

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

“POLICÍA NACIONAL”

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

"PROPUESTA DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS PARA EL PERSONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, QUE HA PRESENTADO SU RETIRO VOLUNTARIO DE LA INSTITUCION, LUEGO DE CUMPLIR LOS AÑOS DE SERVICIOS REGLAMENTARIOS"

Informe del trabajo de tesis presentado previo a la obtención del título académico de

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Autor:

Geovanny Manuel Godoy Cueva

Director de Tesis:

MBA Kerwin Eduardo Zumarraga Marroquin

DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO: Febrero del 2009.

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Kerwin Eduardo Zumarraga Marroquin, con C.C. No. 100143576-5, en calidad de tutor del trabajo de Tesis presentado por el señor GEOVANNY MANUEL GODOY CUEVA, para optar por el TÍTULO DE **TECNOLÓGO EN LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, certifico que el trabajo: **“PROPUESTA DE CREACIÓN DE MICROEMPRESAS PARA EL PERSONAL DE LA POLICÍA NACIONAL, QUE HA PRESENTADO SU RETIRO VOLUNTARIO DE LA INSTITUCION, LUEGO DE CUMPLIR LOS AÑOS DE SERVICIOS REGLAMENTARIOS”**, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los días del mes de..... del 2009.

Firma

.....

MBA. Eduardo Zumarraga M.

Catedrático del ISTEPN

C.C. No. 100143576-5

DEDICATORIA

Por haberme dado la vida y ser quienes me han apoyado en todo momento, dedico con mucho amor este trabajo de Tesis a mis Padres, ya que sus enseñanzas y principios siempre han sido mi inspiración en todas las actividades de mi vida; a ellos y mi familia lo mejor de este mundo.

También dedico el presente, a todos aquellos para quienes esta dirigido, ya que será el punto de partida para mejorar el nivel de vida de aquellos que sirvieron a la Sociedad desde las filas de la Institución Policial.

RECONOCIMIENTO

Luego de haber concluido el presente trabajo de investigación, hago expresivo mi reconocimiento y agradecimiento a Dios, por haberme dado la oportunidad de existir y ser parte de una Institución de servicio; a los señores Oficiales, Directivos, Docentes y todos aquellos que en sus diferentes épocas han integrado y han sido parte del Instituto Superior Tecnológico, por haber logrado ante las adversidades, mantenerlo en el sitio que se encuentra y que espero se convierta el sueño anhelado por quienes días mejores para la Policía Nacional, que es la creación de la Universidad Policial, ya que la educación nos hace ser mejores; especialmente a los señores Docentes quienes han aportado desinteresadamente con sus conocimientos para que cada uno de sus alumnos tengan la oportunidad de superarse en el ámbito personal y profesional como Administradores de Empresas.

INDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCION	- 1 -
CAPITULO I.....	- 3 -
1 El Problema	- 3 -
1.1 Planteamiento del problema	- 3 -
1.2 Formulación del problema	- 4 -
1.3 Preguntas directrices.....	- 5 -
1.4 Objetivos	- 5 -
1.4.1 Objetivo General:	- 6 -
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	- 6 -
1.5 Justificación e Importancia:.....	- 6 -
CAPITULO II.....	- 8 -
2 Marco Teórico	- 8 -
2.1 Antecedentes	- 8 -
2.2 Fundamentación Teórica	- 9 -
2.2.1 Características de la Microempresa	- 9 -
2.2.2 Aportes a la Producción Nacional	- 23 -
2.2.3 Ventajas y desventajas de la microempresa	- 28 -
2.2.3.1 Ventajas.....	- 28 -
2.2.3.2 Desventajas	- 31 -
2.2.4 Clases o tipos de microempresas.....	- 33 -
2.2.4.1 Microempresas de Subsistencia.....	- 33 -
2.2.4.2 Microempresas de Acumulación Simple	- 35 -

2.2.4.3	Microempresas de Acumulación Ampliada	- 35 -
2.3	Definición de Términos Técnicos.....	- 36 -
2.4	Fundamentación Legal.....	- 54 -
2.4.1.	Como crear y hacer funcionar una microempresa	- 54 -
2.4.1.1	Requisitos	- 55 -
2.4.1.2	El estatuto y su aprobación	- 56 -
2.4.1.3	Registro de la directiva	- 57 -
2.4.1.4	Ingreso y separación de socios.....	- 58 -
2.4.1.5	Causales de la disolución.....	- 59 -
2.4.1.6	Informe.....	- 59 -
2.4.1.7	Reglas generales	- 60 -
2.4.1.8	Disposiciones generales.....	- 62 -
2.4.2	Marco legal para microempresas por cuenta propia	- 64 -
2.4.2.1	Manufactureras.....	- 64 -
2.4.2.2	Comerciales.....	- 64 -
2.4.2.3	Servicios.....	- 64 -
2.4.2.4	Manejo financiero	- 65 -
2.5	Caracterización de las variables.....	- 65 -
2.5.1	Variables.....	- 65 -
2.5.1.1	Variables dependientes:	- 67 -
2.5.1.2	Variables independientes:.....	- 68 -
2.5.1.3	Tipos de variables manejadas en la investigación.....	- 68 -
CAPITULO III	- 70 -
3.	Metodología.....	- 70 -

3.1	Diseño de la investigación	- 70 -
3.2	Población y muestra	- 71 -
3.2.1	Población.	- 71 -
3.2.2	Muestra.	- 72 -
3.3	Operacionalización de las Variables.	- 73 -
3.3.1	Operacionalizar.	- 73 -
3.3.2	Indicadores	- 74 -
3.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	- 75 -
CAPITULO IV		- 77 -
4	Procesamiento de datos y análisis de resultados	- 77 -
4.1	Procesamiento de Datos	- 77 -
4.2	Análisis de resultados	- 77 -
4.2.1	Perfil del personal policial encuestado:	- 77 -
4.2.2	Aspiraciones de los encuestados	- 79 -
4.2.3	Requerimientos para poner un negocio	- 80 -
4.2.4	Actividades económicas que realizarían	- 81 -
4.2.5	Apoyo institucional en capacitación y asesoría para su retiro	- 82 -
4.2.6	Experiencia laboral para generar autoempleo, inserción laboral e ingresos	- 83 -
4.2.7	Expectativas de mejoramiento de condiciones de vida futura	- 84 -
CAPITULO V		- 85 -
5	Conclusiones y recomendaciones	- 85 -

5.1	Conclusiones	- 85 -
5.1.1	En cuanto al diagnóstico realizado:.....	- 86 -
5.1.2	Sobre la propuesta de crear microempresas:	- 88 -
5.1.3	Sobre la propuesta de capacitación:.....	- 89 -
5.1.4	Sobre los factores de éxito:.....	- 89 -
5.2	Recomendaciones	- 90 -
CAPITULO VI.....		- 92 -
6	La Propuesta	- 92 -
6.1	Formulación de la propuesta.....	- 92 -
6.1.1	Objetivo	- 92 -
6.1.2	Propuesta de capacitación aplicarse.	- 92 -
6.1.3	Pasos para la creación de la Microempresa (síntesis) ...	- 98 -
6.1.4	Condiciones y factores de éxito	- 100 -
6.1.5	Descripción de la Unidad de Gestión que se encargara de Implantar la Propuesta	- 100 -
6.1.5.1	Dirección Nacional Educación de la Policía Nacional	-101-
Referencias.....		- 104 -
Bibliográficas		- 104 -
Net grafia.....		- 106 -
Anexos		- 106 -
A.	Formulario de Encuesta.....	- 106 -

INDICE DE CUADROS

CUADRO No. 01	- 68 -
Matriz de Caracterización de las variables investigadas	- 68 -
CUADRO No. 02	- 71 -
Metodología de la Investigación	- 71 -
CUADRO No. 03	- 77 -
Edad promedio de los encuestados	- 77 -
CUADRO No. 04	- 98 -
Cronograma de implantación de la propuesta	- 98 -
CUADRO No. 05	- 98 -
Matriz de Operatividad de la Microempresa	- 98 -

INDICE DE GRAFICAS

GRAFICO N° 01	- 26 -
Tipo de Microempresas en el Ecuador	- 26 -
GRAFICO N° 02	- 27 -
Principales Actividades Microempresariales en el Ecuador	- 27 -
GRAFICO N° 03	- 27 -
Representatividad del Genero en la Microempresa	- 27 -
GRAFICO No. 04	- 72 -
Distribución de la Población	- 72 -

GRAFICO No. 05	- 78 -
Edad promedio de los encuestados	- 78 -
GRAFICO No. 06	- 79 -
Aspiraciones de los encuestados	- 79 -
GRAFICO No. 07	- 80 -
Requerimientos para iniciar un negocio	- 80 -
GRAFICO No. 08	- 81 -
Actividad económica	- 81 -
GRAFICO No. 09	- 82 -
Apoyo Institucional	- 82 -
GRAFICO No. 10	- 83 -
Experiencia Laboral	- 83 -
GRAFICO No. 11	- 84 -
Expectativas para mejorar condiciones de vida	- 84 -
GRAFICO No. 12	- 103 -
Organigrama estructural de la Dirección Nacional de Educación	- 103 -

INTRODUCCION

El presente trabajo denominado "Propuesta de creación de microempresas para el personal de la Policía Nacional, que ha presentado su retiro voluntario de la Institución, luego de cumplir los años de servicios reglamentarios"; tiene el propósito de formular una posible propuesta de creación de microempresas para que el personal policial, aplique herramientas administrativas que le permitan generar autoempleo, inserción laboral y el mejoramiento de sus condiciones de vida.

En este contexto se ha desarrollado un proceso investigativo basado en la problemática manifestada, en la situación ocupacional que se encuentra el policía una vez que concluye su vida activa dentro de las filas policiales, lo que permitió caracterizar y operativizar las variables relacionadas con la problemática abordada, determinar de esta manera el método de investigación, realizar el respectivo análisis y síntesis de la información obtenida de fuentes secundarias, especialmente en el desarrollo del marco teórico sobre la situación de la microempresa en el Ecuador y la determinación del marco referencial y conceptual; y, de fuentes primarias, a través de la aplicación de una encuesta elaborada con base a preguntas objetivas aplicada al personal de Sargentos Primeros y Suboficiales de las diferentes unidades policiales de la ciudad de Quito, que son el potencial humano que tiene interés en jubilarse o separarse de la Institución policial, lo que permitió realizar el diagnóstico de las competencias y expectativas del personal policial, para luego con base a los

resultados obtenidos diseñar una propuesta de creación de microempresas asociadas e individuales, estableciendo el marco legal, organizacional, comercial y principalmente la formulación de una propuesta de programa de capacitación que se sugiere debe ser implantada por la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional.

El aporte a la solución del problema identificado, dependerá del apoyo que los mandos policiales sepan dar a la propuesta, para ello se formulan ciertos factores de éxito que considero son necesarios para su implantación.

CAPITULO I

1 El Problema

1.1 Planteamiento del problema

El personal de señores Clases de la Policía Nacional, luego de haber cumplido su tiempo de servicio reglamentario en la Institución, una vez que concluye su vida profesional, no tienen alternativas de inserción laboral, lo que genera un deterioro en las condiciones de vida personal y de las familias, esto induce a que la institucional policial formule propuestas viables tomando como referencia el perfil ocupacional con que cuentan.

Actualmente los miembros de la Policía Nacional, que pueden solicitar su separación voluntaria con derecho a su cesantía, son aquellos que han cumplido mas de 20 años en la Institución, es decir, los que ostentan los siguientes grados: Sargento Primero, Suboficial Segundo, Suboficial Primero y Suboficial Mayor.

Debido a la edad con la que cuentan al salir de la Institución y a la falta de conocimientos, es difícil que puedan insertarse laboralmente en la sociedad, ya que en esta existe gran cantidad de profesionales jóvenes con un elevado nivel de preparación.

Una de las alternativas que se propone para la inserción laboral y generación de autoempleo es la creación de microempresas individuales o asociadas, por cuanto son de fácil conformación, administración y manejo; y, actualmente constituyen uno de los principales eslabones de las empresas manufactureras, comerciales y de prestación de servicios.

Con base en esta breve descripción del problema a continuación se describe las razones del porque la microempresa es una opción viable y viable:

1.2 Formulación del problema

La situación descrita en el problema, nos lleva a formular la siguiente interrogante que en el desarrollo de la investigación lo discerniré:

¿La Policía Nacional, como Institución de Servicio Público, contribuye al bienestar del policía que se retira de la Institución; brindando capacitación, asesoramiento técnico y comercial, para que continúen en la vida civil con un nivel de vida digno en el ámbito personal y familiar?

Actualmente el miembro de la Policía Nacional que se retira y se constituye en servicio pasivo, no cuenta con una visión clara de lo que la vida civil le tiene preparada, ya que para ingresar a la Institución, uno de los requisitos era el de ser bachiller y durante su permanencia en la misma, la Institución lo ha capacitado en base a los requerimientos relacionados a cumplir la función de

Policía Nacional; más no como para poder competir con aquellos profesionales que tienen una preparación distinta, alcanzada en los diferentes centros de educación superior, existiendo pues gran cantidad de profesionales a lo que se suma el alto nivel de desempleo que existe.

1.3 Preguntas directrices

¿Existe un programa de capacitación o entrenamiento ocupacional que dote de conocimientos, habilidades, destrezas y valores para el personal de clases?

¿La conformación de microempresas es una opción de fácil acceso, aplicación, que genera autoempleo e inserción laboral en el corto plazo?

¿El personal que sale de las filas policiales, debería ser debidamente capacitado para emprender un negocio en donde existe alto riesgo, competencia e incertidumbre?

Estas interrogantes inducen a plantear un proceso de investigación que dilucide las interrogantes planteadas

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General:

Formular una propuesta de creación de microempresas para que el personal policial en proceso de separación de la Institución, aplique herramientas administrativas que le permitan generar autoempleo, inserción laboral y el mejoramiento de sus condiciones de vida.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Realizar el diagnóstico de las competencias y expectativas del personal policial.
- Diseñar una propuesta general para la creación de microempresas
- Formular factores de éxito para su implantación

1.5 Justificación e Importancia:

La Policía Nacional, exige como requisito básico a los postulantes que desean ingresar a sus filas y ser parte de ella, que hayan aprobado el sexto año de colegio, es decir que hayan culminado sus estudios secundarios y hayan obtenido el Título de Bachiller.

Después de un riguroso proceso de selección, los jóvenes bachilleres que han aprobado dicho proceso, ingresan a la Institución en la que reciben una educación, formación y preparación acorde a lo que será el desempeño en su vida profesional como miembros de la Policía Nacional.

Luego de una vida de entrega y servicio a la comunidad, los miembros de la Policía Nacional, salen a desarrollar sus propias actividades y a desenvolverse en la sociedad como personas civiles, que en la mayoría de casos, no tienen un horizonte definido, no saben en que ocupar su tiempo y lo que es peor, que hacer con el monto de su cesantía, constituyéndose en entes pasivos que no aportan al desarrollo de la sociedad.

Relativamente son personas adultas pero con la suficiente capacidad y predisposición para continuar siendo el eje económico de sus familias; pero por la falta de conocimientos distintos, se ven limitados a desarrollar una actividad que les genere ingresos, gastando aquel capital producto de su cesantía y engrosando las estadísticas de desempleo.

CAPITULO II

2 Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Uno de los principales problemas que tiene la población económicamente activa del país es la falta de inversión por parte de las empresas nacionales y transnacionales, ante la falta de políticas que garanticen la inversión, crisis de gobernabilidad, un marco jurídico laboral que no favorece la estabilidad empresarial, un sector financiero débil que oferta capital a tasas de interés activas elevadas han sido factores que han contribuido a la falta de oportunidades de inserción laboral que en el año 2004 llego al 11.1% de desempleo abierto y aproximadamente el 42.6% de trabajadores informales o subempleados, quedando como alternativa la generación de autoempleo a través de unidades microempresariales. Sin embargo de ello esta alternativa no ha sido válida para ciertos microempresarios por ausencia de políticas gubernamentales que fomenten la gestión microempresarial a través de capacitación, asesoría técnica, asesoría legal y crédito.

A lo dicho anteriormente, la microempresa es un medio efectivo para fomentar el desarrollo social y económico del país, ya que constituye la principal fuente de generación de empleos y representa más del 97% de los establecimientos, que aportan cerca del 50% de los empleos.

En el país existen distintas instituciones encargadas de fomentar esta actividad entre las principales se encuentra el Instituto de Estudios Sociales y Tecnológicos (INSOTEC), Corporación Financiera Nacional (CFN), Organizaciones no Gubernamentales y ciertos bancos privados.

En este contexto, surge la necesidad de formular una propuesta que sea operable y sustentable, la creación de microempresas ya sean: productivas, comerciales o de servicios, es una alternativa válida en el que la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas en áreas ocupacionales, asesoría técnica y de gestión administrativa financiera son fundamentales para alcanzar los objetivos propuestos. En esta perspectiva a continuación se presenta el desarrollo de esta formulación operativa.

Para ello a continuación se describe el marco teórico de la microempresa en el Ecuador

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Características de la Microempresa

A la microempresa en el Ecuador, se le ha considerado como unidades económicas que operan con mayor o menor grado de organización y que utilizan conocimientos y recursos para elaborar productos o prestar servicios.

La presencia de este tipo de empresas es muy importante, por su participación en la generación de empleo y de valor agregado y por la posibilidad que tienen de evolucionar hacia empresas mayores, por lo cual muchos gobiernos han desarrollado programas especializados para su apoyo y fomento.

La Fundación Avanzar que opera en Quito analiza a la microempresa desde su creación, formalización y legalización considerándola como una constante en la actividad productiva del país.

“La parte mayoritaria de la población económicamente activa, siempre ha estado desarrollando actividades artesanales, comercio minorista y producción agrícola en minifundios. La actividad microempresarial es la que aporta con el 70% del valor agregado bruto nacional.¹

El Instituto de Estudios Sociales y Tecnológicos INSOTEC define a la microempresa como “una unidad de negocios que tiene como misión generar ingresos que aseguren su subsistencia y satisfaga necesidades de los clientes”.

El análisis microempresarial que realiza va enfocado a desarrollar programas de asistencia técnica necesarios para la sobrevivencia de la microempresa en el Ecuador, a la vez que sugiere la articulación de la capacitación y el crédito para alcanzar niveles de productividad y competitividad.

¹ L. TORRES (1997) *La microempresa, Creación, Formalización y Legalización Fundación Avanzar*. Quito: América.

Mariño en su obra 500 ideas de negocios establece a la microempresa como

*“una unidad que se dedica a la producción , comercialización u oferta de servicios con un capital propio y una estructura organizacional simple que cumple un papel muy importante en la cadena de interdependencia entre la pequeña y gran industria, formula los procesos de gestión básicos de constitución, operatividad y administración financiera de la microempresa pone énfasis en que es de fundamental importancia efectuar un estudio de mercado con el fin de establecer demanda potencial y principalmente identificar las necesidades insatisfechas lo que permitirá llegar con efectividad a los segmentos de mercado que acuden a esta unidades”.*²

Una discusión importante, presente en todos los estudios o investigaciones sobre pequeños negocios –pequeñas empresas y microempresas–, es sobre la definición del tamaño de los mismos. Existen criterios convencionales, tales como el número de empleados y el valor de las ventas denominadas –medidas absolutas–, o la participación en el mercado y el valor de la producción –medidas relativas–; o la conformación multivariante de factores donde se mezclan el desarrollo tecnológico o tecnología alcanzada y las innovaciones logradas y su focalización –medidas mixtas–. Todos ellos son insuficientes y los mismos índices basados en el capital social y las inversiones en activos fijos y ventas no permiten el establecimiento de categorías analíticas

² W. MARÍÑO (2001) *500 Ideas de Negocios No Tradicionales y como ponerlas en práctica*. Quito:Andaluz.p.3

adecuadas, ya que tienen poca confiabilidad por la tendencia natural del empresario de no dar información acorde con la realidad de su negocio. Además, los efectos de inflación y devaluación dificultan los análisis y comparaciones de datos.

El empleo de otra combinación de variables, como la posición en el mercado, el acceso al crédito financiero, el número de empleados y la relativa división del trabajo, a modo de ejemplo, no ayuda mucho, pues se basa en conceptos vagos, lo cual lleva a que se privilegien los índices contables, que varían de país a país dependiendo de la asignación específica dada a las referidas variables como guías en el diseño de programas de apoyo.

La definición de tamaño, basada en el indicador del número de empleos, tiene implícita la premisa o su asociación a la generación de un valor agregado. Pero la concepción de valor agregado depende de muchos factores, como la composición del capital, las inversiones generadoras de cambio técnico, etcétera, lo que puede llevar a clasificar empresas intensivas en capital en la misma categoría que empresas definidas como tradicionales o intensivas en mano de obra.

Para nuestro estudio adoptaremos el criterio de Fundación Avanzar; que conceptualiza a la microempresa como

“la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos éticos y sociales. Su capital

no supera los \$ 25.000 dólares y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”³

En cuanto a las características generales del sector microempresarial, la microempresa en el Ecuador tiene características únicas derivadas de una estructura organizacional, producción, nivel tecnológico y mercado que se articula con la gran empresa y que se sintetizan en las siguientes:

❖ ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

La microempresa en lo referente a su organización y recursos humanos tienen las siguientes características que se derivan de su baja inversión y tamaño de personal ocupado y que se resume en las siguientes:

- Pertenecientes a un solo dueño o con pequeñas participaciones
- Escasa división del Trabajo.
- Poca capacidad administrativa
- Baja presencia en estadísticas oficiales
- Bajos salarios
- Bajos niveles de vida
- Poca capacitación

³ L. TORRES (1997) *La microempresa, Creación, Formalización y Legalización* Fundación Avanzar. Quito: América.

❖ PRODUCCION Y TECNOLOGIA

La microempresa en lo que se refiere a la producción y tecnología tiene las siguientes características.

- Uso de mano de obra intensiva (en lugar de capital) como el factor primordial de producción.
- Limitadas escalas de producción
- Utilización de tecnologías tradicionales
- Limitadas posibilidades de expansión
- Bajos requerimientos de destreza y conocimientos
- Baja productividad
- Mano de obra poco calificada
- Baja calidad de producción

❖ MERCADO

En lo que se refiere al mercado se ha observado las siguientes características:

- Colocación de productos en mercados locales muy cercanos
- Dificultades para ingresar a otros mercados

- No uso de intermediarios para la comercialización (70% de las empresas manufactureras no lo usan).

❖ FINANCIAMIENTO

Desde el punto de vista del financiamiento los principales aspectos que caracterizan a la microempresa tenemos los siguientes:

- Limitado acceso a crédito formal
- Falta de capital de trabajo y financiamiento para adquisición y expansión de activos fijos
- Bajos ingresos
- Escasa capacidad de ahorro y de inversión
- Acuden a fuentes informales de financiamiento.

Con estos antecedentes y de la investigación realizada sobre la experiencia de los microempresarios se desprenden una serie de características adicionales que se resumen en los siguientes:

❖ CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD O CONTROL OPERATIVO EN UNO O EN UNOS POCOS INDIVIDUOS.

En este tipo de empresas, la influencia de los accionistas es más significativa, considerando que los mismos ejercen posiciones tales

como Directores y Gerentes con amplios poderes de decisión, generalmente son renuentes a aceptar inversiones de otras personas en su negocio, ya que si lo permitiesen, disminuirían su dominio empresarial.

❖ CAPITAL DE OPERACIÓN CON RECURSOS PROPIOS

En la mayoría de empresas pequeñas y debido a la falta de financiamiento en su momento inicial, el capital de inversión y de operación pertenece a su dueño, quién arriesga sus propios recursos para que su empresa pueda operar en el mercado.

Justamente, el origen de las microempresas en su mayoría se debe a profundas reestructuraciones en las economías de los países que nacen por la necesidad de los sectores urbanos de menor poder económico, excluidos del empleo, por obtener ingresos que les permitieran , cuando menos, asegurar ciertas necesidades básicas. En tanto que las empresas tradicionales se originan en la búsqueda de lucro, lo que es posible a partir de la acumulación o el ahorro sin arriesgar el capital propio.

Si la microempresa está en el estrato moderno que contempla los negocios pertenecientes a ramas propiamente modernas o con amplia generación de excedente, división estructural del trabajo y

empleo de mano de obra calificada y bien remunerada, tiene grandes ventajas de penetración en las economías de los países. Son sujetos a acceso a servicios de desarrollo empresarial y financieros y una mayor articulación con empresas de más escala, pueden ser competitivas y hasta llegar a mercados internacionales.

Si la microempresa está en estratos de baja productividad con poca capitalización, condiciones de trabajo inadecuadas, trabajadores poco capacitados con salarios muy bajos y un acceso limitado a los mercados locales, las ventajas son menores a no ser que se aplique la ayuda de programas de fomento microempresarial, tanto del sector gubernamental, privado o de la cooperación internacional.

❖ EMPRESA DE TIPO FAMILIAR

Las microempresas familiares se caracterizan porque la mano de obra es aportada por los miembros de la familia. Entendida como la acción de emprendimiento permanente para reproducirse y sobrevivir, generalmente en condiciones de desventaja, cuyo principal capital es la capacidad de trabajo de sus miembros, su esfuerzo para mantenerse a pesar de múltiples diversidades y su necesidad de encontrar alternativas y oportunidades para una mayor retribución en su ingreso y calidad de vida en su propio ámbito.

El dueño y su familia manejan el negocio, por lo tanto no existe un concepto generalizado de sociedad; utilizan procesos de producción intensivos en mano de obra no calificada con poco capital de trabajo. Este grupo de empresas obtiene sus remuneraciones principalmente de los servicios que ofrecen y evitan el pago de sus obligaciones con el objetivo de que sus negocios generen algún tipo de beneficio o ganancia.

❖ LIMITADA DIVISIÓN DE TAREAS

En estas empresas el propietario efectúa todas las tareas operativas, contabilidad, ventas, producción, ya que no se dispone de los recursos necesarios para contratar personal especializado en todas las áreas que componen una empresa. El gerente, al verse involucrado puede dedicarse a tareas básicas como es la planificación a corto, mediano, largo plazo y a la organización de la compañía.

❖ GERENCIA CON UN GRAN PODER DE DECISIÓN, DINAMISMO Y CREATIVIDAD, PERO CON CIERTAS LIMITACIONES.

Incorporando estos elementos a la definición de microempresa, debemos señalar que el concepto y el origen de estas pequeñas

unidades productivas en los países en desarrollo y por ende en países en vías de desarrollo como el nuestro, está siendo transformado al menos en forma parcial por los adelantos tecnológicos y el desarrollo empresarial; éste último entendido como el proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Sin embargo, la microempresa no maneja aún estos conceptos lo que ocasiona ciertas limitantes en su operación.

Es así como se citan a continuación ciertas características actuales en las que se desenvuelve este sector productivo:

- Un carácter personalizado para toda la Administración.
- Un alto espíritu empresarial de decisión, dinamismo y creatividad.
- La centralización de la toma de decisiones en el propietario/gerente sin la participación de otras personas
- La inexistencia de una gerencia intermedia, que facilite que la gerencia posea considerable libertad en la conducción de un negocio y pueda manejar en forma eficiente todas las funciones gerenciales.
- La ausencia de procedimientos formales de autorización.

- Dificultades en la delegación de funciones rutinarias
 - Falta de experiencia en el área financiera, impositiva y contable.
- ❖ ALTA DEPENDENCIA DE FACTORES EXTERNOS INCONTROLABLES.

Una empresa pequeña formada por una sola unidad operativa, en la que su venta es de un número limitado de artículos, se ve afectada por factores externos entre ellos tenemos:

- Cambios en las condiciones de la economía local, de la cual la empresa depende significativamente.
 - La decisión de un único cliente o proveedor.
 - La acción de la competencia.
 - Cambios Tecnológicos.
 - Las características de la fuerza laboral: niveles de rotación, ética, demandas laborales, leyes, etc.
 - Acción de las autoridades locales.
- ❖ ESCASEZ DE RECURSOS FINANCIEROS.

La gran mayoría de pequeñas empresas carecen de métodos de comercialización, de técnicas financieras o recursos administrativos,

el microempresario desconoce las fuentes de financiamiento a largo plazo.

A medida que la empresa crece se superan estos problemas ya que la empresa adquiere madurez y es cuando su situación financiera constituye uno de los principales pasos en la determinación de la estrategia empresarial y en el manejo de sus actividades diarias.

Hay casos en los que un inadecuado manejo puede ocasionar pérdidas irreparables y que el margen de error suele ser pequeño.

❖ SISTEMAS DE INFORMACIÓN SIN COMPLEJIDADES

*“Un sistema de información es un conjunto formal de procesos que, operando sobre una colección de datos estructurada según las necesidades de la empresa, recopilan, elaboran y distribuyen la información o parte de ella, necesaria para las operaciones de dicha empresa y para las actividades de dirección y control; las correspondientes decisiones para desempeñar su actividad de acuerdo a su estrategia de negocio”.*⁴

⁴ BIBLIOTECA SISTEMA DE INFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA EN AMÉRICA CENTRAL. (2005).
[<http://www.sipromicro.com/index.php?module=PostCalendar.html>],
Características, problemática e importancia de la Microempresa y la Pequeña Empresa en el sector informal de la Economía.

En una microempresa los sistemas de información tienen las siguientes características:

- Sencillos: presentan un reducido número de tipos de operación.
- Simplificados: disponen de un mínimo posible de etapas de un procedimiento.
- Informales: presentan escasa documentación, confiando en el conocimiento acumulado de las personas involucradas.
- Centralizados: sólo involucran a un número reducido de personas.
- De baja prioridad: no se los considera de mayor importancia, dando prioridad a la experiencia y a las funciones de ventas y comercialización.
- De cambios rápidos: son ágiles, flexibles y dinámicos en respuesta al cambio de dirección de la empresa y al crecimiento en la dimensión y complejidad de ésta.

❖ VENTAS EN MERCADO LOCAL

Las empresas pequeñas se dedican únicamente al mercado local, efectúan sus actividades en el mismo sector geográfico. Son muy pocas las empresas que se dedican al comercio regional e internacional.

❖ EXCESIVA COMPETENCIA

En el mercado en que se desenvuelven estas empresas existen muchas empresas del mismo ramo y lo que las hace excesivamente competitivas provocando la guerra de precios, promociones, descuentos con la idea principal de ganar a los más inmediatos competidores; por lo que ninguna empresa tiene el control sobre el mercado.

2.2.2 Aportes a la Producción Nacional

Según la Fundación José Peralta en su obra Ecuador su realidad, “la microempresa se caracteriza por tener entre cuatro y nueve empleados”.

Lamentablemente en el Ecuador no existe una estadística exacta de cuánto aportan las microempresas a la economía nacional, pero si se considera el criterio de ventas, las microempresas aportan con el 54% del Producto Interno Bruto (año 2004), por otro lado se estima que emplean alrededor del 27% de la población económicamente activa. Vale señalar que estas cifras corresponden a las empresas que operan de manera oficial, pues considerando que un amplio grupo de unidades productivas se mantienen en la economía informal, la magnitud de la microempresa en sí dentro de la economía puede ser más significativa

Al sector contribuyen con más de 2 millones y medio de puestos de empleo. Esta situación se debe a la reducción de la grande y mediana empresa por

razón de la recesión económica por la que el país atraviesa. Así que, si bien aumenta relativamente la importancia del sector es más bien por el reflejo de la crisis.

Es un sector importante y crece constantemente, el 35% de las microempresas pertenecen a mujeres y el 45% del total se dedican a actividades comerciales que son las que requieren menor inversión.

El 85% de las microempresas son de subsistencia, es decir, son aquellas que tienen entre uno y dos empleados y sirven para redondear los ingresos familiares. El 15% corresponde a microempresas de acumulación que tienen entre cuatro y nueve trabajadores.

“Las actividades a las que se dedican las microempresas son; 45% al comercio, 20% a servicios, 15% a la industria, el 8% al transporte y el 12% a otros sectores. Solamente uno de cada 20 microempresarios tienen acceso al crédito; por lo que podemos afirmar que este es un sector que solamente permite la sobre vivencia de las familias”⁵.

Las ventajas competitivas de estas unidades se asocian con la flexibilidad administrativa que tienen para cubrir mercados, diseñar productos y atender las relaciones del personal empleado. También es conocida su ventaja competitiva de no poseer una estructura burocrática, que le permite la atención personalizada a los clientes y la creación de un clima de innovación dentro de la empresa.

⁵ INVESTIGACION EKOS .(2004). **“PYMES El pilar oculto de la economía”**. *Ekos Economía y Negocios*. Volumen 126, p. 16-22

Pero así como existen ventajas, también tienen desventajas competitivas, siendo las más importantes la inhabilidad para adquirir recursos económicos, el atraso tecnológico, el desarrollo de una curva de aprendizaje costosa y un futuro incierto asociado con una alta mortalidad.

Estudios dedicados a empresas de este tamaño muestran que entre las posibles causas de fracaso están la falta de experiencia empresarial de los propietarios, el capital insuficiente, la falta de registros contables, una nula administración de inventarios, la deficiente ubicación física de las instalaciones, el ánimo de subsistencia familiar, la baja proyección estratégica, la actuación en mercados saturados, los bajos niveles de calidad, la visión de negocio local, su baja capacidad de exportación y la poca integración a cadenas productivas.

En cuanto a la organización del trabajo, por ejemplo, en las empresas grandes las tareas pueden ser programadas y subdivididas según las diferentes fases del proceso productivo y hay rendimiento de la maquinaria y de los operarios. En cambio, en un negocio pequeño las máquinas y herramientas son de uso genérico y no especializado y lo mismo puede decirse de los operarios.

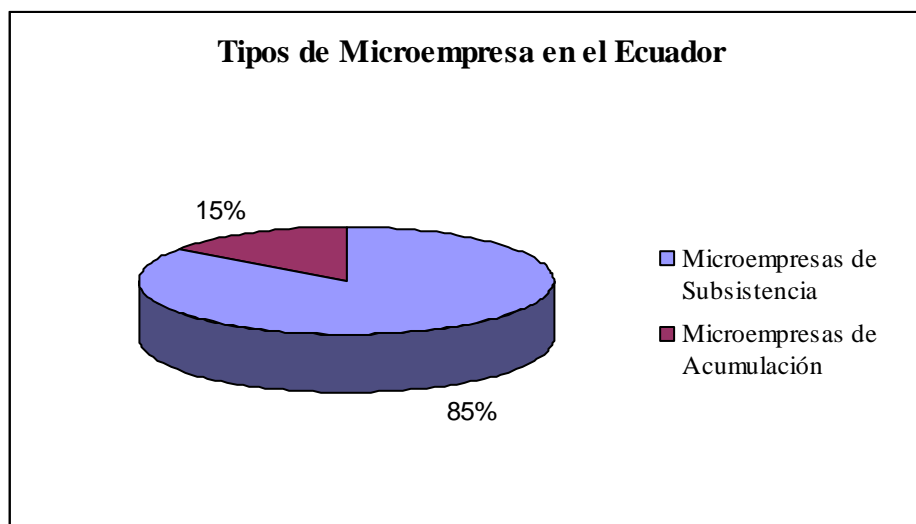
La tendencia a instalar maquinaria y equipamiento de mayor complejidad no puede ser imitada por el pequeño empresario, lo cual lo lleva a la marginalidad del mercado. Así mismo, las empresas grandes tienen ventaja sobre las pequeñas al poder utilizar operarios especializados para funciones específicas de agregación de valor. Estos grados de especialización son llevados a los niveles administrativos y de organización, donde ya existe una especialización del trabajo definida y armónica.

En las microempresas, los propietarios o gerentes empresarios deben cuidar de las tareas rutinarias para asegurar la sobre vivencia de su negocio; caso contrario al de los grandes, donde los empresarios dedican tiempo a los proyectos de modernización y expansión de las operaciones.

Las empresas grandes aumentan sus ventajas en el área de la mercadotecnia, ya que pueden comprar y despachar grandes lotes y lograr economías en el transporte, invertir en publicidad y promociones y mejorar la imagen de la empresa o de las marcas de sus productos, aspectos que no pueden realizar los pequeños negocios.

GRAFICO N° 01

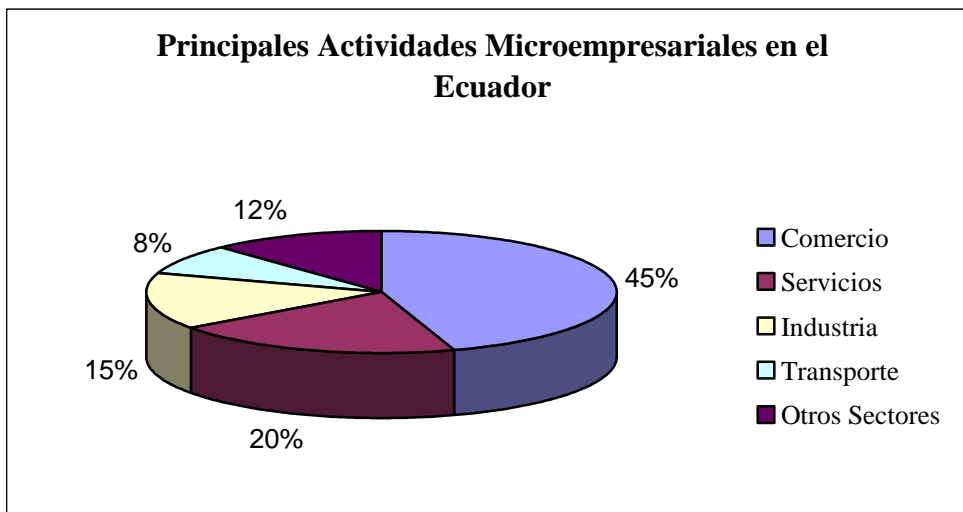
Tipo de Microempresas en el Ecuador



Fuente: Revista EKOS, Octubre 2004 "PYMES El pilar oculto de la economía"

GRAFICO Nº 02

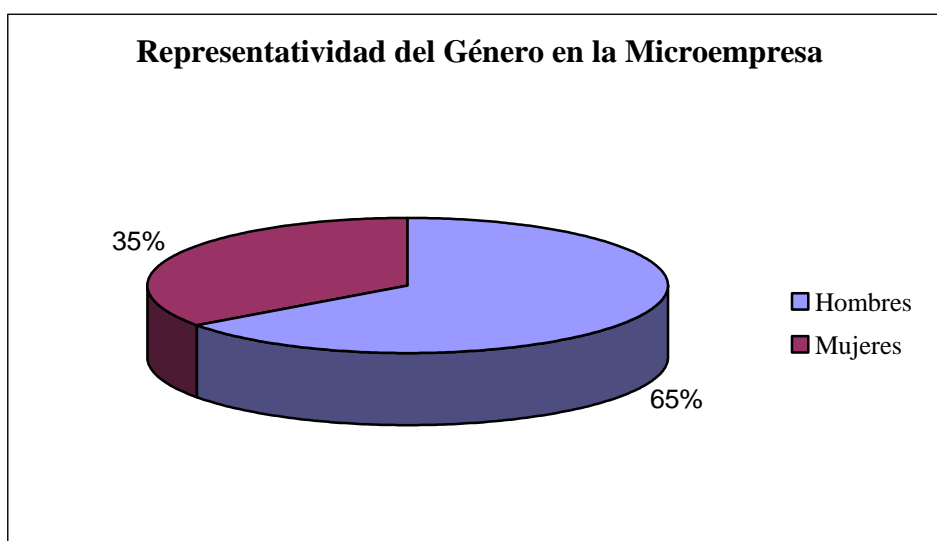
Principales Actividades Microempresariales en el Ecuador



Fuente: Revista EKOS, Octubre 2004 "PYMES El pilar oculto de la economía"

GRAFICO Nº 03

Representatividad del Género en la Microempresa



Fuente: Revista EKOS, Octubre 2004 "PYMES El pilar oculto de la economía"

2.2.3 Ventajas y desventajas de la microempresa

2.2.3.1 Ventajas

Una empresa propia tiene gran variedad de ventajas producto de su tamaño y autonomía. Entre las principales ventajas que se pueden mencionar, se encuentran las siguientes:

❖ LÍNEAS DE COMUNICACIÓN CORTAS Y DIRECTAS.

En este tipo de empresas existe un contacto directo y personal entre el empresario y los pocos empleados existentes lo cual hace posible que exista una comunicación directa entre ellos, sea para dar o recibir órdenes o para discutir asuntos operativos del negocio.

Esta situación facilita la toma oportuna e inmediata de decisiones y a su vez, evita los problemas de comunicación existentes en una empresa grande; consecuentemente, los mensajes lleguen a su destino sin ningún inconveniente.

Por otro lado, al existir una comunicación directa entre el empresario y sus empleados, se origina una interacción entre los mismos. De esta manera, el gerente puede conocer las necesidades y metas de sus subordinados y a la

vez, éstos puedan llegar a conocer y entender más profundamente los objetivos de los primeros.

❖ LA GANANCIA COMO SALARIO.

La ventaja de tener una empresa propia se evidencia fundamentalmente en los beneficios directos que traen consigo las actividades microempresariales a los dueños y sus familias. Como resultado de esto el empresario se ve motivado a maximizar sus utilidades a través de la implementación de una serie de políticas y estrategias adecuadas que permitan mayores ingresos y solvencia económica.

❖ CONTACTO DIRECTO CON LOS CLIENTES.

La empresa propia ofrece la posibilidad de entablar un contacto directo entre el empresario y sus clientes. Por lo tanto, los clientes pueden ser objeto de un servicio mejor y personalizado a través de atenciones y consideraciones especiales.

De esta manera, los clientes sabrán reconocer estos esfuerzos y al sentirse halagados, continuarán efectuando sus compras en la empresa. Por otro lado, el empresario puede recibir sus quejas con el mayor agrado y de esta manera, conocer y satisfacer sus necesidades.

❖ DECISIONES RÁPIDAS

Dada la pequeña magnitud de la empresa, los pocos niveles de mando existentes y el poder concentrado en el empresario; este conoce a cabalidad el más mínimo detalle de lo que sucede en la empresa y puede adoptar las decisiones que desee sin tener que rendir cuentas a nadie, en un momento oportuno y con la rapidez necesaria, más aún si el tiempo es un factor de vital importancia en una circunstancia determinada. Este hecho no sucede en las empresas grandes ya que existen muchos órganos jerárquicos que aprueben decisiones.

❖ SATISFACCIÓN DE DEMANDA NO ATENDIDA POR LAS EMPRESAS GRANDES

Las grandes empresas tratan de satisfacer las necesidades de los grandes mercados, descuidando mercados pequeños, los cuales deben ser aprovechados por las empresas pequeñas, así como por ejemplo, en el caso de una gran empresa que vende maquinarias, su mercado serán las compañías, las empresas con grandes ingresos, etc., a las cuales ofrecerá sus productos a un precio y no atenderá al consumidor individual debido a que éste no posee los ingresos suficientes para cubrir los altos costos que tiene que afrontar la gran empresa. Este consumidor, tendrá que acudir a las pequeñas empresas, en las cuales, generalmente el precio será más bajo, al alcance de sus ingresos y con servicio personalizado.

Tomando en cuenta este análisis, el microempresario debe dirigir sus esfuerzos hacia este mercado tratando de satisfacer sus necesidades.

2.2.3.2 Desventajas

Como se mencionó anteriormente, el anhelo de muchas personas es instalar su negocio, sin embargo, muchos de ellos no se han podido plasmar debido a las desventajas que éstos tienen. Entre las principales podemos mencionar.

❖ FALTA DE RECURSOS FINANCIEROS

De acuerdo a lo conversado con algunos microempresarios, se ha llegado a detectar que muchos negocios no se han iniciado por falta de recursos para iniciar y operar la empresa propia.

❖ FALTA DE CAPACITACION

En cuanto a la capacitación recibida por los dueños y sus empleados, generalmente es casi nula y no se le otorga la importancia que merece.

❖ INFORMALIDAD EN LOS CONTROLES

En las empresas pequeñas no existe una política de controles e instrucciones definidas por escrito, lo cual hace que estos aspectos tengan una característica de informalidad y no puedan ser monitoreados adecuadamente.

❖ FALTA EN LA PLANIFICACION Y PRONOSTICOS

Es muy común en este tipo de empresas que no exista una adecuada planificación tanto a corto, mediano y largo plazo, por lo cual no existen pronósticos, metas y objetivos empresariales claramente establecidos.

Esta situación provoca que los esfuerzos efectuados por los empresarios no tengan parámetros de comparación de lo realizado en las actividades diarias versus las metas establecidas. Por lo tanto, los microempresarios desconocen que tan eficientemente se está trabajando.

❖ DEPENDENCIA DE PROVEEDORES Y CLIENTES.

Una de las principales desventajas es que los negocios propios, cuando inician sus operaciones, normalmente tienen que depender de las decisiones y exigencias de sus proveedores y clientes. De esta manera, tienen que sujetarse a sus precios, políticas de descuentos, plazos de pagos, sus propias condiciones.

❖ RIESGO DE PÉRDIDAS MONETARIAS

Como se indicó anteriormente, los negocios se originan con recursos propios. En otros casos, es necesario acceder a créditos a través de instituciones financieras o a través de los denominados “chulqueros”.

Los costos financieros derivados de estas situaciones que debe afrontar la empresa son muy elevados, los cuales, en una buena parte de las empresas, no pueden ser absorbidos por el giro normal de la operación.

El riesgo de que un negocio no surja, a pesar de los esfuerzos que ponga el empresario, puede originar una pérdida financiera para la empresa y sobre todo, para el empresario y su familia, ya que el patrimonio familiar será el que disminuya.

2.2.4 Clases o tipos de microempresas

Dentro de las unidades económicas de pequeña escala se pueden identificar varios tipos de empresas.

2.2.4.1 Microempresas de Subsistencia

Las microempresas de subsistencia son aquellas que destinan sus escasos excedentes al consumo familiar. Presentan las siguientes características:

- Carecen de capital de trabajo

- En general son unipersonales
- Realizan principalmente actividades de comercio o servicios
- No tienen crecimiento
- No realizan inversiones en capital de trabajo y activos fijos.
- Los limitados excedentes se destinan a la satisfacción de necesidades básicas de tipo familiar.

En este grupo se encuentran las ventas ambulantes de fruta y verdura, las ventas de alimentos comestibles en las calles, el comercio de artículos de primera necesidad en semáforos, etc.

La microempresa de subsistencia parece operar como estabilizadores sociales y como alternativas al desempleo abierto en sociedades cuyos sistemas económicos no han sido aún capaces de asumirlos como fuerza laboral. En este sentido, se presentan como válvulas de escape a la tensión social, intentando producir un flujo de ingresos / caja, que permita al propietario cubrir las necesidades básicas, si bien no generan empleo adicional pagado en cantidades mensurables, por lo menos mantienen o elevan el nivel de ingreso del núcleo familiar.

Sin embargo, la dimensión del negocio y las limitaciones de mercado atentan recurrentemente contra la supervivencia de este tipo de empresas, que muestran la mayor rotación de apertura y cierre.

2.2.4.2 Microempresas de Acumulación Simple

Las microempresas tienen un mayor nivel de desarrollo y presentan las siguientes características:

- Son empresas que se pueden dedicar a manufactura, comercio o servicios.
- Las utilidades se destinan para el consumo familiar y ahorro limitado.
- Puede haber una pequeña inversión en la unidad productiva, en términos de mantener niveles similares de capital de trabajo.
- El ahorro se limita a la apertura y mantenimiento de una cuenta de ahorros.
- El crecimiento de la unidad productiva es lento.
- Genera empleo de carácter familiar y en muchos casos no remunerado.⁶

2.2.4.3 Microempresas de Acumulación Ampliada

Las empresas de acumulación ampliada tienen las siguientes características:

- Realizan actividades de manufactura, comercio o servicios.
- Las utilidades se destinan para el consumo familiar, ahorro e inversión.
- La inversión se realiza tanto en capital de trabajo como en activos fijos.
- Tiene disponibilidad de mantener inventarios

⁶ R. HIDALGO. (1999). *“Características de la Microempresa en el Ecuador- Curso. Herramientas de Análisis Económico- Financiero para la Prestación de Servicios a Microempresas.* Quito: INSOTEC.

- Existe generación de nuevos puestos de trabajo asalariados familiares y no familiares.

Existe generación de acumulación, pasan a un nivel al ofertar empleo adicional pagado. Dependiendo de la escala y del nivel de tecnología, pudieran tener vocación de exportación. Los salarios pagados por estas unidades pueden estar o no en concordancia con los salarios mínimos comerciales o industriales del país.⁷

2.3 Definición de Términos Técnicos

Microempresa.- Se define a una microempresa como una unidad de negocios que ocupa a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios anual no supera los 20.000 dólares

Organización.- Forma en que se encuentra ordenados los distintos elementos que componen los modernos departamentos de las empresas. Toda empresa debe acomodar su organización a distintas actividades: funciones, áreas y departamentos, dependiendo de las necesidades de cada compañía.

Estructura organizacional.- Es la distribución, el orden y la coordinación de los diferentes departamentos que conforman una empresa.

⁷ M. DAVALOS. (1998). *Microempresas: el coloso Desconocido de las Economías en Desarrollo Fondo para el Financiamiento de la Microempresa, Inc*, Quito: FONDOMICRO,

Visión.- “Es la imagen que la organización tiene respecto de sí misma y de su futuro. Es el acto de verse en el tiempo y el espacio. Toda organización debe tener una visión adecuada de sí misma, de los recursos de que dispone, del tipo de relación que desea mantener con sus clientes y mercados, de lo que quiere hacer para satisfacer continuamente las necesidades y preferencias de los clientes, de cómo alcanzará los objetivos organizacionales, de las oportunidades y desafíos que debe enfrentar, de sus principales agentes y de las condiciones en que opera. En general, la visión se orienta más hacia lo que la organización pretende ser que hacia lo que realmente es.”⁸

Misión.- “Es la finalidad o motivo de creación de la organización, y a la que debe servir. La misión organizacional debe responder a tres preguntas básicas: ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos? ¿Por qué hacemos lo que hacemos?, la misión incluye los objetivos esenciales del negocio y se enfoca generalmente hacia fuera de la empresa, es decir, hacia la atención de las demandas de la sociedad, del mercado o del cliente.”⁹

Estrategia.- Plan general de acción en virtud del cual una organización trata de cumplir con sus objetivos.

Objetivos.- “Los objetivos son los logros que una compañía pretende alcanzar, sirven para guiar la marcha de la empresa; por lo tanto, se deben formular de forma clara y deben ser medibles y reales, es decir, alcanzables pero

⁸ LABIM, Jaques, Jean, Marketing Estratégico, tercera edición McGraw-Hill – Colombia 2002.

⁹ STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill 2000.

suficientemente ambiciosos, lo que significa la necesidad existente de realizar un esfuerzo para su consecución.”¹⁰

Políticas.- Son las guías y caminos que marcan el comportamiento del personal de la empresa. Son los lineamientos que conducen nuestras actividades.

Integración.- “Consiste en obtener y articular los elementos humanos que la organización y la planeación señalan para el adecuado funcionamiento de un organismo social”¹¹

Dirección.- “Es el proceso de influir y orientar las actividades relacionadas con las tareas de los diversos miembros del equipo o de la organización como un todo”¹²

Control.- “Es la función administrativa que mide y corrige el desempeño para garantizar la consecución de los objetivos organizacionales y la realización de los planes establecidos para alcanzarlos”¹³

Objetivos a corto plazo.- Son objetivos planteados por la empresa, lo cuales deben ser cumplidos en un plazo menor a un año.

¹⁰ ROJAS Patricio, Metodología de la Planificación Estratégica, LEROUX, Ecuador, 2001.

¹¹ DUBRIN Andrew J., Fundamentos de Administración, 5^{ta} Edición, Internacional Thompson Editores, México, 2001. Pág. 232

¹² CHIAVENATO Adalberto, “Administración en los nuevos tiempos”, Mc Graw Hill Interamericana S.A., Bogotá – Colombia, 2002 Pág. 345

¹³ CHIAVENATO Adalberto, “Administración en los nuevos tiempos”, McGraw-Hill Interamericana S.A., Bogotá – Colombia, 2002 Pág. 346

Objetivos a mediano plazo.- Son aquellos objetivos que la empresa plantea, los cuales deben ser claros y precisos, que se desarrollaran en un periodo de dos a tres años.

Objetivos a largo plazo.- Estos objetivos deben guardar estrecha relación con las metas y estrategias de la empresa con un cumplimiento de tres a cinco años plazo.

Investigación de mercados.- “Es el proceso sistemático de diseño, obtención, análisis, y presentación de datos, y descubrimientos pertinentes a una situación, de marketing específica que enfrenta la empresa.”¹⁴

Tamaño del mercado.- Número de compradores potenciales para una particular oferta de mercado. Este irá en función de de diferentes características de los compradores: su interés, sus ingresos y la accesibilidad necesaria para realizar la compra.

Segmentación de Mercado.- “Estrategia utilizada que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños de compradores que se estiman requieren productos diferentes. De esta forma la empresa incrementa su rentabilidad.”¹⁵

¹⁴ BENGOCHEA, Pujol Bruno, Dirección de Marketing y Ventas II, Cultura de Ediciones. S.A, 2000.

¹⁵ HAIR Joseph, BUSH Robert y ORTINAU David, Investigación de Mercados, Segunda Edición, McGraw-Hill Interamericana, México, 2005.

Segmentación geográfica.- División del mercado en diferentes entidades geográficas como naciones, estados, regiones, provincias, ciudades o vecindarios, basándose en la idea de que las necesidades y respuestas de los consumidores varían según la zona geográfica en la que vivan.

Número de clientes potenciales.- Son cliente que tienen un gran potencial de compra, o que son muy influyente sobre otros. Son considerados como muy importantes y reciben un tratamiento muy especial por parte de la empresa.

Demanda potencial insatisfecha.- “Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún producto actuado podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el calculo.”¹⁶

Demanda potencial.- Se obtiene con una simple diferencia año con año del balance oferta demanda.

Estudio de Mercado.- Actividades desarrolladas para obtener información del mercado en forma estructurada, a través de sus necesidades, gustos y preferencias de los consumidores en cuanto a productos y servicios.

Producto.- Conjunto de productos tangibles e intangibles, que entre otras cosas incluyen empaque, color, precio, calidad y marca junto con los servicios y

¹⁶ BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Colombia 2000

la reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar o una idea.

Encuesta.- “Encuesta cuantitativa de recogida de información primaria, en la que un encuestador entrevista a una persona en una situación cara a cara. Es especialmente indicada cuando se requiere gran cantidad de información, si se formulan preguntas complejas o si se requieren apoyos de cualquier tipo.”¹⁷

Distribución.- Es una de las subfunciones del marketing, que se encarga de la organización de todos los elementos incluidos en la vía que une el fabricante con el usuario final.

Puntos de venta.- “Lugar donde se realiza la venta del producto. El punto de venta ha recibido, y recibe, una gran atención por parte de las compañías, ya que en ese lugar donde muchos consumidores deciden finalmente si van a realizar o no su adquisición.”¹⁸

Promoción.- Elemento de la mezcla del marketing de una compañía, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado el producto o la organización que lo vende, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias y comportamiento del receptor.

¹⁷ PHILIP, Kotler, Introducción al Marketing, 2da. Edición Europea, Edición Prentice Hall Europa, Madrid – España. 2000.

¹⁸ PUJOL Bengoechea, Diccionario de Marketing, Cultural, S.A. 2001.

Publicidad.- Es una comunicación no personal, realizada a través de un patrocinador identificado, relativa a su organización, producto y servicio. A la hora de desarrollar un programa de publicidad, lo primero que hay que hacer es identificar el público objetivo al cual dirigirse y tomar una serie de decisiones.

Precio al público.- Es el precio final que se asigna a los productos para que estos puedan ser comercializados y a la vez generar utilidad a la empresa.

Políticas de precios.- Es precisa la señalización de una política de precios realista, fije lo que se cobraría al cliente por la prestación de los servicios.

Alianzas Estratégicas.- Convenio formal a largo plazo entre empresas cuyo fin es conjuntar sus capacidades y recursos para alcanzar objetivos globales.

Comercializadora.- Entidad dedicada a actividades comerciales mediante las cuales el producto es puesto en manos del consumidor.

Competencia.- “Concurrencia de una multitud de vendedores en el libre mercado, que para conseguir la venta de sus productos pugnan entre sí, proponiendo los precios que les permitan los costes y que se mantengan en línea con los del mercado, dando lugar a un reparto del mercado real.”¹⁹

¹⁹ FERRELL O.C., Hartline, Lucas, Estrategia de Marketing, 2da. Edición, Editorial Thomson, México 2000. Pág. 364.

Clientes.- Razón de ser de cualquier empresa en el mundo. Persona natural o jurídica externa o departamento interno de una empresa que requiere satisfacer la necesidad de un bien o servicio.

Consumidor.- Unidad individual u organizacional que usa o consume un producto.

Estrategia abierta: la estrategia consiste en no exigir al cliente a la compra de los productos, al contrario se lo hace degustar sin compromiso alguno.

Estrategia de Canal de Distribución de bienes industriales.- “Se dispone de varios canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura o bien los emplea en sus operaciones. Interviene productor- usuario.”²⁰

Estrategia de diferenciación.- Esta estrategia consiste en adicionar a la función básica del producto algo que sea percibido en el mercado como único y que lo diferencie de la oferta de los competidores.

Marketing.- Filosofía gerencial según la cual el logro de las metas de la organización depende de determinar las necesidades y deseos de los mercados meta y proporcionar las satisfacciones deseadas de forma más eficaz y eficiente que los competidores.

²⁰ SANDHUSEN, Richard, Mercadotecnia, Edición en español, Editorial Continental México 2002.

Mix de Marketing.- “Combinación de cuatro elementos (producto, estructura de precios, sistema de distribución y actividades promocionales) que sirven para satisfacer las necesidades del mercado o mercados meta de una empresa y al mismo tiempo, alcanzar sus objetivos de marketing.”²¹

Cartera de Clientes.- Es un listado que elabora la empresa en el cual identifica sus clientes, los periodos y montos de las ventas estos realizan.

Oportunidades de Mercado.- Son factores que conllevan a la búsqueda de ventajas comparativas y de una mayor competitividad en las actividades económicas nacionales.

Plan de ventas.- “Es el primer paso en el proceso de ventas, consiste en la realización de una prospección de los posibles compradores. Algunas veces es la empresa quien suministra las pautas de prospección, pero incluso en ese caso son los propios vendedores los que, en la mayoría de los casos, deben desarrollar sus planes, estos planes pueden ser a corto y a largo plazo.”²²

²¹ PHILIP Kotler, Introducción al Marketing, 2ª Edición Europea, Edición Prentice Hall Europe, Madrid – España, 2000.

²² PUJOL Bengoechea, Diccionario de Marketing, Cultural, S.A. 2001. Pág. 252.

Fuerza de Ventas.- “Conjunto de empleados que se dedican a vender los productos de una empresa, mediante el contacto directo con los clientes y a planificar y organizar la adecuación de productos y clientes en su territorio.”²³

Mercado.- Son todos los consumidores potenciales que comparten una determinada necesidad o deseo y que pueden estar inclinados a ser capaces de participar en un intercambio, en orden a satisfacer esa necesidad o deseo.

Mercado meta.- Grupo de clientes (personas u organizaciones) para quienes un vendedor diseña una mezcla de marketing.

Mercados minoristas.- Son mercados en donde los consumidores adquieren sus abastecimientos. El término “consumidor” incluye familias e individuos, así como pequeñas empresas tales como restaurantes y vendedores callejeros de alimentos (las empresas más grandes probablemente comprarán en los mercados mayoristas o directamente al productor).

Quienes venden en un mercado minorista son generalmente minoristas especializados que adquieren la producción directamente de los agricultores o que son ellos mismos agricultores.

Comerciante mayorista.- Firma independiente que realiza fundamentalmente ventas al mayoreo y que adquiere la propiedad de los productos que distribuye.

²³ PUJOL Bengoechea, Diccionario de Marketing, Cultural, S.A. 2001. Pág. 154.

Participación del mercado.- Proporción de las ventas totales de un producto durante determinado periodo en un mercado, las cuales corresponden a una compañía individual.

Plan de Marketing.- “Documento escrito que presenta el programa maestro de las actividades del marketing de una división específica de una empresa o de un producto muy importante.”²⁴

Pronóstico de ventas.- Estimación de las ventas probables de una marca de un producto durante determinado periodo en un mercado específico y suponiendo el uso de un plan de marketing previamente establecido.

Venta al mayoreo.- Venta y todas las actividades relacionadas con ella, de bienes y servicios a empresas y otras organizaciones para su reventa, para su uso en la producción de otros bienes o en el funcionamiento de una compañía.

Producción.- Proceso que permite al fabricante poner a disposición del mercado un producto. Para que esta operación produzca beneficios, los costes deben mantenerse en un nivel aceptable en relación al precio y al volumen de unidades producido.

Objetivos del área de producción.- Son objetivos planteados para resolver todo lo concerniente a la instalación y El funcionamiento de la planta. Desde la

²⁴ GUILTINAN, Joseph, Gerencia de Marketing, Estrategias y Programa, McGraw-Hill, 6ta. Edición, 2001.

descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva.

Especificaciones del producto.- Son descripciones diferentes que se da a cada producto, dependiendo de sus propiedades, usos y componentes nutricionales que beneficien a las personas que lo consuman.

Equipos / herramientas.- “Son instrumentos necesarios que las empresas pueden tener para fines generales como fines especiales. Por ejemplo, un taller mecánico tendrá tornos y prensas taladoras (fines generales) y podría tener máquinas de transferencia (fines especiales).”²⁵

Materia Prima.- “La materia constituye los materiales necesarios para la confección de un artículo y que son, además, perfectamente medibles y cargables a una producción identificada.”²⁶

Identificación de Proveedores.- Personas que ofrecen los bienes y servicios necesarios para que una organización produzca lo que vende.

²⁵GARCÍA, Gary Flor, Manual de Elaboración de Proyectos, Institutos de Estudios Administrativos, Quito-Ecuador, 2001.

²⁶ Horngren, Foster, Datar, Contabilidad de Costos un enfoque Gerencial, Prentice Hall, México 2002

Mano de Obra Requerida.- “Es la mano de obra necesaria para la confección de un artículo y cuyos valores por salarios se les puede aplicar sin equivocación a una unidad de producción identificada.”²⁷

Calidad del producto.- Es el conjunto de aspectos y características de un bien o servicio que determinan su capacidad de satisfacer necesidades.

Canales de Comercialización.- Es el proceso continuo del conjunto de acciones para ofrecer a un producto condiciones y vías de distribución óptimas para su venta.

Logística.- Conjunto de acciones secuenciales o relacionadas con el flujo de productos, información y pago entre proveedores y consumidores, desde el origen de la materia prima hasta cuando el producto terminado llega al usuario final.

Oferta.- “Cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica una empresa a otra, indicando de forma detallada las condiciones de venta.”²⁸

²⁷ SAPAG, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana 2000.

²⁸ LUNA Osorio Luís, Terminología del Comercio Internacional siglo XXI, Primera edición, abril del 2002, Pudeleco Editores S.A. Pág. 264.

Demanda.- “Indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función d su precio y sus rentas. Valor global que expresa la intención de compra de una colectividad.”²⁹

Distribuidores.- Empresa o personas dedicadas a la distribución de productos comerciales.

Contabilidad.- Es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual y potencial.

Finanzas.- “Las finanzas se refieren a la obtención y gestión, por parte de una compañía o del Estado, de los fondos que necesita para sus operaciones y de los criterios conque dispone de sus activos.”³⁰

Plan general de cuentas.- Es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estados financieros y estadísticos de importancia trascendente para la toma de decisiones, y posibilitar un adecuado control.

Clasificación de cuentas.- Existe diversas forma de clasificar las cuentas, Según su naturaleza (Personales e Impersonales), Según al grupo al cual

²⁹ LUNA Osorio Luís, Terminología del Comercio Internacional siglo XXI, Primera edición, abril del 2002, Pudeleco Editores S.A. Pág. 129.

³⁰ CAGIGAL José Luís, Fundamentos Gerencia Financiera, Segunda edición, Quito-Ecuador, 2000.

pertenecen (Activo, Pasivo, Capital, Gastos y Rentas), Por el estado financiero (Balance General y Resultados), Por el saldo (Deudoras y Acreedoras).

Costos.- Es el conjunto de valores que se aplican en la elaboración de un producto.

Costos de Producción.- “Los costos de producción están íntimamente relacionados con los procesos de transformación de las materias primas, de este modo, los productos finales que se obtienen son el resultado de extracciones, mezclas, ensambles de partes o subpartes, etc., de acuerdo con las características de los materiales y de las necesidades de tratamiento.”³¹

Gastos.- Desembolsos o sus equivalentes que, al estar relacionados con la generación de una renta, son indispensables para el funcionamiento de la empresa. Dicho de otra manera, constituye aquellas utilidades necesarias y efectivas de bienes y servicios que la empresa debe efectuar para cumplir sus actividades, por ejemplo, sueldos, arriendos, depreciación, útiles de oficio, etc.

Gastos Administrativos.- “Son aquellos gastos que no son de fabricación ni de distribución y ventas, pero que se han producido por las operaciones del negocio. En general se producen por la supervisión de las diferentes funciones

³¹ CALVACHE, Molina, Antonio, Contabilidad de Costos, Talleres gráficos de Impretec en febrero del 2000, Quito- Ecuador.

principales del negocio y en sus servicios, en lugar de cualquier función genera.”³²

Gastos De Ventas.- Son aquellos en que se incurre para suscitar el deseo de posesión por parte del público, estableciendo lugares convenientes para las compras de los consumidores, transportando los productos a los lugares de expendio.

Gastos Financieros.- “Es el resumen de los ingresos y egresos esperados que demuestran la diferencia entre estos dos rubros, a más de las necesidades de financiamiento y las posibilidades de pago de las mismas.”³³

Capital Social.- Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no. Este capital puede estar representado por: capital común, capital preferente, capital comanditario, capital comanditado, fondo social (en sociedades cooperativas o civiles), etc. Cuando el capital social acumula utilidades a pérdidas, recibe el nombre de capital contable

³² ZAPATA Sánchez Pedro, Contabilidad General, 5ª Edición, Mc Graw Hill Editores, Colombia, 2004.

³³ CAGIGAL José Luís, Fundamentos Gerencia Financiera, Segunda edición, Quito-Ecuador, 2000.

Reservas Legales.- Se constituye por una porción de las utilidades líquidas anuales obtenidas por las sociedades de capital, que obligatoriamente se deben retener, con el fin de proteger a terceras personas y a los socios o accionistas, por contingencias futuras que pudieran perjudicar sus intereses.

Reservas Estatutarias.- Las constituyen aquellos valores retenidos de las utilidades netas con sujeción a lo determinado por lo escritura pública de constitución, en la cual se fijará el objeto al cual se dedicarán estas reservas.

Resultados de Ejercicios.- Está integrado por las cuentas que denotan el resumen de la situación económica de presente ejercicio y de períodos anteriores que se ubican transitoriamente en el Patrimonio.

Créditos.- Concesión de permiso de un individuo a otro para obtener la posesión de algo perteneciente al primero sin pagar en el momento de recibirlo; cualquier transferencia de bienes, servicios o dinero a cambio de bienes, servicios o dinero a recibir en el futuro, o, en su forma más avanzada, una transferencia de dinero a cambio de una promesa de pago en el futuro.

Ingreso de ventas.- Es determinar los ingresos asignables a un período, lo cual se puede lograr aplicando el principio de realización que consiste en identificar las formas en que se han devengado las ventas: al contado, a crédito o por anticipado.

Sistema de financiamiento.- Tiene como objetivo apoyar en la identificación, difusión, orientación, evaluación, asesoría, y tramitación de proyectos productivos, de infraestructura y sociales que contribuyan al desarrollo de la Entidad, mediante la gestión de recursos suficientes y oportunos.

El marco legal.- Es el marco que rige y regula todas las actividades relativas a un proceso electoral y que comprende las normas constitucionales, la legislación electoral, las normas complementarias y los códigos de conducta explícitos o implícitos.

Marco jurídico.- “Conjunto de disposiciones, leyes, reglamentos y acuerdos a los que debe apegarse una dependencia o entidad en el ejercicio de las funciones que tienen encomendadas.”³⁴

Leyes Tributarias.- “Son normas de rango equivalente a la ley, aquéllas por las que conforme a la Constitución se puede crear, modificar, suspender o suprimir tributos y conceder beneficios tributarios. Toda referencia a la ley se entenderá referida también a las normas de rango equivalente.”³⁵

Impacto Social.- Es la información que estructura y da vida al modelo de sociedad y a sus numerosos hábitat, porque todo tiene un impacto social. Las reacciones y tendencias sociales se mueven por las corrientes de información.

³⁴ REINOSO Edgar, RIVADENEIRA Franklin, Derecho Laboral, Sur Editores, Ecuador, 2004 – 2005.

³⁵ SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, Instructivo Societario, octubre 2006.

Impacto Ambiental.- Es la consecuencia o el producto final de los efectos, representado por las variaciones en los atributos del medio expresadas en términos cualitativos o cuantitativos.

2.4 Fundamentación Legal

2.4.1. Como crear y hacer funcionar una microempresa

Para empezar el análisis es necesario señalar la base legal que rige el funcionamiento de la microempresa en el país. Las entidades que regulan a su vez a las Entidades microempresariales son:

- 1.- La Cámara Nacional de Microempresas, como organismo de tercer grado
- 2.- El Consejo Nacional y Provincial de Cámaras, Federaciones Microempresariales existentes, como organismos de segundo grado.
- 3.- Las Cámaras de Microempresas cantonales, parroquiales y entidades sectoriales existentes de primer grado.

A continuación se presentan los requisitos legales para la constitución de una microempresa según el Reglamento de aprobación de las fundaciones,

corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001.

2.4.1.1 Requisitos

ART. 5

Como requisitos para la constitución jurídica de una entidad microempresarial, los interesados deberán presentar los siguientes documentos:

1.- Acta constitutiva de la entidad en original y dos copias certificadas por el secretario de la directiva provisional la misma que contendrá:

- Los nombres y apellidos completos de los socios fundadores;
- Las firmas autógrafas de los concurrentes con su número de cédula de identidad o de pasaporte. Los que no supieren firmar dejarán impresa su huella digital.

2.- EL estatuto original y dos copias certificadas, con indicación de que el mismo fue discutido y aprobado en al menos dos sesiones por parte de la Asamblea General;

3.- Nómina de los socios fundadores, en orden alfabético, con la indicación de los nombres y apellidos completos, domicilio, nacionalidad, estado, profesión oficio, ocupación, número de cédula de ciudadanía o de pasaporte, y firmas

autógrafas, si son personas naturales, y, si son personas jurídicas, la razón social, el registro único de contribuyentes, el nombre del representante legal y su nombramiento debidamente legalizado, y el valor de su aporte económico;

4.- Copias fotostáticas de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación de cada uno de los socios. En caso de ciudadanos extranjeros, copia del pasaporte con señalamiento de domicilio en el país;

5.- La entidad micromepresarial indicará con precisión la dirección de su sede: calle, número, parroquia, cantón, provincia, número telefónico, fax, dirección de correo electrónico, si los tuviere, y además el lugar donde se recibirán notificaciones; y,

6.- Certificado de registro de la Cámara de Microempresas.

Finalmente se adjudicarán estos documentos con una solicitud de aprobación del estatuto, patrocinado por un abogado y dirigida al Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

2.4.1.2 El estatuto y su aprobación

El Reglamento de aprobación de las fundaciones, corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001 señala:

ART. 6

El estatuto deberá contener, básicamente, lo siguientes datos:

- 1.- Nombre y domicilio de la entidad,
- 2.- Objetivo y fines específicos, claramente determinados;
- 3.- Estructura y entidad interna;
- 4.- Derechos y obligaciones de los socios;
- 5.- Régimen disciplinario;
- 6.- Régimen económico;
- 7.- Causas para disolución y liquidación;
- 8.- Destino de los bienes de la entidad en caso de disolución; e
- 9.- Las mismas que le asignen los socios.

2.4.1.3 Registro de la directiva

Según el artículo 9 del Reglamento de aprobación de las fundaciones, corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001 se dispone que:

Las entidades que hayan obtenido personalidad jurídica, inscribirán en la Dirección de Asesoría Jurídica del Ministerio de Trabajo y Recursos

Humanos, en el plazo de treinta días posteriores a la fecha de la elección, la directiva, o sus cambios, presentando los siguientes documentos:

Solicitud dirigida al Director de Asesoría Jurídica;

- Acta de Asamblea General en la que se eligió la directiva debidamente certificada;

- Lista de socios asistentes a la sesión de la Asamblea General, con el señalamiento de nombres y apellidos completos, número de cédula de ciudadanía y firmas autógrafas; y,

- Domicilio de la entidad, teléfono, casilla postal, dirección de correo electrónico (para las entidades que cuenten con otros servicios).

2.4.1.4 Ingreso y separación de socios

Según el artículo 10 del Reglamento de aprobación de las fundaciones, corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001:

Las entidades que hayan aceptado nuevos socios o se hayan separado, deberán enviar la nómina a la Dirección de Asesoría Jurídica, para su registro dentro del plazo 45 días contados desde la fecha en que se celebró el Directorio o la Asamblea General adjuntando los siguientes documentos:

- Solicitud dirigida al Jefe del Departamento de Estudios Jurídicos,

- Copia certificada del Acta de la Sesión del Directorio y/o Asamblea General en la que conste e ingreso y aceptación del nuevo socio, y,
- Se remitirá los documentos personales de los socios aceptados, tales como cédula de identidad, papeleta de votación o pasaporte, y la certificación de los valores aportados.

2.4.1.5 Causales de la disolución

Según el artículo 12 del Reglamento de aprobación de las fundaciones, corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001 son causales de disolución de estas entidades las siguientes:

- Comprometer la seguridad del Estado, la paz ciudadana y el orden público;
- Desviar o no cumplir los fines para los que fue creada;
- Disminuir el número de socios a manos del 50%;
- Por las causas previstas en el estatuto social de la entidad; y,
- No haber ejecutado ninguna actividad en tres años, ni presentar la información detallada en el Art. 13.

2.4.1.6 Informe

Según el Reglamento de aprobación de las fundaciones, corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001 se establecen las siguientes regulaciones:

ART. 13

Las entidades microempresariales presentarán al Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, un informe anual de actividades, en el cual se incluirá el detalle económico correspondiente, hasta el 30 de Mayo de cada año.

ART. 14

De no presentar el referido informe esta Cartera de Estado le concederá un plazo adecuado para que lo presente o justifique el retardo. De no hacerlo; o si de la información presentada se comprueba que la entidad ha incurrido en una de las causales de disolución, el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, dictará el Acuerdo Ministerial declarando la disolución de la entidad.

2.4.1.7 Reglas generales

ART. 15.- El ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, a través de la Dirección de Asesoría Jurídica, supervigilará el cumplimiento de los fines y objetivos de las microempresas, fundaciones y corporaciones, aprobadas por esta secretaria de Estado.

ART. 16.- Los proyectos, planes y programas que ejecuten las entidades microempresariales, deberán estar acordes y en estricta armonía con los fines y objetivos establecidos en su estatuto: contendrán metas, tareas específicas, forma de financiamiento e impacto social.

ART. 17.- Las microempresas no podrán realizar actividades que atenten, contra la seguridad, las buenas costumbres y el orden público, tampoco desviar sus fines o realizar actividades partidistas, religiosa o de discriminación racial o de género.

ART. 18.- En caso de cambio de domicilio de la microempresa deberá obligatoriamente informar a la Dirección de Asesoría Jurídica de este ministerio.

ART 19.- Los recursos que reciban las microempresas por concepto de subvención estatal. Están sujetos a vigilancia de la Contraloría General del Estado.

ART.20.- Los bienes que importen o reciban las organizaciones gremiales, las microempresas; en calidad de donaciones, al amparo de exoneración total o parcial de impuestos especiales o generales se someterán a lo estipulado en la Ley General e Aduanas y su reglamento. De comprobarse la introducción

indebida, los organismos de control establecerán las responsabilidades legales pertinentes.

ART. 21.- Para el caso del destino de los bienes de una microempresa, disuelta por el ministerio de Trabajo y RRHH se observará lo dispuesto en el estatuto social de la misma, si no hubiere tal disposición se procederá conforme lo establecido en el Art. 598 del Código Civil, o se dispondrá lo que el Ministro señale.

ART.22.- Establece como día Nacional de la Microempresa el 8 de septiembre de cada año.

ART.23 Las microempresas, deben registrarse en las cámaras de Microempresa de su respectiva jurisdicción o crear las que consideren necesarias, si no las hubiere, de acuerdo a los estatutos vigentes de la Cámara Nacional de las Microempresas.

2.4.1.8 Disposiciones generales

PRIMERA: Toda la documentación para aprobación y reforma del estatuto, registro de directiva, ingreso, expulsión y renuncia de socios, se presentará en una carpeta debidamente foliada, en el Archivo General del Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, que asignará el número de trámite respectivo y

remitirá a la Dirección de Asesoría Jurídica (Departamento de Estudios Jurídicos), para el estudio correspondiente.

SEGUNDA: Las entidades microempresariales existentes y que se crearen con sujeción a este reglamento gozarán de los beneficios establecidos en la ley.

TERCERA: El nombre de una entidad no puede ser igual al de otra que se halle reconocida legalmente en esta Secretaría de Estado.

CUARTA: La Dirección de Asesoría Jurídica del Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, llevará un registro actualizado con los siguientes datos:

- a) Nombre y domicilio de la entidad;
- b) Fecha de concesión de la personería jurídica y aprobación del estatuto;
- c) Reformas introducidas al estatuto, número de acuerdo ministerial y fecha;
- d) Registro actualizado del representante legal y su directorio;
- e) Ingreso, expulsión y renuncia de socios;
- f) Conflictos de la entidad; e,
- g) Informe de actividades administrativas y económicas de cada año.

QUINTA: El cumplimiento del presente Reglamento será de competencia de la Dirección de Asesoría Jurídica y los departamentos legales, con sede en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Ambato, dentro de sus respectivas jurisdicciones.

SEXTA: El Consejo Nacional de Salarios, establecerá políticas remunerativas en beneficio de la microempresa.

2.4.2 Marco legal para microempresas por cuenta propia

2.4.2.1 Manufactureras

- Registro Único de Contribuyentes - RUC
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio
- Uso de suelo
- Patente

2.4.2.2 Comerciales

- Registro Único de Contribuyentes - RUC
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio
- Uso de suelo
- Patente
- Certificado Sanitario

2.4.2.3 Servicios

- Registro Único de Contribuyentes - RUC
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio

- Uso de suelo
- Patente
- Certificado Sanitario
- Certificado de funcionamiento de la Intendencia de la Policía

2.4.2.4 Manejo financiero

De acuerdo a la ley de Régimen Tributario Interno y su reglamento;

“Las personas naturales que realicen actividades comerciales con un capital superior a US \$24.000.00 o ingresos brutos anuales del ejercicio inmediato superiores a US \$40.000 están obligadas a llevar contabilidad de acuerdo a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad. De no llegar a estos montos se deberá llevar una cuenta de ingresos y egresos, siendo esta la situación de la microempresa y en consecuencia el marco legal financiero para el manejo contable derivado de su limitado capital de operación y patrimonio”.³⁶

2.5 Caracterización de las variables

2.5.1 Variables

Las variables son características de la realidad que puedan ser determinadas por observación y lo más importante, que puedan mostrar diferentes valores de

³⁶ CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. (2003). *Ley de régimen Tributario Interno*. Quito:Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones. p. 11.

una unidad de observación a otra, de una persona a otra, o de un país a otro (edad, ingresos, número de habitantes, etc.).

Los conceptos están situados en un plano teórico, mientras que las variables están situadas en un plano concreto y perceptible por los sentidos.

La relación entre ambas cosas es lo que se busca mediante el proceso de investigación científica, lo cual se logra por medio de las definiciones operacionales de los conceptos, lo que busco en última instancia es ver como los conceptos (mi teoría) me explican el cambio, el sentido y magnitud del cambio de mis variables.

En la problemática formulada asumo que a más años de educación, se logra un mayor salario, entonces, lo que puedo hacer es observar si lo que dice la teoría se cumple por medio de mis variables, y así, puedo observar un grupo de cierto número de personas y ver sus años de educación y su salario para poder decir algo de mi teoría base. Si mi investigación fuera cuantitativa, podría demostrar que tan cierta es la hipótesis de que a mayor educación mayor salario mediante procesos estadísticos.

Como el problema planteado al inicio de la tesis es de tipo cualitativa, las variables que se caracterizan se derivan de la descripción del problema y se forman categorías de análisis que enuncian características del fenómeno que estoy estudiando, a partir de lo cual se operacionalizan las variables.

Lo importante aquí es anotar que las variables sin un conjunto de conceptos o marco teórico detrás de ellas, no son más que percepciones de la realidad, por

eso en el marco referencial o teórico del proceso de investigación se explica las variables y el marco conceptual.

Aplicando al análisis de la situación ocupacional y económica y la intencionalidad de crear microempresas por parte del personal que sale de las filas policiales, se deben caracterizar dos categorías de variables: las dependientes y las independientes; lo que permite identificar la causalidad del problema que se está investigando así por ejemplo si el personal tiene muchos años de educación correlativamente aumentan los salarios de modo que “años de educación” es la variable independiente o explicativa, ya que ella se está explicando en cierta medida el cambio en el “salario” de las personas, el cual sería la variable dependiente.

Por consiguiente la caracterización se relaciona a la identificación y correlación de las dos tipos de variables:

2.5.1.1 Variables dependientes:

Como su palabra lo dice, son características de la realidad que se ven determinadas o que dependen del valor que asuman otros fenómenos o variables independientes.

Para la caracterización de las variables de estudio, se ha partido del problema de la investigación que se resume en que el policía que termina sus servicios en la Institución no tiene competencias laborales que le permitan a futuro insertarse en el mercado de trabajo como trabajador asalariado o por cuenta propia considera estas como variables independientes.

2.5.1.2 Variables independientes:

Los cambios en los valores de este tipo de variables determinan cambios en los valores de otra (variable dependiente).

Las variables independientes o que permiten identificar la “causalidad” de generación del problema son:

- La edad
- Nivel educativo alcanzado
- Conocimientos ocupacionales
- Capacitación obtenida a lo largo de su vida profesional en la Policía Nacional
- Rol profesional desempeñado en las unidades policiales en el que prestó servicio
- Capital con el que cuenta
- Valores adquiridos
- Aptitudes y actitudes
- Condición de salud

2.5.1.3 Tipos de variables manejadas en la investigación

CUADRO No. 01

Matriz de Caracterización de las variables investigadas

MATRIZ DE CARACTERIZACION DE LAS VARIABLES INVESTIGADAS			
DEPENDIENTES	DIMENSIÓN	INDEPENDIENTES	DIMENSIÓN
Conocimientos	Conjunto de aprendizajes significativos para la realización de una actividad productiva que incide sobre la ocupación o profesión que desempeña derivados de los niveles de educación formal alcanzado que en la generalidad de los casos es el bachillerato, I	Edad	Edad del personal investigado
Habilidades	Competencias laborales básicos para desempeñar un trabajo sin mayor entrenamiento	Nivel de educación formal	Años de educación formal básica, media y superior
Destrezas	Saberes representativos derivados de las habilidades y conocimientos adquiridos en la práctica de una ocupación.	Ocupación o rol en la institución	Actividad laboral que desempeña en la organización policial
Actitudes	Capacidad de aportar a la ejecución de un trabajo de manera efectiva	Capacitación ocupacional recibida	Capacitación relacionada con la adquisición y desarrollo de competencias para el trabajo
Ingresos	Salarios o nivel de ventas generado por el desarrollo de una actividad económica	Recursos financieros con que cuenta	Fondo inicial proveniente de la cesantía o crédito bancario
Capacidad gerencial	Capacidad de organizar, direccionar, ejecutar, controlar y evaluar los procesos de gestión de un negocio.	Conocimientos de negocios	Experiencia o capacitación recibida con temas microempresariales o de pequeños negocios
Experiencia en administración de pequeños negocios	Competencias laborales adquiridas en el desarrollo de una actividad económica.	Conocimientos de procesos productivos	Conocimientos básicos de procesos productivos microempresariales
		Administración del tiempo y capital	Capacidad de organizar, dirigir, ejecutar, controlar y evaluar el uso del tiempo y dinero
		Interés y motivación para crear la microempresa	Capacidad inmediata de vincularse a un emprendimiento productivo o comercial
		Actitud al cambio	Predisposición a cambiar de actividad económica o ocupación
		Marco jurídico de la microempresa	Leyes, reglamentos y normas que rigen a la actividad microempresarial
		Experiencia en administración de pequeños negocios	años y actividad ocupacional vinculada a actividades productivas o comerciales

CAPITULO III

3. Metodología

3.1 Diseño de la investigación

En el desarrollo de la presente investigación se aplicó el método analítico sintético que involucra a los dos métodos científicos:

El Deductivo para analizar la información de fuentes secundarias relacionadas con la microempresa, administración de negocios y manejo financiero básico.

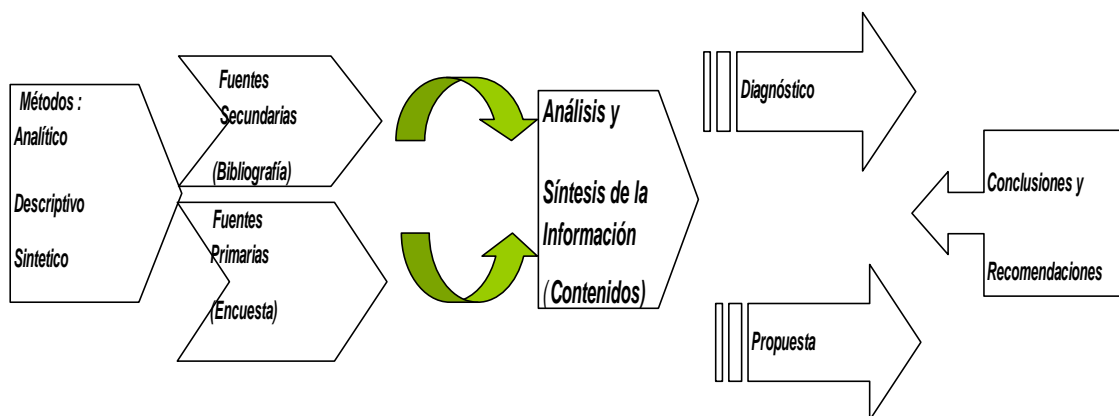
El Inductivo para analizar información de fuentes primarias en este caso los resultados de la encuesta que permite inferir o estimar los resultados como respuesta del universo o población.

La encuesta aplicada se realizó bajo el siguiente procedimiento:

En el siguiente gráfico se detalla el proceso investigativo aplicado:

CUADRO No. 02

Metodología de la Investigación



3.2 Población y muestra

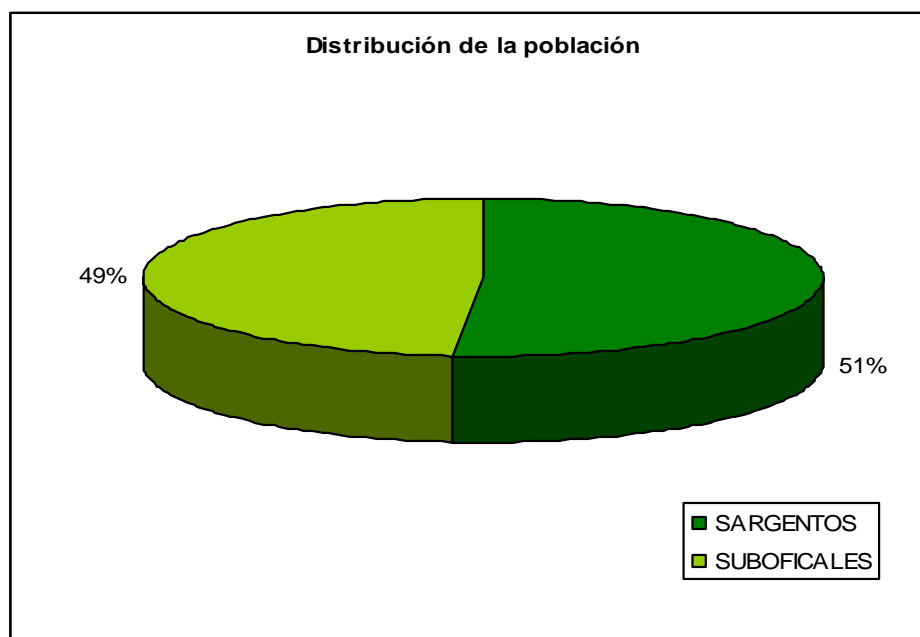
3.2.1 Población.

El Universo o Población definida para la encuesta esta constituido por el personal de Suboficiales y Sargentos Primeros de las Unidades Policiales de la Plaza de Quito; los mismos que están en posibilidad de egresar de las filas policiales y tener derecho a su cesantia. La desagregación numérica de la Población Objeto es la siguiente:

- ❖ Suboficiales: 655
- ❖ Sargentos Primeros: 692
- ❖ **TOTAL:** 1.347

GRAFICO No. 04

Distribución de la Población



Fuente: Dirección General de Personal,
Departamento de Procesos Informáticos
Elaboración: Geovanny Godoy

3.2.2 Muestra.

La muestra para la aplicación de la encuesta se definió con un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error obteniéndose los siguientes resultados:

57 Sargentos Primeros de las diferentes unidades de Quito

43 Suboficiales de las diferentes unidades de Quito

Total: 100

3.3 Operacionalización de las Variables.

Relación causa - efecto u operatividad de las variables en el proceso de investigación

El objetivo de la investigación es comprobar cuando una o mas variables independientes influyen o alteran a la variable dependiente, es decir, si la variable independiente produce algún cambio significativo en la variable dependiente, esta actividad requiere de controlar estrictamente las condiciones experimentales de un estudio.

3.3.1 Operacionalizar.

Es definir las variables para que sean medibles y manejables, es decir definir operativamente el Problema. Lo que significa que se necesita traducir los conceptos (variables) a hechos observables para lograr su medición. Las definiciones señalan las operaciones que se tienen que realizar para medir la variable, de forma tal, que sean susceptibles de observación y cuantificación. De acuerdo con Hempel (1952):

“...la definición operacional de un concepto consiste en definir las operaciones que permiten medir ese concepto o los indicadores observables por medio de los cuales se manifiesta ese concepto,” (p. 32-50).

Leedy (1993 Inglaterra – Cambrigh) en su obra Modelos de Operatividad de Variables Económicas, dice que en la identificación de indicadores en un modelo investigativo de negocios tiene que haber tres cosas: consenso,

medición y precisión. Solo se puede manejar lo que se puede medir y solo se puede medir lo que se define operativamente.

3.3.2 Indicadores

Este parámetro de medición de objetivos, metas y comportamiento de las variables, supone que las relaciones entre dos variables está medida por otra (u otras) que transportan los posibles efectos de la primera.

En la medida en que existan más variables independientes la profundidad de la investigación es mejor y que estas a su vez expresen la causalidad del problema, lo que conlleva a definir indicadores que miden el nivel de incidencia de una determinada variable. En el discernimiento de la problemática del tema de investigación, la situación del personal policial se podría medir a través de los siguientes indicadores básicos que son:

- Promedio de edad de los Sargentos y Suboficiales que se encuentran en situación de jubilarse o dejar el servicio activo.
- El porcentaje promedio de educación formal que tienen los policías que respondieron la encuesta
- El número de personal que tiene un título profesional que asegure tener competencias laborales en la vida civil.
- El capital con que cuenta al salir de la Institución Policial
- El número de cursos de capacitación recibido en administración de negocios o elaboración de proyectos

- El porcentaje de sargentos y suboficiales que están interesados en crear microempresas
- % de inserción laboral f= (edad, nivel de educación formal, ocupación, competencias laborales, demanda del mercado, nivel tecnológico)
- % de generación de autoempleo f= (capital, capacitación, años de experiencia en negocios, edad, etc)

La información mínima necesaria para el análisis en una investigación proviene de la operacionalización de variables, ya que los instrumentos de relación de recolección de los datos se construyen a partir de las dimensiones e indicadores de la variable.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las Técnicas de obtención de datos e información para la presente Investigación se basaron en dos procedimientos de captación de información:

- a) Fuentes de Información Secundaria.- Constituidos por textos consultados relacionados con el Marco Teórico sobre la Microempresa, Registros Oficiales, Reglamento Orgánico de la Policía Nacional, Ley de Personal de la Policía Nacional y su Reglamento, Bibliografía sobre Metodología de la Investigación Científica y Temas relacionados con la Microempresa consultados en diferentes sitios de Internet, principalmente de Google.

b) Fuentes de Información Primaria.- El comportamiento de las Variables Dependientes, Independientes e Indicadores relacionados con el problema formulado se lo obtuvo a través de una encuesta con base a un cuestionario diseñado con preguntas cerradas u objetivas el mismo que se anexa. Sus resultados fueron procesados aportando a la identificación de las causas del problema y para el diseño de la propuesta.

El trabajo de campo o recopilación de información, se lo realizo en varias Unidades policiales de la Ciudad de Quito; entre las que se menciona las siguientes: Unidades de Vigilancia Centro, Sur, Norte, Quitumbe, Grupo de Intervención y Rescate, Dirección Nacional Antinarcoáticos, Unidades de Policía Comunitaria, entre otras.

CAPITULO IV

4 Procesamiento de datos y análisis de resultados

4.1 Procesamiento de Datos

La fase de procesamiento de datos de los cuestionarios aplicados se efectuó con base al siguiente procedimiento:

- Se efectuó la validación o crítica de los cuestionarios, verificando la calidad de la información recopilada
- Se estructuro cuadros de salida para tabulación de la encuesta
- Se proceso los datos en el Software Excel
- Los resultados obtenidos en los cuadros de salida se graficaron en diagrama de barras de frecuencia y gráficos circulares.

4.2 Análisis de resultados

4.2.1 Perfil del personal policial encuestado:

CUADRO No. 03

Edad promedio de los encuestados

Personal	No.	Edad	%
		Promedio	
Sargentos	57	43	57
Suboficiales	43	51	43
TOTAL	100		100

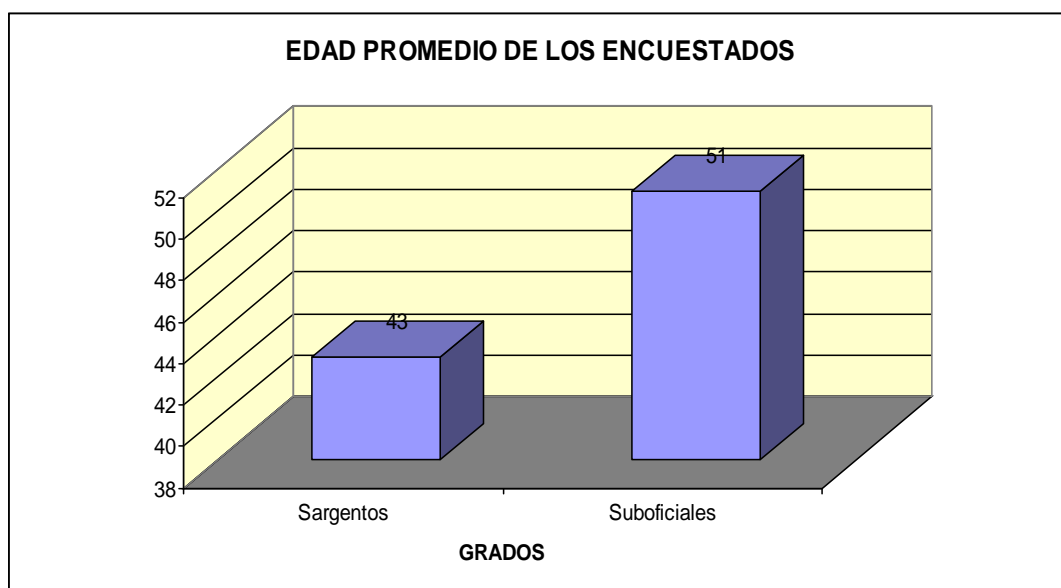
Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases
Elaboración: Geovanny Godoy

Como se observa en el cuadro No. 3, los Suboficiales son los que mayor promedio de edad tienen y se constituyen en el grupo más vulnerable en el mercado de trabajo privado, quedándoles como alternativa la generación de autoempleo por cuenta propia, siendo la actividad microempresarial la que mejor se ajusta a esos niveles de edad.

En el grafico siguiente observamos dicho comportamiento.

GRAFICO No. 05

Edad promedio de los encuestados



Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases
Elaboración: Geovanny Godoy

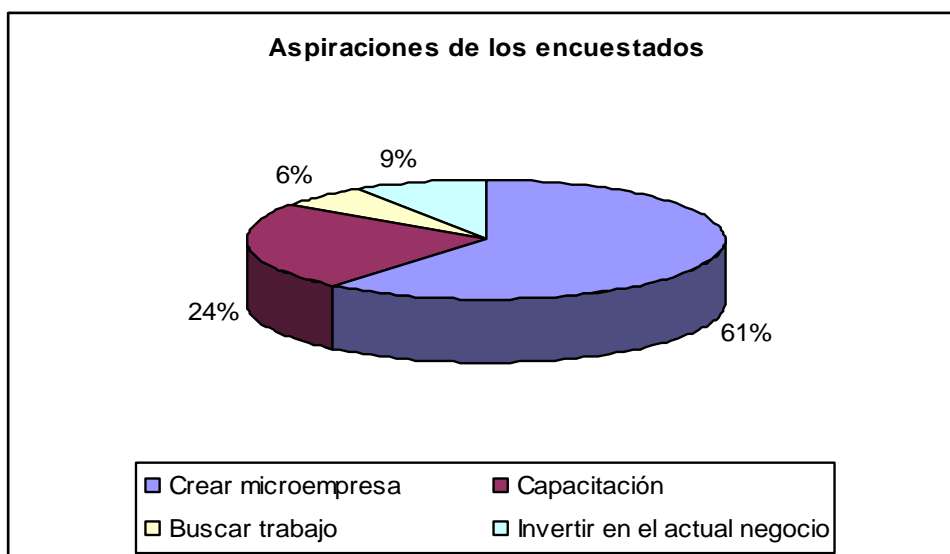
- El nivel de educación promedio asciende a 13 años, lo que significa que tienen capacidad de capacitarse en áreas administrativas y de negocios indispensables para crear una microempresa.

4.2.2 Aspiraciones de los encuestados

- El 61 % de los encuestados afirman que están interesados en poner un negocio o microempresa luego de egresar de las filas policiales.
- El 24 % capacitarse
- El 6 % buscar trabajo
- El 9 % incrementar la inversión de sus negocios actuales.

GRAFICO No. 06

Aspiraciones de los encuestados



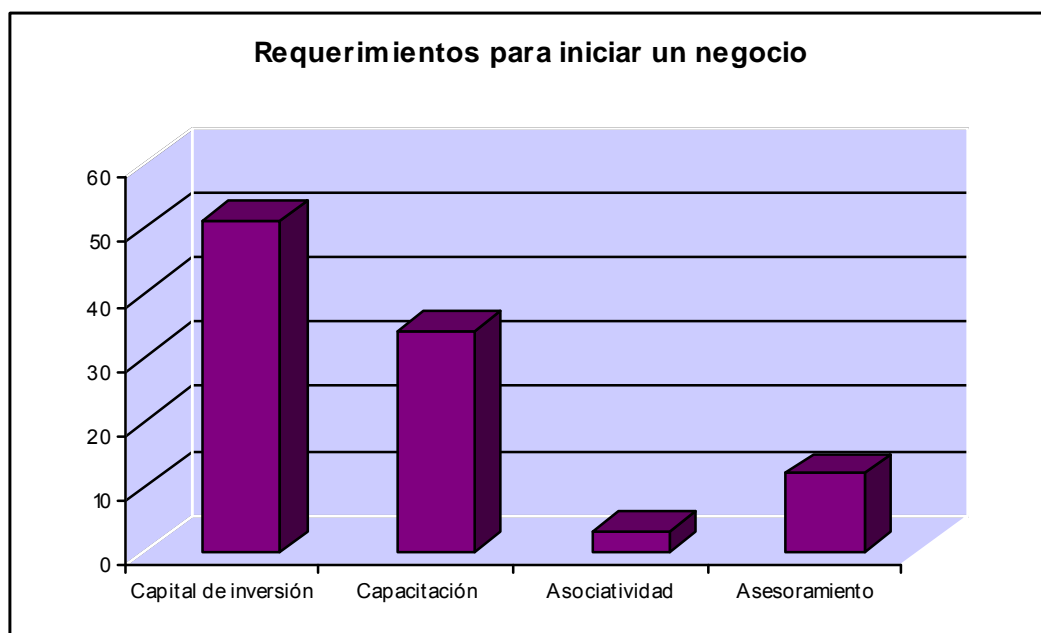
Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases
Elaboración: Geovanny Godoy

4.2.3 Requerimientos para poner un negocio

- El 51 % de los encuestados reportan que requieren capital de inversión.
- El 34 % capacitación
- El 3 % asociarse
- El 12 % asesoramiento técnico y legal

GRAFICO No. 07

Requerimientos para iniciar un negocio



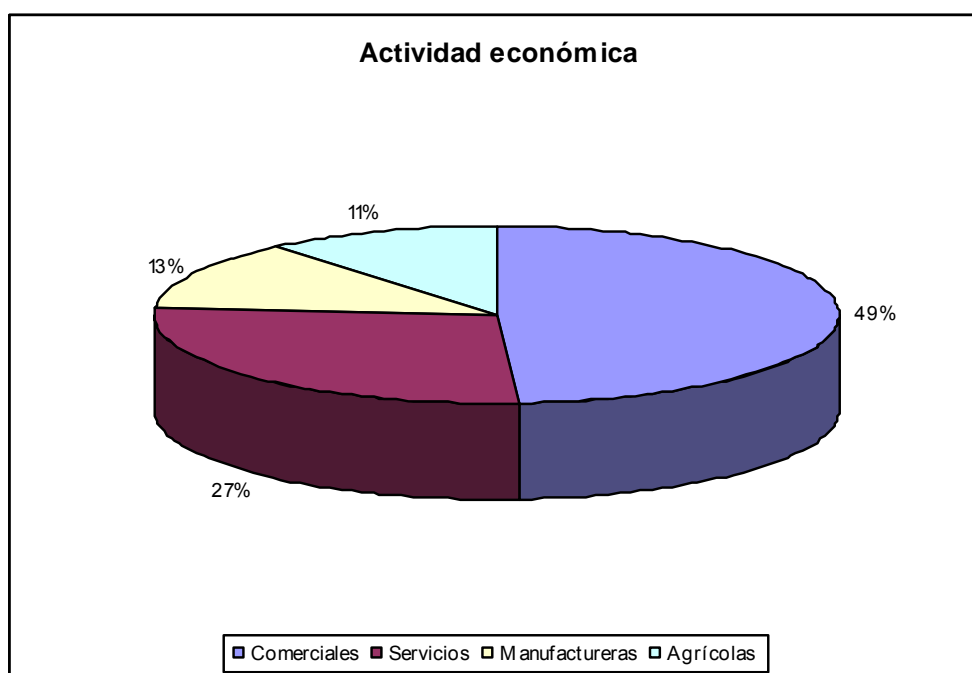
Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases
Elaboración: Geovanny Godoy

4.2.4 Actividades económicas que realizarían

- El 49 % Comerciales
- El 27 % Servicios
- El 13 % Manufactureras
- El 11 % Agrícolas

GRAFICO No. 08

Actividad económica



Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases

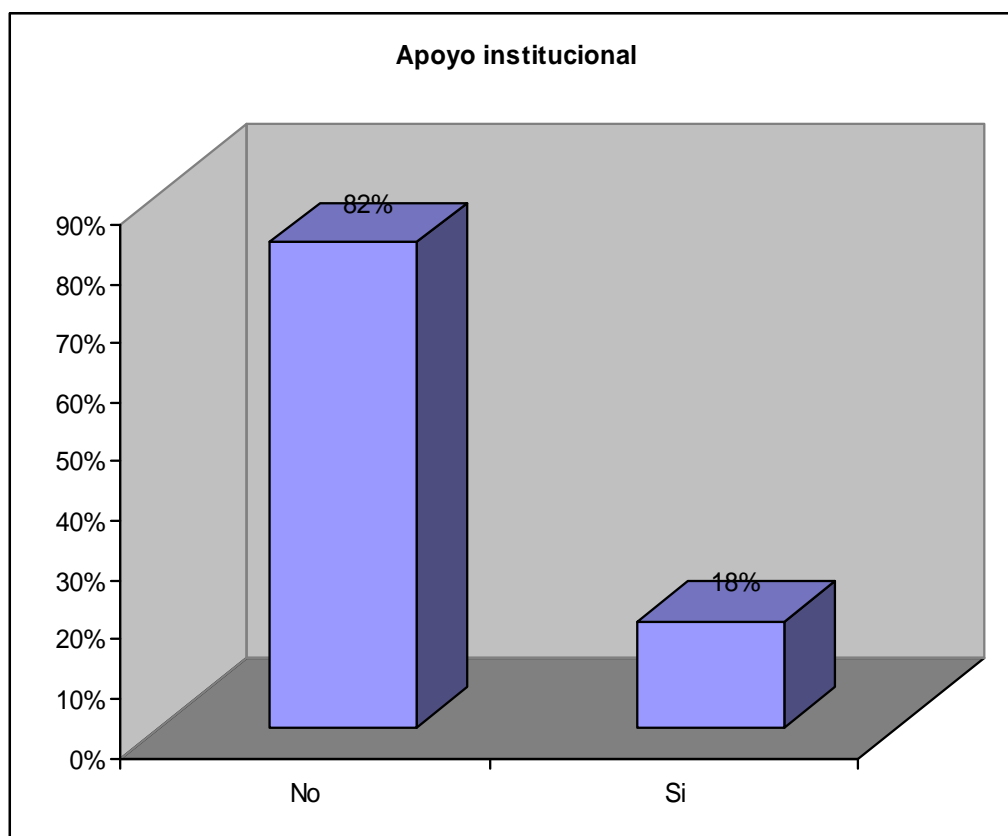
Elaboración: Geovanny Godoy

4.2.5 Apoyo institucional en capacitación y asesoría para su retiro

- El 18 % reporta que si tiene apoyo
- El 82 % informa que no tiene ningún apoyo.

GRAFICO No. 09

Apoyo Institucional



Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases

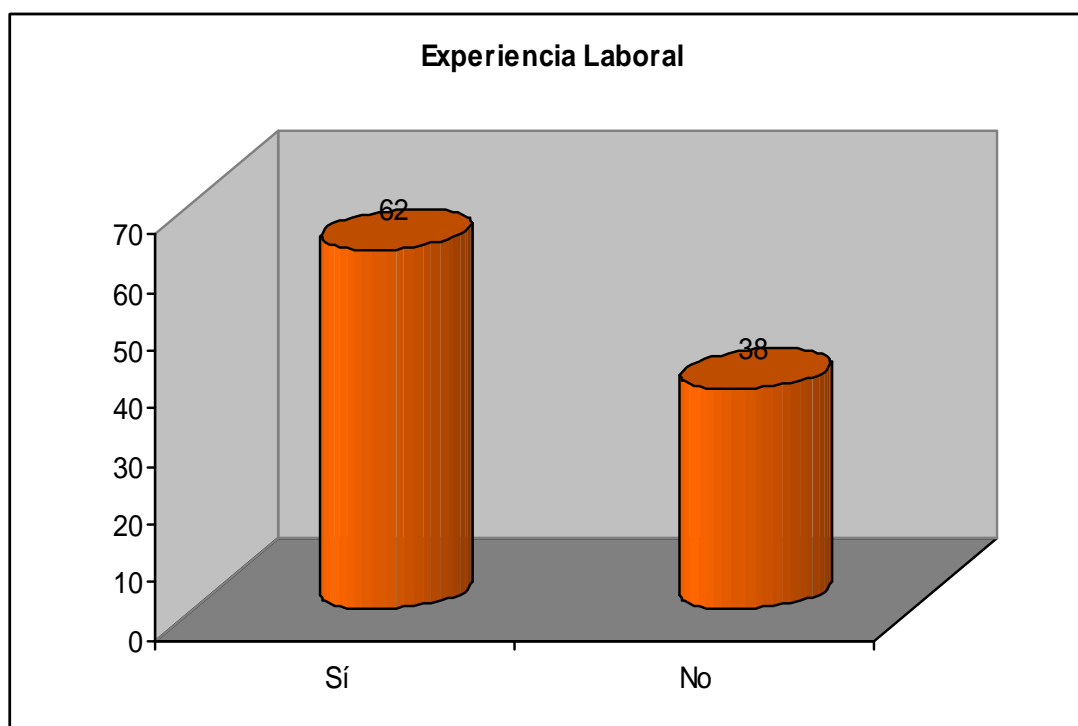
Elaboración: Geovanny Godoy

4.2.6 Experiencia laboral para generar autoempleo, inserción laboral e ingresos

- El 62 % afirma que si
- El 38 % restante que no.

GRAFICO No. 10

Experiencia Laboral



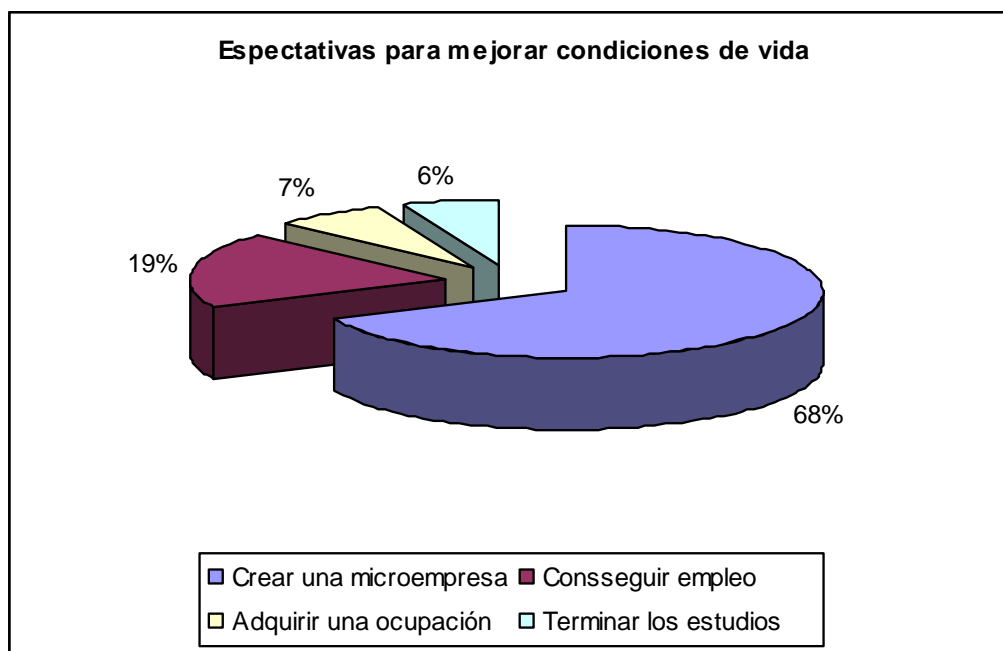
Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases
Elaboración: Geovanny Godoy

4.2.7 Expectativas de mejoramiento de condiciones de vida futura

- Crear una microempresa 68 %
- Conseguir Empleo 19 %
- Adquirir una Ocupación 7 %
- Completar sus estudios 6 %.

GRAFICO No. 11

Expectativas para mejorar condiciones de vida



Fuente: Resultado de la encuesta realizada al personal de clases
Elaboración: Geovanny Godoy

CAPITULO V

5 Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

El desarrollo del proceso investigativo permitió identificar las causas y el planteamiento de alternativas de solución al problema generado por la falta de una política en la Institución policial que permita al policía, luego de cumplir su tiempo reglamentario de servicio en la Institución, es decir se retira del servicio policial, para insertarse a la sociedad civil como un elemento útil a la sociedad y a su familia, viviendo en condiciones de vida dignas; para ello se aplicó una encuesta al personal policial, con el fin de identificar los orígenes del problema, la misma que nos llevó a proponer una estrategia de desarrollo de acciones efectivas en el corto plazo, que se sustenta en incluir eventos de capacitación para la generación de microempresas, en el que el mando policial juega un papel muy importante para que sea incorporado en el Plan Operativo Anual Institucional y en los presupuestos institucionales.

Luego se diseñó la propuesta y se formularon estrategias y factores de éxito que son necesarios para que los mandos policiales acojan la propuesta lo respalden y lo implementen. Este proceso analítico nos llevó a las siguientes conclusiones:

5.1.1 En cuanto al diagnóstico realizado:

- El diagnóstico efectuado aplicando la encuesta al personal en posibilidad de retirarse de la Institución, evidencia una importante intencionalidad de crear microempresas, así lo afirmaron el 61 % de los encuestados, adicionalmente un 24 % informaron que necesitan previamente capacitarse, aspecto que induce a formular que se debe elaborar un programa de entrenamiento en gestión microempresarial basado en un plan de negocios básico que involucre la siguiente temática: Análisis del escenario donde va implantar el pequeño negocio, investigación de mercado, aspectos administrativos, financieros y fundamentalmente técnicas de mercadeo que le permita minimizar los riesgos de la inversión en un mundo microempresarial heterogéneo y de alta competitividad.
- Se detecta que el 51 % de los encuestados requieren de capital, es de esperar que los fondos de jubilación que reciben se convierta en un capital semilla que les permita iniciar la actividad microempresarial, para ello en los procesos de capacitación que se desarrollen deben considerar un modulo que involucre la administración financiera con énfasis en cálculo de utilidades, reservas y fomento de procesos de capitalización, en razón de que uno de los problemas álgidos del microempresario es la falta de capacidad de gestión en el manejo de los ingresos, que no lo destinan a la reinversión si no al autoconsumo.

- El 49 % afirma que la actividad más atractiva de negocios es la comercial, lo que nos lleva a concluir que la mayoría de futuros emprendedores realizará actividades de distribución de productos intermedios o finales, conllevando a plantear que en los procesos de capacitación que se desarrollen deben poner mayor énfasis en la investigación de mercado que es en último término la actividad que nos guiará a evidenciar las necesidades de los clientes potenciales y a diseñar una estrategia competitiva para satisfacerlos.
- Un 82 % de los encuestados afirmó que requieren del apoyo institucional, por lo que es fundamental que se apliquen tácticas de inducción y concientización al Mando institucional y a las Planas Mayores para que la capacitación en microempresas sea parte de los procesos de mejoramiento del personal, principalmente aquellos que están por salir de las filas policiales.
- Uno de los aspectos que debe resaltarse en este estudio es que el 62 % manifiesta tener conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes y valores para el trabajo lo que se constituye en una fortaleza y oportunidad para que con una capacitación técnica básica, desarrollen su capacidad emprendedora.

- El 68 % del personal que respondió a la encuesta informó que la creación de microempresas es una opción válida y sustentable al ser indago sobre las expectativas futuras como ciudadanos civiles.

5.1.2 Sobre la propuesta de crear microempresas:

La aplicación de las herramientas administrativas de análisis aplicados, permitieron identificar que la creación de microempresas es una de las opciones valederas. Consistentes con las expectativas e intenciones confirmadas en las encuestas aplicadas a los señores clases.

- La microempresa en el Ecuador se ha constituido en una de las opciones más idóneas para la generación de autoempleo, de acuerdo al marco teórico expuesto, las opciones de actividades de negocios tienen una amplia gama de oportunidades en áreas agrícolas, agropecuarias, comerciales, manufactureras, y de prestación de servicios.
- En cuanto a su constitución es simple debido a que los montos de inversión son inferiores a 20.000 dólares y pueden ser por cuenta propia o conformados por socios, en el aspecto legal se limita a cumplir requisitos tributarios como obtención del Registro único de Contribuyentes, Patente de funcionamiento municipal y en caso de manipulación de alimentos permisos sanitarios.

- La estructura organizacional es elemental, en el caso de asociatividad debe cumplir lo estipulado en el Reglamento de funcionamiento de microempresas, existiendo tan solo, una junta de accionistas, un administrador o gerente y unidades básicas de operación como la financiera, recursos humanos, adquisiciones y ventas.
- El marco legal no exige un manejo contable integral, se limita a registros básicos como de compras y ventas y de ingresos y gastos.

5.1.3 Sobre la propuesta de capacitación:

- La propuesta de capacitación formulada aborda temáticas desde como seleccionar ideas sustentables de negocios hasta los procesos de evaluación financiera del negocio.

5.1.4 Sobre los factores de éxito:

- Se determino que la sostenibilidad de la propuesta estará en función del apoyo y concientización que el alto mando policial de a la propuesta y sea considerada como una política institucional a ser ejecutada por la Dirección Nacional de Educación y tenga el financiamiento necesario.

5.2 Recomendaciones

Estas se resumen en las siguientes:

- Para que la propuesta tenga éxito y se constituya en un aporte a la gestión policial es indispensable que el alto mando policial apruebe y disponga la incorporación en el Plan Operativo Anual Institucional; que se programe cursos de microempresarios o emprendedores, para ello sugiero iniciar con el personal policial que presentará su retiro, los pertenecientes a las Unidades policiales de la ciudad de Quito.
- Se estructure un equipo de trabajo con instructores o formadores con amplio conocimiento sobre constitución de negocios, gestión microempresarial y administración de negocios.
- Se otorgue asesoramiento técnico y legal a los futuros emprendedores en la fase de constitución y operación.
- Estas acciones indispensables, contribuirán decididamente para que el personal que contribuyo con el cumplimiento de la misión policial, tenga una vida futura digna y fructífera, siendo un ente activo dentro de la sociedad.

- Finalmente, sugiero que como experiencia piloto se podría iniciar con un grupo de por lo menos 200 Clases, que se retiren del servicio activo institucional, quienes desarrollarían todo el proceso en el Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional SECAP, para luego a través de una evaluación de impacto verificar si los resultados esperados se han obtenido para finalmente implantarlo a nivel nacional
- La capacitación, se la puede realizar trimestralmente, empezando los meses de marzo, junio, septiembre y diciembre del 2010; marzo para quienes hayan presentado su retiro los meses de enero, febrero y marzo; junio para aquellos que presentaron su retiro los meses de abril, mayo y junio; septiembre para aquellos que solicitaron su retiro los meses de julio, agosto y septiembre; y, diciembre para aquellos que presentaron su retiro los meses de octubre, noviembre y diciembre; se prevé la implementación trimestralmente en el 2010; ya que en el presente año se la llevara a cabo por fases, según lo detalla el cuadro No. 04 que se presenta en la propuesta.
- Se adopto como Institución idónea para esta capacitación, al SECAP, por la experiencia que tiene en esta área y por tener oficinas a nivel nacional; ya que de llegar a implantarse esta propuesta en primera instancia como Plan Piloto en la ciudad de Quito; podrá implementarse luego en el resto de ciudades, beneficiando a todos aquellos clases que se retiren de la Institución a nivel República.

CAPITULO VI

6 La Propuesta

6.1 Formulación de la propuesta.

Una vez concluida la investigación, se propone que la Policía Nacional, a través de la Dirección Nacional de Educación, capacite al personal de clases que hayan presentado su separación voluntaria de la Institución; para tal efecto la capacitación se la llevara a cabo con el SECAP, y por ser este un plan piloto se llevara a cabo primeramente en la ciudad de Quito, se ha previsto que estas capacitaciones se las lleve a cabo con esta Institución por tener sus oficinas a nivel nacional.

6.1.1 Objetivo

El participante al final del proceso de enseñanza aprendizaje estará en capacidad de desarrollar competencias ocupacionales básicas para constituir, operar y evaluar una microempresa

6.1.2 Propuesta de capacitación aplicarse.

La propuesta curricular para las acciones de capacitación requeridas se resume en los siguientes módulos y temas:

UNIDADES MODULARES

TEMAS	DURACIÓN
--------------	-----------------

MODULO I

1. LA MICROEMPRESA	20 HORAS
---------------------------	-----------------

1,1 Características de la microempresa

1.2 Ventajas

1,3 Desventajas

1. 4 Causas para el fracaso de los negocios

1.5 Características del emprendedor

MODULO II

2. LA IDEA DE NEGOCIOS	20 HORAS
-------------------------------	-----------------

2.1 Origen de las ideas

2.2 Técnicas para la generación de ideas

2.3 Selección de las ideas

MODULO III

3. PROPUESTA DE NEGOCIOS 10 HORAS

3.1.1 PRODUCTOS QUE SE PODRÍA ELABORAR:

- Artesanías
- Bebidas
- Dulces
- Productos alimenticios
- Productos para la construcción
- Productos de limpieza
- Productos de vestir
- Productos decorativos
- Productos para las empresas
- Productos químicos

3.2 SERVICIOS

- Alquiler de artículos
- Capacitación
- Catálogos guías
- Deportes
- Distribución
- Eventos Sociales
- Mantenimiento de hogares

- Servicios para animales
- Recreación
- Rehabilitación
- Saludos cordiales, Servicios de mantenimiento
- Servicios a empresas
- Servicios a personas

MODULO IV

4. DEFINICION DEL NEGOCIO 30 HORAS

El plan de negocios

- Entorno económico y social
- Recursos
- Personal
- Administración
- Comercialización
- Manejo financiero

Resumen ejecutivo del plan de negocios

MODULO V

5. INVESTIGACION DEL MERCADO 30 HORAS

- Planificación
- Fuentes de información
- Diseño y aplicación de encuestas
- Interpretación de resultados

MODULO VI

6. PLAN DE VENTAS 20 HORAS

- Segmentación del mercado
- Análisis de la competencia
- Análisis FODA
- Determinación de objetivos, metas y estrategias
- Cronograma de aplicación

MODULO VII

7. PLAN FINANCIERO 30 HORAS

- Cálculo de la inversión requerida
- Presupuesto, ventas, costos y gastos
- Gastos de constitución y operacionales

- Mercadeo para tenderos y minoristas – Alfonso Parada – Colombia – 2002
- Contabilidad Básica – Ramiro Proaño – 2005 – Ecuador

CUADRO No. 04

Cronograma de implantación de la propuesta

CRONOGRAMA DE IMPLANTACION DE LA PROPUESTA									
No.	ACTIVIDADES	DURACION (meses)	FECHA		RESPONSABLES	PRODUCTOS (resultados)	TRIMESTRES		
			INICIO	FIN			II	III	IV
FASE I									
1	PLANIFICAR	1	mar-09	abr-09	Comandancia	Propuesta			
1.1	Presentación de la propuesta				Equipo de trabajo				
1.2	Aprobación de la propuesta				Dirección de Educación				
FASE II									
2	HACER	1	may-09	ago-09	Equipo de trabajo	Informes			
					Dirección de Educación				
2.1	Difusión de la propuesta								
2.2	Ejecución de las acciones programadas								
FASE III									
3	VERIFICAR	1	sep-09	nov-09	Equipo de trabajo	Informes			
					Dirección de Educación				
3.1	Verificar los resultados								
FASE IV									
4	ACTUAR	1	dic-09	dic-09	Equipo de trabajo	Informes			
					Dirección de Educación				
4.1	Estandarizar los procedimientos aplicados								
4.2	Evaluar el impacto								

Fuente: Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP)
Elaborado: Geovanny Godoy Cueva

6.1.3 Pasos para la creación de la Microempresa (síntesis)

CUADRO No. 05

Matriz de Operatividad de la Microempresa

MATRIZ DE OPERATIVIDAD DE LA MICROEMPRESA				
No.	TIPO DE MICROEMPRESA	ACTIVIDADES	PRODUCTOS	RESPONSABLES
1	CONSTITUCIÓN LEGAL			
1	Personas Jurídicas			
		Asociación de menos de 10 personas	Socios emprendedores	Personas naturales
		Contratar Abogado	Escritura de constitución	Notario
		Contratar Abogado	Estatutos de la microempresa	Junta de accionistas
		Elegir Presidente	Junta de accionistas gerente	Junta de accionistas
		Trámite en el SRI	RUC de la microempresa	Administrador o Gerente
		Trámite en el Municipio	Certificado de Uso de suelo del local	Administrador o Gerente
		Trámite en el Municipio	Patente municipal	Administrador o Gerente
		Trámite en el Municipio	Permiso sanitario municipal	Administrador o Gerente
		Intendencia	Permiso Intendencia (bares, restaurantes)	Administrador o Gerente
		Inscripción en el Registro Mercantil	Registrarse en el Registro Mercantil	Administrador o Gerente
	Personas Naturales			
		Trámite en el SRI	RUC de la microempresa	Emprendedor
		Trámite en el Municipio	Certificado de Uso de suelo del local	Emprendedor
		Trámite en el Municipio	Patente municipal	Emprendedor
		Trámite en el Municipio	Permiso de funcionamiento intendencia	Emprendedor
		Intendencia	Permiso Intendencia (bares, restaurantes)	Emprendedor
2	ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA			
	Personas Jurídicas			
		Capacitación	Emprendedores capacitados	Junta de Accionistas
		Designación de Gerente	Gerente	Junta de Accionistas
		Arriendo o compra de local	Local	Gerente
		Compra de equipos, maquinaria o herramientas	Equipos y maquinaria	Gerente
		Organización estructural	Estructura organizacional	Junta de Accionistas
		Organización contable	Libros de registros contables	Gerente
		Contratación de personal	Personal Administrativo y Operativo	Gerente
	Personas Naturales			
		Capacitación	Emprendedor capacitado	Emprendedor
		Organización contable	Libros de registros contables	Emprendedor
		Arriendo o compra de local	Local	Emprendedor
		Compra de equipos, maquinaria o herramientas	Equipos y maquinaria	Emprendedor
		Contratación de personal	Personal Administrativo y Operativo	Emprendedor
3	ORGANIZACIÓN COMERCIAL			
	Personas jurídicas y naturales			
		Solicitud de capacitación	Capacitación a socios o emprendedor	Junta de accionistas / emprendedor
		Investigación de mercado	Informe	Gerente / emprendedor
		Elaboración de plan de negocios	Plan de negocios	Gerente / emprendedor
		Solicitud de crédito	Capital de trabajo	Gerente / emprendedor
		Identificación de proveedores	Banco de proveedores	Gerente / emprendedor
		Identificación de clientes	Portafolio de clientes	Gerente / emprendedor
		Elaboración de plan de ventas	Plan de ventas	Gerente / emprendedor

Fuente: Marco Teórico del Proyecto
Elaborado: Geovanny Godoy Cueva

6.1.4 Condiciones y factores de éxito

La aplicación de la propuesta, requiere de varias condiciones indispensables para que tenga éxito la implantación de la propuesta:

- El apoyo del alto Mando Policial para que se adopte como política de capacitación, formar a emprendedores de pequeños negocios, direccionado al personal que se encuentre en condiciones de retirarse del servicio policial.
- Se capacite a formadores o facilitadores de los procesos de enseñanza aprendizaje microempresarial.
- Se apruebe la propuesta curricular de curso formulada
- Se diseñe material instruccional para una enseñanza objetiva
- Se incorpore en los Planes Operativos de la Dirección Nacional de Educación este tipo de curso.
- Se incorpore en el presupuesto de la Institución policial, recursos para el desarrollo de estas acciones.

6.1.5 Descripción de la Unidad de Gestión que se encargara de Implantar la Propuesta

De acuerdo a la propuesta formulada, la Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional, a través de su Departamento Técnico Pedagógico, será la encargada de incorporar en el Plan Operativo Anual, como un proyecto

Pedagógico los cursos de capacitación para el personal de Sargentos Primeros y Suboficiales de la Policía Nacional.

A continuación, se describe el Marco Legal y Operativo de la DNE, que participara en la Implantación de la propuesta:

6.1.5.1 Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional

Misión

Planificar, Dirigir, Establecer normas, Supervisar y Evaluar los Procesos de Formación, Capacitación, Perfeccionamiento y Especialización del Personal Policial a través de la estructura que conforma el SISTEMA EDUCATIVO DE LA POLICÍA NACIONAL.

Visión

Formación Integral sustentada en valores éticos, morales y profesionales que garanticen un servicio eficiente y eficaz a la Sociedad Ecuatoriana, mediante la capacitación y especialización de los miembros de la Institución.

Objetivos

- Proporcionar una Formación Profesional, Humanística, Científica y Tecnológica al Personal, que permita el cumplimiento de la misión Institucional

- Perfeccionar permanentemente al personal en las diversas jerarquías, para que pueda cumplir con idoneidad, los cargos y funciones previstos en la organización de la Policía Nacional.
- Especializar al personal de la institución en los diferentes servicios Policiales, para brindar un mejor servicio a la comunidad.
- Estimular en el personal policial el espíritu de investigación y la actividad creadora, en la formación, perfeccionamiento y especialización.

Políticas

- Fomentar la Unidad de Doctrina y fortalecer la Integración en el Sistema Educativo Policial
- Desarrollar la capacidad Intelectual y creadora del personal policial, respetando su identidad de persona para convertirle en agente de cambio social
- Modernizar e incorporar niveles de gestión administrativa de calidad en los diferentes Centros Educativos Policiales

Estrategias

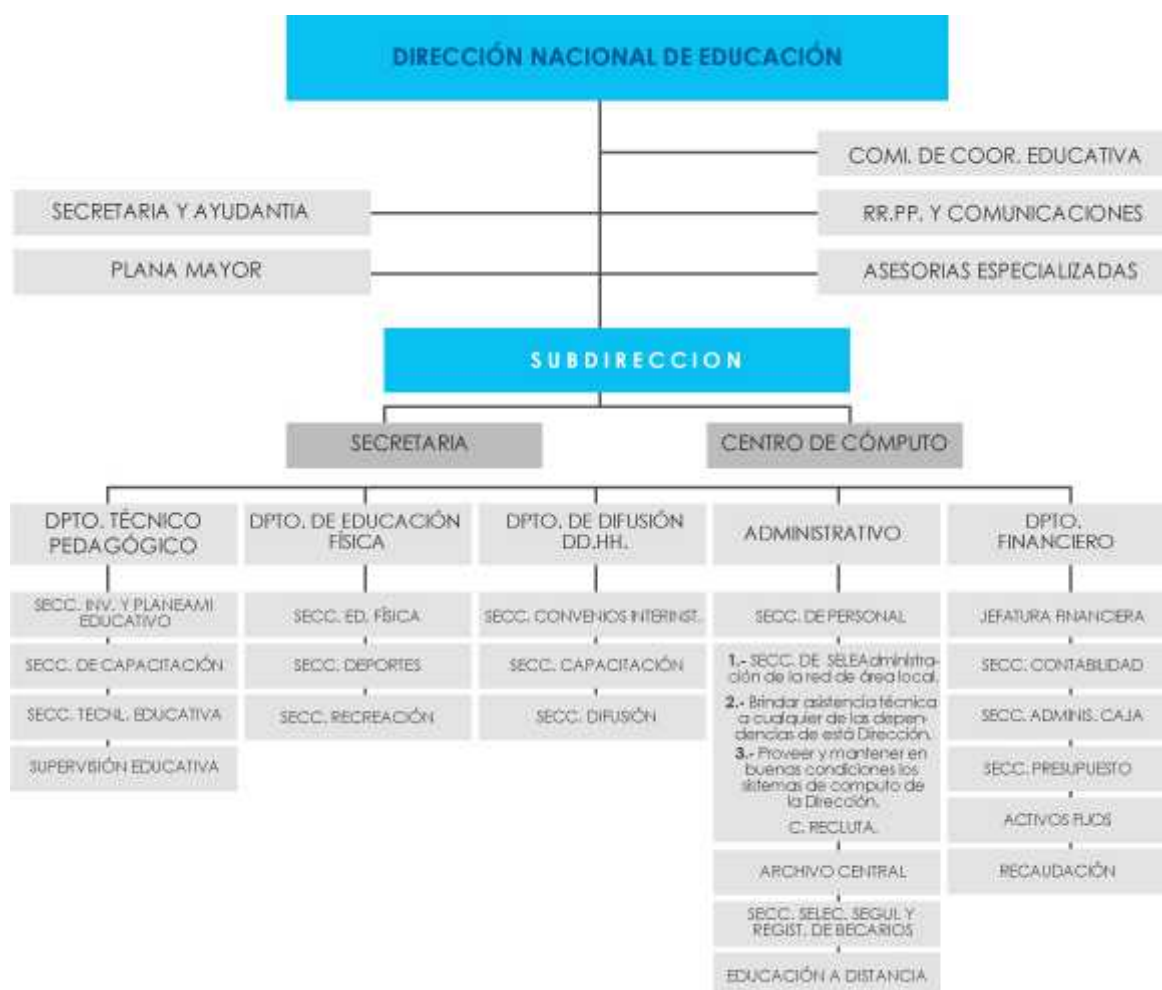
- Formular políticas que guíen la gestión de la educación y capacitación continua del personal policial
- Desarrollar programas de capacitación para el mejoramiento continuo.

- Concretar alianzas estratégicas con centros de educación superior nacionales e internacionales.

- Establecer un sistema de evaluación progresiva de los procesos de educación y capacitación policiales.

GRAFICO No. 12

Organigrama estructural de la Dirección Nacional de Educación



Fuente: Dirección Nacional de Educación de la Policía Nacional
Elaborado: DNE.

Referencias

Bibliográficas

L. TORRES (1997) ***La microempresa, Creación, Formalización y Legalización Fundación Avanzar***. Quito: América.

W. MARIÑO (2001) ***500 Ideas de Negocios No Tradicionales y como ponerlas en práctica***. Quito:Andaluz.p.3

INVESTIGACION EKOS .(2004). **“PYMES El pilar oculto de la economía”**. *Ekos Economía y Negocios*. Volumen 126, p. 16-22

R. HIDALGO. (1999). **“Características de la Microempresa en el Ecuador-Curso. Herramientas de Análisis Económico- Financiero para la Prestación de Servicios a Microempresas**. Quito: INSOTEC.

M. DAVALOS. (1998). ***Microempresas: el coloso Desconocido de las Economías en Desarrollo Fondo para el Financiamiento de la Microempresa, Inc***, Quito: FONDOMICRO,

LABIM, Jaques, Jean, Marketing Estratégico, tercera edición McGraw-Hill – Colombia 2002.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill 2000.

ROJAS Patricio, Metodología de la Planificación Estratégica, LEROUX, Ecuador, 2001.

DUBRIN Andrew J., Fundamentos de Administración, 5^{ta} Edición, Internacional Thompson Editores, México, 2001. Pág. 232

CHIAVENATO Adalberto, “Administración en los nuevos tiempos”, Mc Graw Hill Interamericana S.A., Bogotá – Colombia, 2002

BENGOECHEA, Pujol Bruno, Dirección de Marketing y Ventas II, Cultura de Ediciones. S.A, 2000.

HAIR Joseph, BUSH Robert y ORTINAU David, Investigación de Mercados, Segunda Edición, McGraw-Hill Interamericana, México, 2005.

BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, Colombia 2000

PHILIP, Kotler, Introducción al Marketing, 2da. Edición Europea, Edición Prentice Hall Europa, Madrid – España. 2000.

PUJOL Bengoechea, Diccionario de Marketing, Cultural, S.A. 2001.

FERRELL O.C., Hartline, Lucas, Estrategia de Marketing, 2da. Edición, Editorial Thomson, México 2000. Pág. 364.

SANDHUSEN, Richard, Mercadotecnia, Edición en español, Editorial Continental México 2002.

GUILTINAN, Joseph, Gerencia de Marketing, Estrategias y Programa, McGraw-Hill, 6ta. Edición, 2001.

GARCÍA, Gary Flor, Manual de Elaboración de Proyectos, Institutos de Estudios Administrativos, Quito-Ecuador, 2001.

Horngren, Foster, Datar, Contabilidad de Costos un enfoque Gerencial, Prentice Hall, México 2002

SAPAG, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana 2000.

LUNA Osorio Luís, Terminología del Comercio Internacional siglo XXI, Primera edición, abril del 2002, Pudeleco Editores S.A.

CAGIGAL José Luís, Fundamentos Gerencia Financiera, Segunda edición, Quito-Ecuador, 2000.

CALVACHE, Molina, Antonio, Contabilidad de Costos, Talleres gráficos de Impretec en febrero del 2000, Quito- Ecuador.

ZAPATA Sánchez Pedro, Contabilidad General, 5ª Edición, Mc Graw Hill Editores, Colombia, 2004.

CAGIGAL José Luís, Fundamentos Gerencia Financiera, Segunda edición, Quito-Ecuador, 2000.

REINOSO Edgar, RIVADENEIRA Franklin, Derecho Laboral, Sur Editores, Ecuador, 2004 – 2005.

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, Instructivo Societario, octubre 2006.

CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES. (2003). **Ley de régimen Tributario Interno**. Quito:Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones. p. 11.

Reglamento de aprobación de las fundaciones, corporaciones y entidades económicas microempresariales expedido en el Registro Oficial No. 247 del 18 de Enero del 2001.

Revista EKOS, Octubre 2004 "PYMES El pilar oculto de la economía"

Net grafia

[<http://www.sipromicro.com/index.php?module=PostCalendar.html>],
Características, problemática e importancia de la Microempresa y la Pequeña Empresa en el sector informal de la Economía.

Anexos

A. Formulario de Encuesta

ENCUESTA AL PERSONAL DE LA POLICIA NACIONAL QUE PODRIA RETIRARSE DE LA INSTITUCIÓN.

I INFORMACIÓN GENERAL

Grado y Nombres del Encuestado: _____

Unidad: _____

Función: _____

Edad (años y meses): _____

Nivel de Educación: _____

Dirección domiciliaria: _____

Teléfono: _____

II ASPIRACIONES DEL ENCUESTADO

SUBRAYE LA RESPUESTA CORRESPONDIENTE

1. *¿Al salir de la Institución policial, que actividad a planificado realizar?*

Ñ *Capacitarse*

Ñ *Poner un negocio*

Ñ *Buscar trabajo*

Ñ *Incrementar la inversión en el negocio actual*

Ñ *Otra*

2. *¿Si esta pensando poner un negocio, que requiere?*

- *Capital de inversión*
- *Capacitación*
- *Asociarse*
- *Asesoramiento técnico y legal*

3. *¿Qué actividad económica desarrollaría? MARQUE CON UNA X*

Agrícola: *Manufacturera:*

Servicios: *Comercial:*

Otra:
Cual?

4. *¿Actualmente la Institución Policial le asesora o capacita para su retiro?*

Si *No*

5. *¿La experiencia laboral adquirida en la Institución Policial, le permitirá desarrollar una actividad productiva que genere ingreso?*

Si *No*

Porque: _____

6. *¿Qué piensa hacer a futuro, para mejorar su condición de vida?*

<i>Conseguir un empleo</i>		<i>Completar sus estudios</i>	
<i>Crear una Microempresa</i>		<i>Adquirir una Ocupación</i>	

Observaciones:

Firma del Encuestado: _____

Encuestador: _____