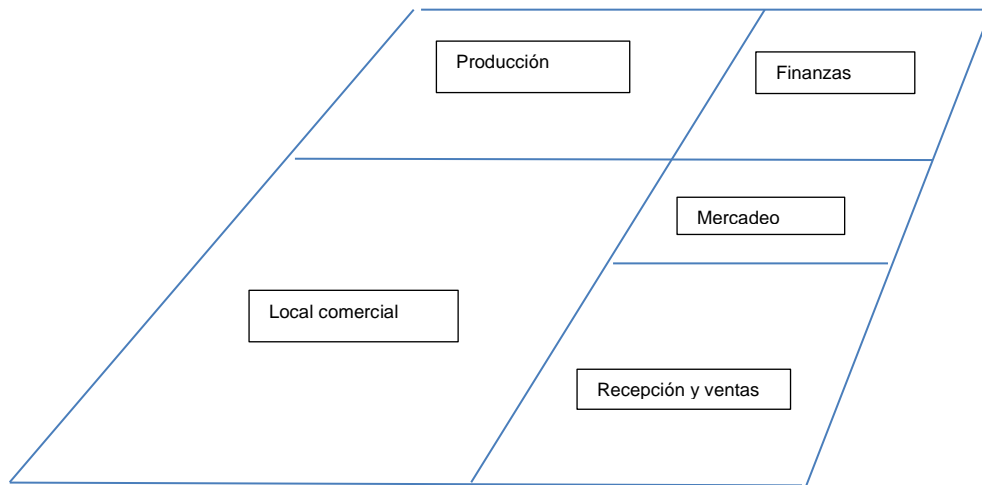
### Instrucciones

- Dibuje el plano de la distribución física de las áreas de su negocio identificando el área y la localización de los activos necesarios

### Mi Negocio Paso a Paso

TEMA: ÁREA FÍSICA DE LA PLANTA

### DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL NEGOCIO (PLANTA)



OBSERVACIONES:

### **5.9.6. Estructura Organizacional**

Definición del orden jerárquico y distribución de áreas productoras de valor del negocio y sus responsables, define las tareas correspondientes a cada área del negocio para el logro de sus objetivos.

**Áreas de la empresa:** la empresa se dividirá en departamentos para el desarrollo de actividades que fortalecerán el logro de objetivos y por lo general son Mercadotecnia, Ventas, Producción y Finanzas

**Los responsables:** son las personas encargadas de liderar cada área de la empresa y su equipo de trabajo

**Las funciones:** son las actividades esenciales del área de trabajo.

### **Actividad N° 08: Estructura Organizacional**

#### **Objetivos:**

1. Identificar las áreas en las que se distribuirá el negocio y su orden jerárquico.
2. Definir las funciones que debe desarrollar cada área para el logro de los objetivos.



## Hoja de actividades Nº 11: Estructura Organizacional

### Instrucciones

- Determine qué áreas o departamentos que tendrá su negocio
- Responsables: determine el cargo de los responsables y si es posible sus nombres.
- Describa las funciones que deben cumplir cada responsable o responsables.

### Mi Negocio Paso a Paso

TEMA: ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO

ÁREAS	RESPONSABLES	FUNCIONES
<b>Mercadeo</b>	1. <i>Andrea Diaz</i>	<i>Diseñar periódicamente trípticos de los productos Diseñar nuevos productos Decorar el local comercial de acuerdo a fechas y temporadas</i>
<b>Producción</b>	1. <i>Mary Montenegro</i>	<i>Tejer con crochet bolsos de acuerdo a los diseños requeridos</i>
		<i>Cocer a máquina forros, cierres y broches</i>
<b>Finanzas</b>	1. <i>Andrea Diaz</i>	<i>Procesos de pago de gastos del giro del negocio, presentación de estados financieros.</i>
<b>Ventas</b>	1. <i>Andrea Diaz</i>	<i>Recepción de clientes y venta personalizada, facturación y cobro.</i>
<b>OBSERVACIONES:</b>		

### **5.9.7. Factibilidad Económica**

Se debe demostrar que el negocio es factible económicamente si los costos de inversión justifican a través de los retornos que tendrá el negocio a través de sus ventas, el nivel de ingresos debe ser superior que sus egresos.

#### **5.9.7.1. Plan de ventas**

Constituyen las estimaciones de ventas del producto en un determinado periodo de tiempo, dichas estimaciones se fundamentan en el nivel de crecimiento de la demanda del producto.

#### **5.9.7.2. Análisis de costos**

Es el análisis de los costos de los insumos necesarios para la fabricación del producto en un determinado periodo y volumen.

#### **5.9.7.3. Inversión inicial**

Constituye el valor del capital necesario para empezar las actividades productivas del negocio y su estructura este puede ser propio, financiado de fuentes como instituciones bancarias o de inversionistas.

#### **5.9.7.4. Capital operativo**

Constituye el rubro de dinero necesario para cubrir los egresos necesarios para las operaciones mensuales del negocio.

#### **5.9.7.5. Flujo de caja**

Es un informe financiero que muestra el nivel de ingresos y gastos generados en las operaciones del negocio, ingresos como los obtenidos por ventas, gastos por el pago de servicios básicos, se incluye el costo de insumos necesarios para la producción como materias primas, sueldos de empleados e impuestos.

### **Actividad N° 09: Factibilidad Económica**

#### **Objetivos:**

1. Identificar los costos de inversión y capital necesario para la operación del negocio.
2. Calcular el volumen de ventas necesario para el desarrollo del negocio
3. Definir los ingresos y egresos de efectivo

## Hoja de actividades Nº 12: Factibilidad Económica

### Instrucciones

- Realice el listado de todos los activos o bienes como equipos o maquinas que necesita para su negocio con las cantidades y costo de cada uno.
- Realice un listado de los insumos materiales o materias primas necesarios para la producción del producto.
- la estructura del capital muestra qué % es propio, financiado por bancos y de familiares o de socios.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>				
<b>TEMA: CAPITAL E INVERSIÓN INICIAL</b>				
ORD.		COSTOS		
		CANTIDAD	PRECIO UNI.	TOTAL
	<b>ACTIVOS</b>			
	<i>Máquina de coser</i>	1	500	500
	<i>Vitrinas para exhibición</i>	3	200	600
	<i>Escritorio</i>	1	150	150
	<i>Silla</i>	4	30	120
	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			1370.00
	<b>INSUMOS</b>			
	<i>Hilo Nº 0.5</i>	35 kg	5.00	175.00
	<i>Crochet Nº 0, 1, 2, 3, 5</i>	5	1.50	6.00
	<i>cintas</i>	5 * 100 mts	5.00	25.00
	<i>cierres</i>	36 * 30 cm	0.50	18.00
	<i>broches</i>	35 unid	0.25	8.75
	<i>Tela</i>	10 mts	2.00	20.00
	<i>hilo</i>	5 tubos	0.50	2.50
	<b>TOTAL INSUMOS</b>			254.75
	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			2624.75
<b>ESTRUCTURA DEL CAPITAL</b>				
	<i>PROPIO</i>	38.1%		1000.00
	<i>PRÉSTAMO BANCARIO</i>	%		
	<i>FAMILIAR</i>	61.9%		1624.00

## Hoja de actividades Nº 13: Factibilidad Económica

### Instrucciones

- Determine la cantidad de unidades de producto que será posible vender de acuerdo al resultado del estudio de mercado.
- Identifique el precio que tendrá el producto de acuerdo a sus costos de producción y la utilidad que se estima obtener
- La cantidad de producto por su precio de venta, muestra el valor de los ingresos.

### Mi Negocio Paso a Paso

#### TEMA: PROYECCIÓN DE VENTAS EN UNIDADES DE PRODUCTOS AÑO 1

PRODUCTOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agt	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Bolso en crochet	50	52	54	56	58	60	62	64	66	68	70	72	732
<b>TOTAL</b>													

#### TEMA: PROYECCIÓN DE VENTAS EN DÓLARES AÑO 1

PRODUCTOS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agt	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
Bolso en Crochet	500	520	540	560	580	600	620	640	660	680	700	720	7320
<b>TOTAL</b>													

## Hoja de actividades Nº 14: Factibilidad Económica

### Instrucciones

- Determine los ingresos que se obtendrá por ventas del producto
- Calcule los gastos estimados
- Determine el costo de las operaciones de producción.
- Sume gastos más costos, posteriormente reste el rubro de los ingresos y obtendrá el saldo neto.
- El saldo acumulado constituye los flujos de efectivo obtenidos cada mes.

<b>Mi Negocio Paso a Paso</b>												
<b>TEMA: FLUJO DE CAJA</b>												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agt	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Ingresos</b>												
Ventas	500	520	540	560	580	600	620	640	660	680	700	720
<b>Total Ingresos</b>	500	520	540	560	580	600	620	640	660	680	700	720
<b>Gastos</b>												
Gastos Operativos	200	208	216	224	232	240	248	256	264	276	284	292
Gastos de Venta	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
<b>Total Gastos</b>	450	458	466	474	482	490	498	506	514	526	534	544
<b>Saldo Neto</b>	50	62	74	86	98	110	122	134	146	154	166	176
<b>Saldo Acumulado</b>		112	186	272	370	480	602	736	882	1036	1202	1378

**Ingreso:** constituye el valor en dólares que se obtendrá por las ventas del producto.

**Gastos:** son los desembolsos de dinero necesarios para el pago de servicios básicos, los sueldos de los empleados, transporte, etc.

**Cosos de Operación:** Son todos los desembolsos de dinero necesarios para adquirir materias primas, pago de mano de obras, servicios de la planta de operaciones.

**Saldo neto:** la diferencia entre ingresos menos gastos.

**Saldo acumulado:** la suma de los Saldos netos de cada mes.

## **5.9.8. DISEÑO MICRO CURRICULAR GUÍA METODOLÓGICA “MI NEGOCIO PASO A PASO”**

### **PROCESO DE FORMACIÓN**

**Área:** Administración – Emprendimiento

**Duración estimada:** 20 horas académicas.

### **PERFIL DEL DOCENTE**

#### **Formación**

Ingeniero en Administración de Empresas

#### **Áreas de Especialización**

Emprendimiento, pequeña empresa, cultura empresarial y planeamiento estratégico.

#### **Experiencia:**

- Diseño y ejecución de Plan de Negocios
- Administración de impuestos y requerimientos legales
- Estrategias de marketing; plan de marketing
- Generación de valor; administración de capitales
- Administración financiera de nuevas empresas: plan financiero
- Calidad de servicio al cliente

#### **Competencias:**

Liderazgo y trabajo en equipo, capacidad de manejo de personas, responsabilidad y compromiso con la excelencia en el desarrollo de su trabajo y la inclusión social; innovador, y comprometido con el fortalecimiento de una cultura de emprendimiento.

#### **Actividades laborales:**

- Evaluar el perfil emprendedor de los beneficiarios de los cursos de capacitación del Sector Productivo Social.

- Ejecutar el proceso de enseñanza propuesto en la Guía Metodológica para emprendedores “Mi negocio Paso a Paso”
- Preparar el material didáctico necesario para la clase.
- Evaluar al emprendedor y su desempeño en el diseño y desarrollo de planes de negocios.

## **PERFIL DEL EMPRENDEDOR:**

### **Características:**

- Creativo
- Perseverante
- Optimista
- Arriesgado
- Independiente
- Ganas de superación

**Nivel de educación:** Título de Bachiller en cualquier área

**Edad:** de 18 años en adelante

### **Competencias:**

Responsabilidad, comprometido con el aprendizaje, Iniciativa personal Capacidad de decisión, orientación hacia las metas, trabajo en equipo, honestidad y constancia en sus objetivos.

### **Metodología de evaluación:**

Podrán tomar el programa de desarrollo de plan de negocio, quienes hayan aprobado al menos un curso de capacitación del sector productivo social del ofertado por el SECAP.

La aprobación y continuidad en el proceso se define por la evaluación de la viabilidad de plan de negocios realizada por la comisión de expertos.

Comisión de Expertos: Formada por el Facilitador y las autoridades del SECAP Tulcán.

### **5.9.9. RECURSOS NECESARIOS**

#### **Humanos:**

1 Docente facilitador, por el tiempo de 20 horas

#### **Tecnológicos:**

- Un proyector
- Un computador
- Internet

#### **Materiales y suministros:**

- Marcadores
- Lápices
- Copias

#### **Espacio físico:**

- Aula de clase
- Áreas de recreación

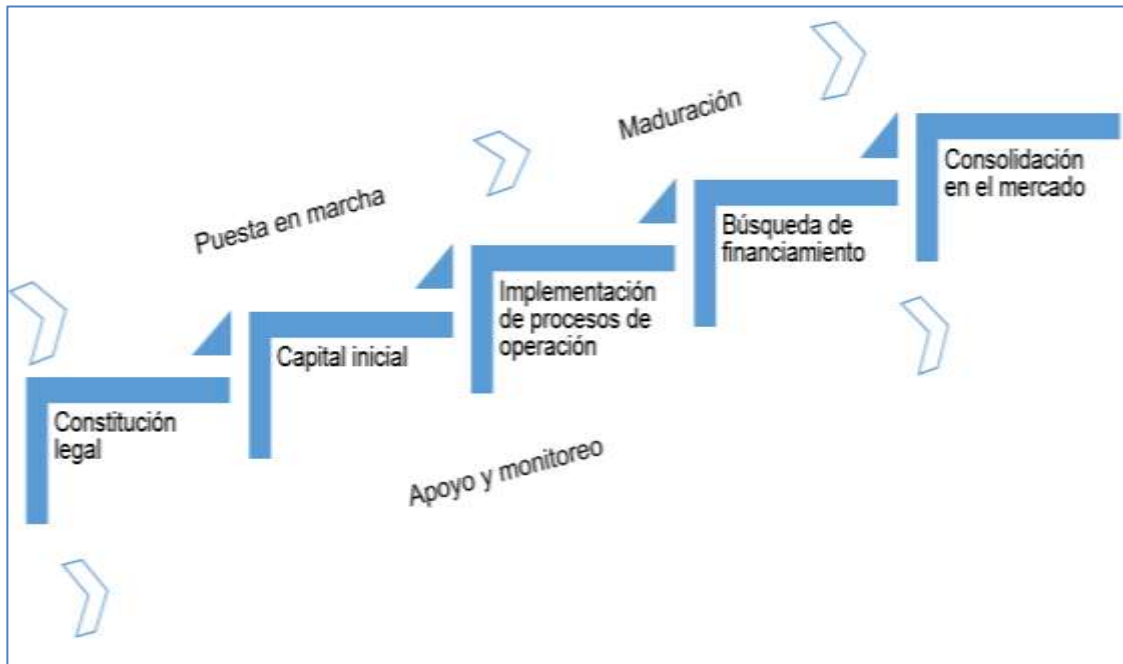
Tabla N° 46: Recursos Financieros

<b>Insumos</b>	<b>Costo</b>
Talento Humano	400
Materiales - suministros	50
<b>Total</b>	<b>450</b>



## 5.10. DELINEAR LOS MECANISMOS DE INCUBACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS GENERADOS.

### 5.10.1. PROCESO DE INCUBACIÓN DE NEGOCIOS



El emprendedor necesita poner en marcha su negocio para poder evaluar su desempeño y mejorar en las áreas vulnerables, para ello es necesario el apoyo desde el momento de la ejecución del plan hasta su maduración y lanzamiento al mercado.

#### **Etapas 1: Puesta en Marcha.**

**Constitución legal:** El emprendedor para la constitución de la empresa puede considerar los siguientes pasos:

- Obtención de la patente, en el GAD Tulcán
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes, a nombre del representante legal, en el Servicio de Rentas Internas.
- Permiso de bomberos
- Si se trata de alimentos deberá obtener el permiso de salud.

**Capital Inicial:** Obtener financiamiento sin un producto o experiencia empresarial es difícil, para apoyar al emprendedor la intervención del SECAP es vital la creación de un fondo destinado para financiar los mejores planes de negocios, permitirá que el emprendedor ponga en marcha su empresa y adquiera experiencia.

**Fondo SECAP Emprende:** Una alternativa de financiamiento es que el SECAP cree un fondo para la incubación de negocios, aportando parte de su presupuesto recursos económicos, que faciliten el nacimiento de negocios.

- Crear capital semilla SECAP – Emprende: Se lo podría constituir con el apoyo institucional mediante la búsqueda de donativos del sector público y el involucramiento del sector privado o el SECAP como institución del sector público puede acceder a financiamiento para proyectos de desarrollo a través del canje de deuda, para esto debe presentar el proyecto en el formato establecido por la SEMPLADES.
- Con los recursos obtenidos “Fondo SECAP Emprende” se puede financiar los mejores planes de negocio y así apoyar al emprendedor para que pueda ejecutar su plan.
- En el plazo estimado que el emprendedor recupere la inversión, devolverá los recursos con un incremento como donativo para el “Fondo SECAP Emprende”, este aporte servirá para la formación de nuevos negocios.

### **Reglamento Fondo De Financiamiento SECAP Emprende.**

#### **Objetivo**

**Art. 1.** El financiamiento de planes de negocios persigue el objetivo de generar desarrollo social y económico.

## **Alcance**

**Art. 2.** Se financiara a los 5 planes mejores puntuados del concurso de acuerdo al cumplimiento de los parámetros de evaluación; se entregara recursos económicos reembolsables por un valor de 2000 USD.

## **Requisitos**

**Art. 3.** El plan de negocio que haya sido seleccionado debe cumplir los siguientes requisitos:

- Estar legalmente constituido de acuerdo a los requerimientos municipales. (permisos, patentes).
- Presentar Nombramiento del Representante Legal
- Tener Registro Único de Contribuyentes
- Presentar proformas de la inversión de los recursos.

## **Condiciones**

**Art. 4.** La entrega de los recursos se mediante la firma de una acta de entrega recepción suscrita entre el representante del Fondo SECAP Emprende y El representante de la empresa o negocio. (Ver anexo 7).

**Art. 5.** Los recursos solo deberán ser utilizados para la inversión en activos fijos e insumos para el proceso de producción, estos se justificaran con las facturas de compra.

**Art. 6.** Los recursos obtenidos son reembolsables y serán entregados al representante legal del negocio, quien firmara acta de devolución en el periodo de 24 meses contados a partir de su recepción a su recepción.

**Art. 7.** Los recursos no generaran intereses hasta su fecha de vencimiento, el incumpliendo de la fecha establecida para su reembolso ocasionara una multa del 10% mensual.

**Art. 8.** El incumplimiento en uso adecuado de recursos y plazos de devolución, deberá someterse a la aplicación de la legislación vigente.

**Apoyo - monitoreo:** Para la ejecución del plan de negocios se debe integrar esfuerzos por ejecutar la idea de negocio y cumplir con los requerimientos del entorno, para ello la enseñanza y la práctica deben encaminarse en el adiestramiento de emprendedores. Aprender haciendo permite enfrentar los problemas reales del negocio y para ello la estrategia de alianzas con iguales permitirá transferir conocimientos y apoyar al emprendedor.

- Los seminarios de fortalecimiento de técnicas gerenciales
- Las visitas de aprendizaje permitirán el intercambio de experiencias
- La interacción con emprendedores y asesoría en el diseño, producción, comercialización de los productos.

## **Etapas 2: Maduración del negocio.**

**Implementación de procesos de operación:** Una vez funcionando el negocio el emprendedor conoce sus procesos de operación y sus productos, de esta manera puede buscar financiamiento con el fin de crecer, para ello requiere de inversión que puede provenir del sector privado o público; la inversión obtenida permitirá el desarrollo de la empresa en el mercado.

**Búsqueda de Financiamiento:** Con la inversión de capital el negocio puede expandirse y participar en el mercado, para su inserción se requiere del monitoreo y asesoramiento hasta que sea sostenible

La subsecretaría de desarrollo de MIPYMES y artesanías gestiona el desarrollo de negocios para este fin se realiza el Registro Único de MIPYMES y Registro Único Artesanal, busca identificar y categorizar los diferentes tipos de negocios, una categorizados La Secretaría Técnica de Capacitación Profesional, SETEC, apoya el acceso a financiamiento para inversión, en lo que respecta al acceso al crédito de las instituciones del sector financiero nacional, los negocios que

apliquen al RUM y RUA obtendrán el acompañamiento institucional para que sean sujetos de crédito y garantía de forma eficaz y eficiente.

La inclusión de los emprendimientos nacientes en este programa permitirá acceder a asesoramiento para su desarrollo y crecimiento sostenible; no se debe olvidar la importancia de la retroalimentación para la solución de problemas de la empresa, una vez superado estas etapas el emprendimiento tendrá experiencia empresarial y será capaz de generar estrategias de desarrollo.

### **Etapa 3: El acompañamiento y monitoreo.**

A través del asesoramiento del experto es vital desde su inicio hasta que el emprendedor pueda lanzar sus productos al mercado, con una muestra de sus productos y experiencia puede buscar financiamiento y ante inversionistas, participación en programas de fondos concursables o acceso a financiamiento en el sector financiero como la CFN y el Banco Nacional de Fomento.

## VI. BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

Alcaraz, R. (2011) *Emprendedor de éxito*. (4° ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.

Asodefensa.org (julio. 2012) Asociación sindical del ministerio de defensa: Colombia. [En línea]. Disponible en:  
[http://www.asodefensa.org/portal/?page\\_id=4](http://www.asodefensa.org/portal/?page_id=4)

Caldera, J; Rodríguez, F y Moreno, J. (2005) *Manual guía para agente multiplicadores en estímulo y desarrollo de capacidades emprendedoras*, p.6-7. [En línea]. Consultado. 18, julio, 2012: Disponible:  
[http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/5\\_AgentesMultiplicadores\\_SAE.pdf](http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/5_AgentesMultiplicadores_SAE.pdf)

Camero & Cerquera (2003) *Plan de Negocios Cartilla N° 6*. [En línea]. Consultado. 25, julio, 2014. Disponible:  
<http://portafolioemprendimientocies.files.wordpress.com/2011/03/cartilla-no-6-plan-de-negocios.pdf>.

Cámara oficial de industria de Orihuela (2012): *Curso de formación para emprendedores: Modulo 2*: [En línea]. Consultado. 20, julio, 2012: Disponible:  
[http://www.camaraorihuela.es/doc/emprendedores/plan\\_de\\_empresa.pdf](http://www.camaraorihuela.es/doc/emprendedores/plan_de_empresa.pdf)

Castillo, H. (1999) *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*, pp. 4-16. Extraído el 15 de julio, 2012. Disponible:  
[http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado\\_arte\\_emprendimiento.pdf](http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf)

Cahuasqui, E. (2013) *Perfil del Emprendedor del Norte del Ecuador*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Tulcán Ecuador.

Documentos Planning (2014). Publicación Periódica Coleccionable. [En línea].

Consultado. 22, Julio, 2014: Disponible:

[www.planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf](http://www.planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf)

Freire, A. (2004) *Pasión por emprender: De la idea a la cruda realidad*. [En línea]. Consultado. 20, julio, 2012: Disponible:

<http://books.google.com.ec/books?id=54PpfmD8l5kC&pg=PA28&lpg=PA28&dq=el+emprendedor+nace+o+se+haces>

GEM, (2009) *Reporte Nacional de Chile 2008*. [En línea]. Consultado. 12, julio, 2012: Disponible: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/460>

GEM, (2010) *Reporte Nacional Ecuador 2010*. [En línea]. Consultado. 12, julio, 2012: Disponible: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/460>

Incubadora De Empresas De Innovación Y Base Tecnológica Huila. (2005). *Módulo Espíritu Empresarial II*. [En línea]. Consultado. 15, julio, 2012. Disponible: <http://www.huila.gov.co/documentos/M/ModuloEspirituEmpresarialIE.pdf>

IEPS, (2014). *Página web institucional* [En línea]. Consultado: 16, julio: Disponible:

[http://www.ieps.gob.ec/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=71&Itemid=260](http://www.ieps.gob.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=71&Itemid=260)

Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Colombia: Universidad del Norte. [En línea]. Consultado: 18, julio, 2012: Disponible:

<http://www.uninorte.edu.co/divisiones/iese/lumen/ediciones/7/articulos/emprendimiento.pdf>

Kantis, Angelelli & Gatto(2000) *Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿de qué depende su creación y supervivencia?*, pp. 9-10.

Landeau, Rebeca (2007) *Elaboración de Trabajos de Investigación*. Pa p. 60.

Primera Edición. Editorial Alfa. Consultado el 10, Enero del 2013. Disponible en

línea: [http://books.google.com.ec/books?id=M\\_N1CzTB2D4C&pg=PA64&dq=modalidad+de+la+investigaci%C3%B3n+de+campo&hl=es&sa=X&ei=w4e8UKy7GeSs0AGjI4GIDA&ved=0CC8Q6AEwAQ#v=onepage&q=modalidad%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20de%20campo&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=M_N1CzTB2D4C&pg=PA64&dq=modalidad+de+la+investigaci%C3%B3n+de+campo&hl=es&sa=X&ei=w4e8UKy7GeSs0AGjI4GIDA&ved=0CC8Q6AEwAQ#v=onepage&q=modalidad%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20de%20campo&f=false)

Maximiano, A., y Cesar, A. (2008) *Administración para emprendedores*. (1ª ed.) México: Pearson educación.

MICPEC, (2014). *Agenda Territorial Productiva – Provincia del Carchi*. [En línea].

Consultado: 17, julio: Disponible: <http://www.produccion.gob.ec/transformacion-productiva>

Montes, J. (2012) *La Productividad, El Emprendimiento y El Empleo*. [En línea].

Consultado: 15, julio, 2012: Disponible: <http://temp.oitcinterfor.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/publ/producti/pdf/cmontes.pdf>

Olaya, A. (2008, julio-diciembre) *Economía de la Innovación y Del Cambio Tecnológico: Una Aproximación Teórica Desde El Pensamiento schumpeteriano*. Revista Ciencias Estratégicas. V16.Nº20. Consultado el 15 de julio, 2012. En: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/1513/151312829002.pdf>

Ramírez, J. (2013) *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Consultado el 15 de julio, 2014. Disponible: [www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf](http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf)

Rodríguez, A. (2009, julio-sin mes, 2009) *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. *Pensamiento & Gestión*. N°. 26, pp. 94-119).



Consultado el 15 de julio, 2012. En:  
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64612291005#>

SECAP, (2012). *Página Web Institucional* [En línea]. Consultado: 20, julio 2014:  
Disponible en: <http://www.secap.gob.ec>

SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS, (2014).  
*Página Web Institucional* [En línea]. Consultado: 18, julio: Disponible en:  
<http://www.industrias.gob.ec/subsecretaria-de-desarrollo-de-mipymes-y-artesantias/>

SETEC, (2014). *Página Web Institucional* [En línea]. Consultado: 17, julio:  
Disponible en: <http://www.secretariacapacitacion.gob.ec>

Silva, Jorge. (2008) *Emprendedor “Crear su propia empresa”*. (1ª ed.) México:  
Alfaomega Grupo Editor S.A.

Slideshare, (2012) *Espíritu emprendedor*. [En línea]. Consultado: 10, julio, 2012:  
Disponible: <http://www.slideshare.net/45456134/qu-es-el-espritu-emprendedor>

Valera, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresa*. [En línea]. Consultado: 20, julio, 2012: Disponible:  
[http://books.google.com.ec/books?id=RQ\\_4NcwhagQC&pg=PT103&lpg=PT103&dq=albert+shapero&source=bl&ots=RRVF4jUZLU&sig=4V0](http://books.google.com.ec/books?id=RQ_4NcwhagQC&pg=PT103&lpg=PT103&dq=albert+shapero&source=bl&ots=RRVF4jUZLU&sig=4V0)

Villalobos, M. (2007) *EIRD Informa-Revista para Las Américas*. Consultado el  
20, julio, 2012. En: <http://www.eird.org/esp/revista/no-14-2007/editorial.pdf>

Vargas, Rodríguez & Moreno (2014) *Guía metodológica para la elaboración de casos emprendedores* [En línea]. Consultado. 29, julio, 2014: Disponible:  
[www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/.../4\\_CasosEmprendedores\\_SAE.pdf](http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/.../4_CasosEmprendedores_SAE.pdf)

Weinberger (2009). *Plan de Negocios herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. [En línea]. Consultado. 29, junio, 2014: Disponible: [www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)

Wompner, F. (2012) *Educación superior para el emprendimiento*. [En línea]. Consultado: 10, julio, 2012: Disponible: <http://www.expansiva.cl/media/publicaciones/indagacion/documentos/20080730162222.pdf>

## VII. ANEXOS

### Anexo 1: Convenio SECAP - Cámara de Industrias y Producción



**Fecha de Convenio:** julio 2013

**Fecha de Finalización:** julio 2016

**Duración:** 3 años

#### **Datos Generales:**

Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional “SECAP” y la Cámara de Industrias y Producción “CIP”.

#### **Objetivo:**

Articular esfuerzos interinstitucionales para generar capacidades que faciliten a los individuos, la inserción laboral en el sector industrial a través de procesos de perfeccionamiento, capacitación y formación profesional con enfoque en competencias laborales; permitiendo el fortalecimiento del sector industrial y el impulso de la competitividad y productividad del sector.

#### **Aplicación:**

Sector: Productivo

Nivel de Cobertura: Nacional

## Anexo 2: Convenio SECAP-Junta Nacional de Artesanos



**Fecha de Convenio:** julio 2013

**Fecha de Finalización:** julio 2016

**Duración:** 3 años

### **Datos Generales:**

Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional “SECAP” y la Cámara de Industrias y Producción “CIP”.

### **Objetivo:**

Articular esfuerzos interinstitucionales para generar capacidades que faciliten a los individuos, la inserción laboral en el sector industrial a través de procesos de perfeccionamiento, capacitación y formación profesional con enfoque en competencias laborales; permitiendo el fortalecimiento del sector industrial y el impulso de la competitividad y productividad del sector.

### **Aplicación:**

Sector: Productivo

Nivel de Cobertura: Nacional

## Anexo 3: Convenio SECAP-Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) -Secretaría Nacional del Migrante (SENAMI)



**Fecha de Convenio:** abril 2011

**Fecha de Finalización:** abril 2015

**Duración:** 4 años

### **Datos Generales:**

Convenio de Cooperación Técnica Interinstitucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) y la Subsecretaría de Tecnologías de la Información de la Secretaría Nacional de la Administración Pública.

### **Objetivo:**

Establecer y delinear los mecanismos que permitan a las partes realizar actividades y desarrollar esfuerzos conjuntos, mediante el aprovechamiento de sus recursos humanos, materiales y tecnológicos, para capacitar a funcionarios o trabajadores de instituciones públicas sobre el uso de herramientas de Software Libre y Estándares Abiertos.

### **Aplicación:**

Sector: Productivo

Nivel de Cobertura: Nacional

## Anexo 4: Convenio SECAP - Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial - SENAI



**Fecha de Convenio:** marzo de 2012

**Fecha de Finalización:** marzo de 2017

**Duración:** 5 años

### **Datos Generales:**

Convenio marco de cooperación institucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP – Ecuador y el Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial – Brasil.

### **Objetivo:**

Promover la realización de actividades de cooperación institucional en todos aquellos temas que las partes consideren de interés común y que estén relacionadas a su accionar, principalmente en la implementación de uso de tecnologías de información y comunicación (TICs) en los procesos de capacitación y formación, así como en el intercambio de experiencias en la implementación de procesos de capacitación y formación con enfoque en competencias laborales.

Implementar el uso de tecnologías de información y comunicación (TICs) en los procesos de capacitación y formación que se ejecuten en el marco de los convenios específicos, a través del intercambio de experiencias, recurso humano y tecnología; atendiendo a la disponibilidad de recursos de cada una de las partes.

Favorecer el intercambio de documentación referida a la capacitación y formación profesional respetando los derechos de propiedad intelectual que obren sobre estos; así como estimular el acopio de materiales, publicaciones y

cualquier otro recurso que facilite la aplicación del presente Convenio Marco y se relacionen con el fortalecimiento y la calidad de los resultados de las actividades que se realicen.

Favorecer y propiciar el intercambio de experiencias en la implementación de capacitación con enfoque a competencias laborales.

Promover el desarrollo de proyectos conjuntos en temas específicos orientados a mejorar los procesos de capacitación y formación profesional que desarrollen cada una de las partes suscriptoras del presente instrumento, a través del uso de tecnologías de información y comunicación (TICs) y con especial atención a aquellas enfocadas a competencias laborales.

**Aplicación:**

Sector: Productivo y Social

Nivel de Cobertura: Nacional.

## Anexo 5: Convenio SECAP - Centro Estatal de Educación Tecnológica Paula Souza del Estado de Sao Paulo - CEETEPS - Brasil



**Fecha de Convenio:** marzo de 2012

**Fecha de Finalización:** marzo de 2017

**Duración:** 5 años

### **Datos Generales:**

Convenio marco de cooperación institucional entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP – Ecuador y Centro Estatal de Educación Tecnológica Paula Souza del Estado de São Paulo, Brasil.

### **Objetivo:**

Promover la realización de actividades de cooperación institucional en todos aquellos temas que las partes consideren de interés común y que estén relacionadas a su accionar.

Favorecer el intercambio de documentación referida a la capacitación y formación profesional respetando los derechos de propiedad intelectual que obren sobre estos; así como estimular el acopio de materiales, publicaciones y cualquier otro recurso que facilite la aplicación del presente Convenio Marco y se relacionen con el fortalecimiento y la calidad de los resultados de las actividades que se realicen.

Favorecer y propiciar el intercambio de experiencias formativas en el área de capacitación y formación profesional; la gestión de centros de formación; experiencias concretas de articulación de capacitación y/o formación y trabajo, atendiendo a la disponibilidad de recursos de cada una de las partes.



Acreditación y certificación conjunta de las actividades de capacitación y formación, que se ejecuten en aplicación a este Convenio Marco o los convenios específicos que se suscriban.

Ejecutar planes de formación y actualización continua para trabajadores, facilitando la organización de seminarios y pasantías de especialistas, capacitadores y formadores así como estudiantes con el objeto de promover dichos intercambios, en apego a la disponibilidad presupuestaria de cada una de las partes suscriptoras.

**Aplicación:**

Sector: Productivo y Social

Nivel de Cobertura: Nacional

## Anexo 6: Convenio SECAP - Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista - INCES - Venezuela



**Fecha de Convenio:** octubre 2008

**Fecha de Finalización:** octubre 2014

**Duración:** 6 años

### **Datos Generales:**

Memorándum de entendimiento entre el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) y el Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES) de la República Bolivariana de Venezuela.

### **Objetivo:**

Fomentar la cooperación entre ambas instituciones, para el desarrollo de programas educativos de formación y capacitación integral dirigidos a satisfacer las necesidades de ambos estados, con la finalidad de contribuir con su desarrollo socio-productivo, en las siguientes modalidades:

1. Cursos de formación y capacitación para instructores o facilitadores
2. Asistencia técnica
3. Intercambio de técnicos y especialistas
4. Participación en programas y proyectos en áreas de interés común
5. Desarrollo de una red interinstitucional de investigación
6. Organización conjunta de talleres, foros y conferencias
7. Pasantías para el personal técnico en las áreas de interés

### **Aplicación:**

Sector: Productivo y Social

Nivel de cobertura: Nacional

## Anexo 7: Acta Entrega Recepción De Recursos

### SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACIÓN PROFESIONAL – TULCÁN FONDO SECAP EMPRENDE ACTA ENTREGA – RECEPCIÓN DE RECURSOS

En la ciudad de Tulcán, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año \_\_\_\_\_, comparecen para la firma la presente acta: por una parte, el Sr. \_\_\_\_\_ con cedula de identidad N° \_\_\_\_\_ representante del Fondo SECAP Emprende, quien realiza la entrega de \_\_\_\_\_ dólares americanos, y por otra parte el Sr. \_\_\_\_\_ con cedula de identidad N° \_\_\_\_\_ representante legal de la empresa con razón social \_\_\_\_\_ y RUC N° \_\_\_\_\_, quien recibe la cantidad de dinero antes mencionada.

La presenta acta está sujeta al cumplimiento de las siguientes clausulas:

1. Los recursos entregados ascienden a un valor total de \_\_\_\_\_ dólares americanos.
2. Los recursos son reembolsables en un periodo de 24 meses contados desde la fecha de su recepción, misma que se encuentra establecida en la presente.
3. Los recursos deben destinarse para la inversión en activos y materias primas necesarias para la producción.
4. El uso adecuado de los recursos se justificara con sus correspondientes comprobantes de venta legales.
5. El incumplimiento al presente se sancionara de acuerdo a la legislación vigente.

Recibe conforme,

Entrega conforme,

Sr. \_\_\_\_\_  
Representante legal  
\_\_\_\_\_

Sr. \_\_\_\_\_  
Representante legal  
Fondo SECAP Emprende

## Nivel de emprendimiento de los beneficiarios de las Capacitaciones del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) Tulcán.

Mirian Yolanda Sánchez Díaz  
Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM)  
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)  
mirian.sanchez@upec.edu.ec  
Campus, Av. Universitaria y Antisana  
Tulcán-Ecuador



### Resumen

*El emprendimiento en el mundo; se ha convertido a través del tiempo en la fuerza propulsora de la economía, el desarrollo productivo y social, a través del aprovechamiento de oportunidades que dinamizan el mercado y su entorno ocasionando competitividad, cooperación, calidad, transformación, innovación, servicio y evolución de las formas de producción y venta ya sea de bienes o servicios, que generan un beneficio entre cliente y empresa.*

*En Ecuador se han desarrollado políticas económicas que promueven el emprendimiento, actualmente existen ministerios y subsecretarías, que buscan a través de diferentes programas financiar proyectos de negocios innovadores, para el emprendedor se convierte en una oportunidad para emprender generando beneficio social y económico.*

*La formación en emprendimiento de las personas que reciben cursos de capacitación del sector Productivo Social del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) en la ciudad de Tulcán; permitirá aprovechar su potencialidad y habilidad en la elaboración de productos realizados en los cursos de capacitación, así como las oportunidades que se han desarrollado en el entorno político para los emprendedores.*

**Palabras Clave:** *Emprendimiento - Competitividad – Calidad – innovación – Evolución – Desarrollo – Beneficio – Cliente – Empresa*

### Abstract

*Entrepreneurship in the world has become over time the driving force of the economy and the productive and social development through the exploitation of market opportunities that enhance their environment and causing competitiveness, cooperation, quality, transformation, innovation, service and changing forms of production and sale of either goods or services that generate a profit between customer and company.*

*In Ecuador have developed economic policies that promote entrepreneurship, there are now ministries and secretariats, looking through different programs to fund innovative projects business for the entrepreneur becomes an opportunity for entrepreneurs and generate social and economic benefits.*

*The entrepreneurship training of persons receiving training Social Productive sector Ecuadorian Professional Training Service (SECAP) in the city of Tulcán; allow leverage their potential and ability in the production of products made in the training and opportunities that have been developed in the political environment for entrepreneurs.*

**Keywords:** Entrepreneurship - Competitiveness - Quality - Innovation - Evolution - Development - Benefits - Client - Company

## 1. Introducción

El emprendimiento en la actualidad se ha convertido en una alternativa de desarrollo socio económico; considerando que “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, Schumpeter, 1950, citado en (Castillo, 1999, p. 5)”.

El emprendimiento puede darse por oportunidad en la que el emprendedor con ingresos suficientes desea alcanzar su autorrealización mediante productos innovadores, o por necesidad en la que el emprendedor desea ser generador de sus propios ingresos, auto emplearse y buscar su desarrollo personal.

El emprendimiento por necesidad es más concebible en nuestro entorno social, la ciudad de Tulcán no cuenta con un eje productivo que permita generar fuentes de empleo con salarios dignos, el subempleo es muy evidente y su economía se mueve con la actividad comercial realizada de manera informal.

Shapero explica que <el evento empresarial> parte de la existencia de condiciones como: <factores de desplazamiento>, que son los que orientan a una persona a cambiar su trayectoria de vida e inclinarse por la carrera empresarial estos factores pueden ser positivos entre los que pueden estar la identificación de una oportunidad, deseos de superación, etc. o negativos como salir del desempleo, frustración por el trabajo actual, citado en. Citado en (Kantis, Angelelli & Moori, 2004, p.22).

Los cursos de capacitación del SECAP enfocados al Sector Productivo Social tienen como objetivo final la producción de bienes o servicios de gran variedad, desde ropa, alimentos y artículos de trabajo manual, la filosofía de la institución facilitadora está orientada solo a la formación de fuerza laboral; sin embargo hay que considerar que en el entorno muy pocos tienen la oportunidad de acceder a un trabajo digno.

## 2. Materiales y Métodos

La investigación científica cualitativa y cuantitativa constituye la herramienta que permitió recopilar información, que evidencia el problema en torno al nivel de emprendimiento, de los beneficiarios de los cursos de capacitación del Sector Productivo Social del SECAP.

La población estudiada se compuso por los estudiantes beneficiarios de los cursos de capacitación del sector Productivo social desarrollados por el SECAP, en el periodo 2008 – 2012, en la ciudad de Tulcán; para su estudio se aplicó un cuestionario a la muestra de la población de 314 estudiantes, a fin de conocer sus características, su interés por crear empresa, las limitaciones para emprender, nivel de emprendimiento y la aplicación de planes de negocio.

Para el estudio de la institución facilitadora de los cursos de capacitación SECAP se aplicó un censo al personal administrativo y docentes mediante el uso de un cuestionario el cual permite identificar la ejecución de procesos capacitación y evaluación de los estudiantes beneficiarios de la oferta de capacitación del sector investigado.

### **3. Resultados y discusión**

A través de la investigación se pudo determinar que las personas utilizan medios de consulta como el internet, para auto educarse y reforzar los conocimientos adquiridos en los programas de capacitación. La creatividad y habilidad de las personas se hace visible en los diseños de sus productos, que en su mayoría son de trabajo manual, apreciados por los consumidores por el acabado final en cada producto.

La mayoría de las personas que no ha emprendido un negocio sienten deseos hacerlo en el futuro, y así contar con independencia laboral, estabilidad económica y por superación personal. Sin embargo las personas no cuentan con los conocimientos suficientes y la orientación necesaria para diseñar y ejecutar planes de negocios, que les permita direccionar el funcionamiento de sus negocios; además de su importancia como un instrumento técnico que permite minimizar los riesgos.

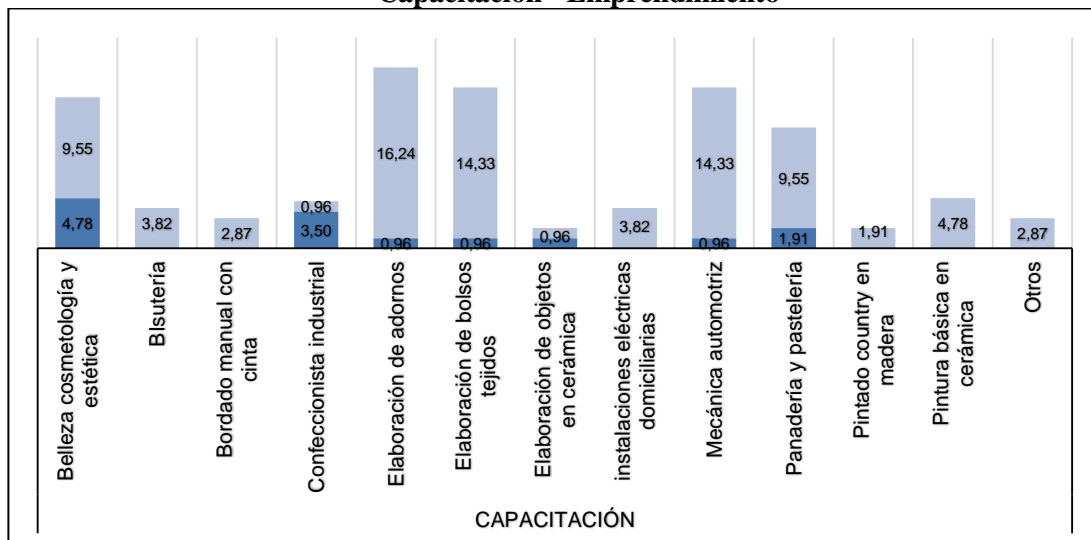
El 45.20% de las personas afirma que el principal limitante al momento de emprender es la falta de recursos económicos, el difícil acceso al financiamiento en las entidades del sector público y las altas tasas de interés del sector privado son factores negativos para el emprendimiento.

La gestión de las Instituciones del Estado aún no es tan efectiva en acciones de comunicación y difusión de su misión; muchas personas no conocen de su existencia y el apoyo que estas proveen a los emprendedores en la ciudad de Tulcán.

El emprendedor necesita de apoyo para poder planificar y poner en marcha su empresa, es necesario ampliar sus conocimientos y el acompañamiento en el inicio de la empresa, aprovechar las ganas de superación, el proceso de transformación de la matriz productiva del país, la inversión del gobierno en emprendimiento y la cooperación institucional, favorecen la generación de empresa.

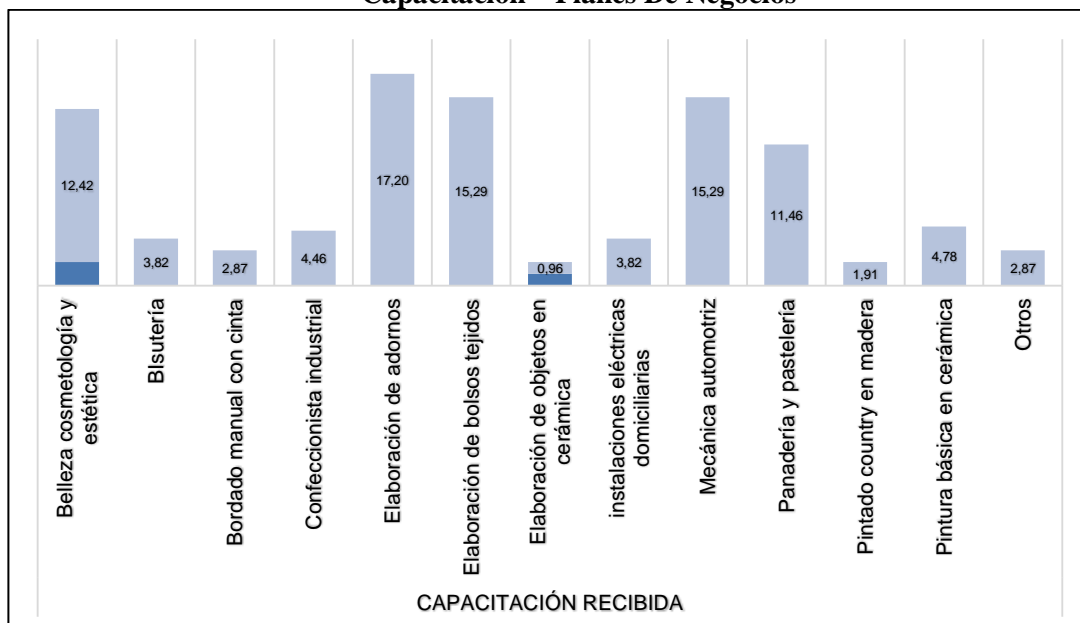
#### 4. Gráficos

**Gráfico N° 01**  
**Capacitación - Emprendimiento**



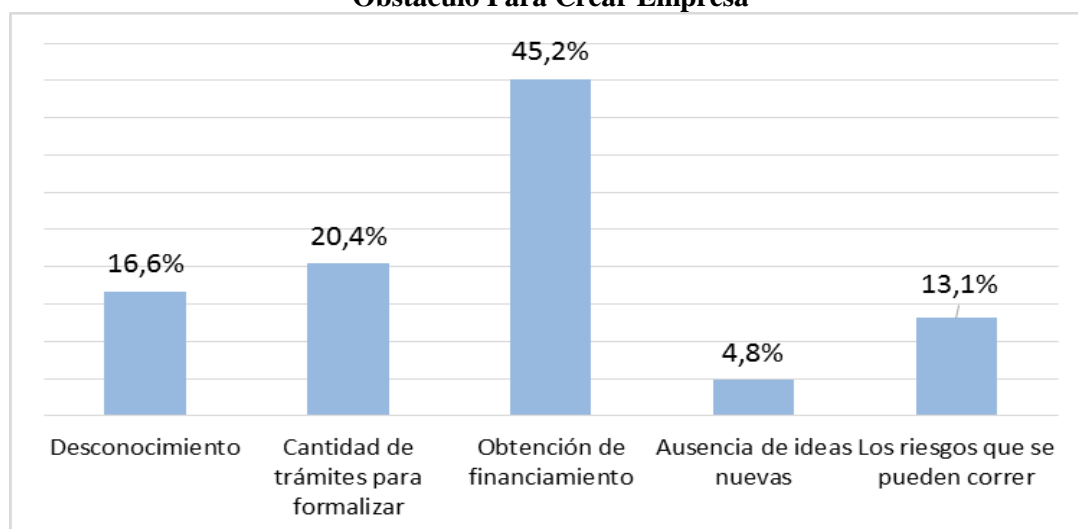
Fuente: Investigación de campo

**Gráfico N° 02**  
**Capacitación – Planes De Negocios**



Fuente: Investigación de campo

**Gráfico N° 03**  
**Obstáculo Para Crear Empresa**



*Fuente: Investigación de campo*

## 5. Tablas

**Tabla 01:**  
**Capacitación – Emprendimiento de Negocio**

		EMPRENDIMIENTO DE NEGOCIO			
		Sí		No	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>CAPACITACIÓN RECIBIDA</b>	Belleza cosmetología y estética	15	4,78	30,00	9,55
	Bisutería	0	0,00	12,00	3,82
	Bordado manual con cinta	0	0,00	9,00	2,87
	Confeccionista industrial	11	3,50	3,00	0,96
	Elaboración de adornos	3	0,96	51,00	16,24
	Elaboración de bolsos tejidos	3	0,96	45,00	14,33
	Elaboración de objetos en cerámica	3	0,96	3,00	0,96
	instalaciones eléctricas domiciliarias	0	0,00	12,00	3,82
	Mecánica automotriz	3	0,96	45,00	14,33
	Panadería y pastelería	6	1,91	30,00	9,55
	Pintado country en madera	0	0,00	6,00	1,91
	Pintura básica en cerámica	0	0,00	15,00	4,78
	Otros	0	0,00	9,00	2,87
	<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>14,00</b>	<b>270,00</b>	<b>86,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo



**Tabla 02**  
**Capacitación – Planes De Negocios**

		DISEÑO PLAN DE NEGOCIOS			
		Si		No	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>CAPACITACIÓN RECIBIDA</b>	Belleza cosmetología y estética	6	1,91	39	12,42
	Bisutería	0	0,00	12	3,82
	Bordado manual con cinta	0	0,00	9	2,87
	Confeccionista industrial	0	0,00	14	4,46
	Elaboración de adornos	0	0,00	54	17,20
	Elaboración de bolsos tejidos	0	0,00	48	15,29
	Elaboración de objetos en cerámica	3	0,96	3	0,96
	instalaciones eléctricas domiciliarias	0	0,00	12	3,82
	Mecánica automotriz	0	0,00	48	15,29
	Panadería y pastelería	0	0,00	36	11,46
	Pintado country en madera	0	0,00	6	1,91
	Pintura básica en cerámica	0	0,00	15	4,78
	Otros	0	0,00	9	2,87
	<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>2,87</b>	<b>305</b>	<b>97,13</b>

Fuente: Investigación de campo

**Tabla N° 03**  
**Obstáculos Para Crear Empresa**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desconocimiento	52	16,6
Cantidad de trámites para formalizar	64	20,4
Obtención de financiamiento	142	45,2
Ausencia de ideas nuevas	15	4,8
Los riesgos que se pueden correr	41	13,1
<b>Total</b>	<b>314</b>	<b>100</b>

Fuente: Investigación de Campo

## 6. Conclusiones

- El SECAP cuenta con una amplia oferta de capacitación, limitada a desarrollar habilidades y destrezas de la mano de obra para la producción de bienes o servicios que son elaborados de manera práctica durante la capacitación.
- La población investigada ha demandado los cursos de capacitación del Sector Social Productivo del SECAP; sin embargo apenas el 14% ha emprendido un negocio.

- Pese a que existe interés por crear empresa, el miedo a asumir riesgos, la falta de recursos, el desconocimiento de la administración y la cantidad de trámites para crear empresa, son los factores más notables, que limitan al emprendimiento.
- El plan de negocios es una herramienta gerencial útil para planificar la organización de una idea de negocio y sin embargo no es utilizada por los emprendedores, una de las razones por desconocimiento.

## 7. Recomendaciones

- El SECAP debería capacitar en áreas de negocio, contables, mercadeo y planes de negocios, a fin de apoyar el proceso de creación y desarrollo de sus negocios.
- Las instituciones del estado deberían integrar su trabajo a fin de crear una red de fortalecimiento del emprendimiento en Tulcán, que acompañe al emprendedor en el proceso de desarrollo de su negocio.

## 7. Bibliografía y Linkografía

Castillo, H. (1999) *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*, p. 5. Extraído el 01 de Agosto, 2014. Disponible:

[http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado\\_arte\\_emprendimiento.pdf](http://www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf)

Documentos Planning (2014). *Publicación Periódica Coleccionable*. [En línea]. Consultado. 22, Julio, 2014: Disponible: [www.planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf](http://www.planning.co/bd/archivos/Abril2004.pdf)

Kantis, Angelelli & Moori (2004) *Desarrollo Emprendedor América Latina y la experiencia internacional* p.22. New York: Banco Interamericano de Desarrollo.

Valera, R. (2001). *Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresa*. [En línea]. Consultado: 20, julio, 2012: Disponible: [http://books.google.com.ec/books?id=RQ\\_4NcwhagQC&pg=PT103&lpg=PT103&dq=albert+shapero&source=bl&ots=RRVF4jUZLU&sig=4V0](http://books.google.com.ec/books?id=RQ_4NcwhagQC&pg=PT103&lpg=PT103&dq=albert+shapero&source=bl&ots=RRVF4jUZLU&sig=4V0)

Weinberger (2009). Plan de Negocios herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. [En línea]. Consultado. 29, junio, 2014: Disponible: [www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)