PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE ESMERALDAS

ESCUELA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO INTEGRAL A EMPRENDIMIENTOS DEDICADOS AL SERVICIO DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA CABECERA DE LA PARROQUIA TACHINA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FORTALECIMIENTO A EMPRENDIMIENTOS

AUTOR:

TATIANA CAÑOLA TELLO

ASESOR

Mgt. Roxana Benites

Octubre 2015

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial Mención Productividad.

_____

LECTOR 1

_____

LECTOR 2

_____

ASESORA

_____

DIRECTORA DE LA ESCUELA
Fecha: 2015

AUTORÍA

Yo, Tatiana Elizabeth Cañola Tello declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es original, autentica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas.

Tatiana Elizabeth Cañola Tello
CI: 0803457530

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas necesarias para completar mis estudios y nunca desmallar pese a las múltiples circunstancias cambiantes de mi vida.

A los miembros de los emprendimientos por la colaboración y predisposición a la hora de obtener la información necesaria para el planteamiento de este proyecto de tesis que sin duda alguna con su ejecución ayudará al desarrollo de provincia de Esmeraldas.

Agradezco a La Junta Parroquial de Tachina por el compromiso y apoyo en colaboración a la investigación y por las relaciones de unión con la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas para el beneficio de la Parroquia Tachina.

Agradezco a mi asesora de tesis Econ. Roxana Benites por toda su instrucción y dedicación apoyándome en el desarrollo de esta investigación; sin su esfuerzo este proyecto no se hubiera dado de la forma esperada.

También agradezco a mis profesores de la carrera de Administración de empresas por todos sus conocimientos impartidos para cumplir con mi formación universitaria y por su gran paciencia y guía.

Doy gracias a mi quería Tía Fabiola Tello quien siempre me impulsó a seguir adelante brindándome todo su cariño y apoyo incondicional en esta gran etapa de mi vida.

Con mucho afecto agradezco a mis compañeros por siempre interesarse por mi bienestar y en especial a mi querida amiga Antonieta Guerrero por estar a mi lado desde el primer año de esta carrera y brindarme su ayuda incondicional en todo momento.

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis se lo dedico a mi amada hija Sofía Isabella por ser mi motor de lucha y mi mayor inspiración.

A mi madre Diana Inés Tello Castillo por ser mi mejor ejemplo de mujer profesional y luchadora, por todo su apoyo económico y emocional, además de todos los valores que siempre inculcó en mí, y por confiar en que cumpliría con mi meta.

.

A mis queridos abuelos Alfonso Tello y Gloria Castillo que siempre me han apoyado de manera incondicional, sin ellos esto no sería posible.

A mí esposo Fabricio Añapa por ser esa persona maravillosa que constantemente buscó mi progreso y superación; y a mis hermanos Elías, Gabriela y Jeremy por toda la motivación y ayuda en estos años de mi carrera.

PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO INTEGRAL A EMPRENDIMIENTOS DEDICADOS AL SERVICIO DE ALIMENTOS UBICADOS EN LA CABECERA DE LA PARROQUIA TACHINA

RESUMEN

El presente proyecto de tesis inició con un diagnóstico realizado a los emprendimientos de servicio de alimentos que se encuentran en la parroquia rural Tachina de la provincia de Esmeraldas para de esta manera conocer la situación actual y real de los emprendimientos en los aspectos administrativos, contables y publicitarios, además de un diagnostico externo por medio de la satisfacción de los clientes, todo esto con el fin de elaborar una propuesta para el fortalecimientos de los emprendimientos para potenciar su crecimiento y desarrollo.

Esta investigación se pudo llevar a cabo con la ayuda de varias técnicas y herramientas de desde la observación previa mediante fichas y las posteriores en cuentas a los clientes a dueños de los emprendimientos. El análisis de los emprendimientos también se realizó mediante la herramienta FODA conociendo las principales debilidad objeto a ser atendidas.

Como resultado se pudo determinar que los emprendimientos se manejan de forma empírica y que sus responsables no tienen conocimiento de prácticas administrativas y de control que permiten controlar sus actividades y mejorar su situación.

Finalmente, se plantea una propuesta de capacitación para el fortalecimiento. Esta propuesta tiene dos enfoques, una destinada a la potenciación de las destrezas y habilidades personales de los emprendedores y el otro enfoque en todo lo referente a la administración correcta del emprendimiento. Es una propuesta que incorpora ejercicios prácticos y dinámicos que permiten poner en práctica real en función de sus actividades los conocimientos adquirido en cada una de las unidades de trabajo.

ABSTRACT

The present project of theses started with a diagnosis that was applied to entrepreneurship of the alimentary service, which is located in the rural parish church of Tachina in Esmeraldas Province, to know the present and real situation of entrepreneurship in the area of management, countable and publisher, apart from an external diagnosis which was applied to know client´s satisfaction, all this was applied to elaborate a proposal to make all the entrepreneurships stronger to foster its growing and development.

To carry out the investigation various techniques and tools were applied, starting with previous observation, by means of index cards and the posterior in the counts to the clients applied to the owners of the different entrepreneurships. The analysis of the entrepreneurships was also done by means of the FODA tools, to know the principal debilities to be full field.

As a result it was determined that, the entrepreneurships were operated in an empirical way and that the responsible on the activity do not have the appropriate knowledge of management practice and the control to manage their activities and bettering its situation.

Finally a proposal of training was set out, used for their strengthening. This proposal has two approaches, one devoted to the promotion of entrepreneurships' personal abilities and the other approach referred to the correct management of the entrepreneurship. It is a proposal that incorporates practical and dynamic exercises, which permits to put into real practice the activities to function, and the appropriate knowledge in each of the places of work

ÍNDICE

AUTORÍA…….. I

AGRADECIMIENTO…….. II

DEDICATORIA……. III

RESUMEN…….. IV

ABSTRACT……..…. VI

1. INTRODUCCIÓN 1

OBJETIVO GENERAL 3

OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3

1.1. INVESTIGACIONES RELACIONADAS 3

1.2. MARCO TEÓRICO 6

1.2.1. LA MICROEMPRESA 6

1.2.2. EMPRENDIMIENTO DE SUBSISTENCIA 6

1.2.3. LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN 8

1.2.4. MARKETING Y PUBLICIDAD 9

1.2.5. CONTABILIDAD BÁSICA 10

1.2.6. ATENCIÓN AL CLIENTE 11

1.3. MARCO LEGAL 11

1.3.1. OBJETIVOS PLAN DEL BUEN VIVIR RELACIONADOS AL PROYECTO DE TESIS 11

2. METODOLOGÍA 13

2.1LUGAR 13

2.2TIPOS DE INVESTIGACIÓN 13

2.3MÉTODOS 14

2.4TÉCNICAS- HERRAMIENTAS 15

3. RESULTADOS 16

3.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS. 16

3.1.1. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES 16

3.1.2. DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LOS EMPRENDIMIENTOS 18

SITUACIÓN ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS. 23

SITUACIÓN FINANCIERA 24

IMAGEN Y PUBLICIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS 25

TEMAS A FORTALECER EN LOS EMPRENDIMIENTOS 25

3.1.3. ANÁLISIS FODA DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE ALIMENTOS DEL SECTOR DE TACHINA **26**

3.1.4. MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA (FORTALEZAS, DEBILIDADES) Y EXTERNA (OPORTUNIDADES, AMENAZAS) **28**

ANÁLISIS DE LA UBICACIÓN FODA CON GRÁFICO **30**

3.2. PLAN PARA EL FORTALECIMIENTO DE HABILIDADES EMPRENDEDORAS **31**

3.2.1. ESQUEMA DE CONTENIDOS 32

FORTALECIMIENTO DE HABILIDADES Y CAPACIDADES DEL EMPRENDEDOR 34

OBJETIVOS DEL PLAN PERSONAL PARA EL EMPRENDEDOR 35

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 35

3.2.2. MODULO INTRODUCTORIO 37

UNIDAD I 37

AUTOCONFIANZA 37

LA AUTOESTIMA 40

UNIDAD II 41

LA MOTIVACIÓN DEL EMPRENDEDOR 41

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN EL EMPRENDEDOR 43

UNIDAD III 47

EL EMPRENDEDOR 47

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR 47

UNIDAD IV 49

EL LIDERAZGO EMPRESARIAL 49

CONTENIDO TEÓRICO "EL LIDERAZGO EMPRESARIAL" 49

3.2.3. PROPUESTA DEL PLAN DE CAPACITACIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR DE TACHINA **51**

ANTECEDENTES 51

OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN 53

ASPECTOS GENERALES 53

TEMÁTICAS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN 54

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 54

3.2.4. DESARROLLO DE CONTENIDOS DE CAPACITACIÓN **56**

UNIDAD I 56

ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 56
ORGANIGRAMA DEL NEGOCIO 58
UNIDAD II 65
EL PROCESO PRODUCTIVO 65
FODA ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL EMPRENDIMIENTO 68
UNIDAD III 70
EL MERCADO Y LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES 70
IMAGEN Y PUBLICIDAD 75
UNIDAD IV 77
LA CONTABILIDAD IMPORTANTE PARA LOS EMPRENDIMIENTOS 77
CONTROLANDO MIS GASTOS DE BOLSILLO 78
LOS COSTOS Y SU REGISTRO 79
REGISTRO DE LAS VENTAS DEL NEGOCIO 80
GANANCIA O PÉRDIDA 83
4. DISCUSIÓN 84
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 86
5.1. CONCLUSIONES 86
5.2. RECOMENDACIONES 87
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 88
7. ANEXOS 93

1. INTRODUCCIÓN

Tachina es una Parroquia que pertenece a la Provincia de Esmeraldas en Ecuador y según datos proporcionados por el INEC cuenta con 3982 habitantes (INEC, 2011).

La distancia existente entre Tachina y la ciudad de Esmeraldas es aproximadamente de 7 km siendo una extensión que por lo general al recorrerla en vehículo tiene un tiempo estimado de 5 minutos.

En cuanto al comercio, en Tachina existen 107 establecimientos comerciales de las principales actividades primarias de la parroquia (Gobierno Autónomo de Tachina , 2012).



Figura No 1: Localización de emprendimientos Cabecera Parroquia Rural Tachina

Referente al ámbito económico Tachina presenta un número considerable de personas dedicadas al comercio informal dentro de sus hogares; principalmente a la actividad consistente en la venta de comida.

Sin embargo se evidencia una problemática, la misma que tiene que ver con desorganización en cuanto a distribución de espacios internos de los comedores; otra disyuntiva notoria en esta parroquia es que los comerciantes presentan bajos niveles de conocimientos en temas referentes a la atención al cliente, inversión, seguridad alimentaria, señalética, imagen del negocio y publicidad. Temas que a su vez resultan ser necesarios para poder crecer y desarrollarse como microempresarios.

Esta investigación tiene como objetivo principal fortalecer a los emprendedores de servicios de alimentos ubicados en el paseo gastronómico de la Parroquia Tachina a través de acompañamiento técnico.

Con el primer objetivo se determinaron los mecanismos de manejo de los emprendimientos de la provincia de Esmeraldas ubicados en la parroquia rural de Tachina para llegar a identificar la problemática de los mismos y de esta forma brindar el aporte mediante un programa de capacitación dirigido para mejorar la actividad económica de los negocios y organizar las actividades administrativas, financieras y de proyección de imagen generando aportes que ayuden a los negocios en su progreso y desarrollo.

Mediante el segundo objetivo se logró atender al emprendedor, fortalecer sus capacidades mediante el plan enfocado en la motivación y el desarrollo personal de habilidades propias de estos, obteniendo las bases para el objetivo tres que consistió en realizar el diseño de un programa enfocado a mejorar el manejo del negocio donde se incorporaron prácticas administrativas y contables .

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una propuesta de fortalecimiento integral a emprendimientos de alimentos ubicados en la cabecera de la parroquia Tachina.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar la situación actual de los emprendedores dedicados al servicio de alimentos a través de un censo en la cabecera de la Parroquia.
- Establecer un plan para fortalecer las habilidades del emprendedor.
- Diseñar un programa para el fortalecimiento de los emprendimientos a través de la dotación de herramientas para su gestión.

1.1. INVESTIGACIONES RELACIONADAS

A diario en los medios y en el mundo globalizado cada día surgen nuevos negocios que llegan a existir por la fuerza de emprendedores en potencia, y que en muchos de los casos buscan mejorar las condiciones de vida propia y de sus familias.

"Estos emprendedores son la base para el crecimiento económico y la competitividad, los casos más sobresalientes que he podido ver son aquellos que se especializan en lo que hacen con mucha pasión y disciplina, ser el mejor en tu área es lo que te garantiza el éxito". (Aspra, 2013). Muchas empresas como aporte a la comunidad brindan programas de capacitaciones para formar nuevos emprendedores e instruir a microempresarios existentes.

Los emprendimientos sociales han proliferado con fuerza, pues donde la mayoría de personas ven un problema ellos ven una oportunidad para contribuir a la mejora de la sociedad y para el beneficio propio de auto sustentación (Curto Grau, 2012).

Múltiples investigaciones muestran la importancia de contar con el sistema de capacitaciones dirigido a microempresarios que manejan sus propios emprendimientos con la finalidad de mejorar el rendimiento y desempeño de los mismos, algunas de estas investigaciones son:

> "Elaboración de un plan de capacitación dirigido a microempresarios y comerciantes informales para la reestructuración del emprendimiento y desarrollo micro empresarial". Este proyecto se basa en realizar un plan de capacitaciones estandarizadas para microempresarios y comerciantes informales para su desarrollo empresarial apoyando al emprendimiento potencial; arrojando como conclusión que las capacitaciones motivaron a los microempresarios a fortalecer su cultura emprendedora y mejoraron en áreas específicas tales como las ventas y comercialización de los productos además del manejo del recurso humano. (López, 2014).

> **"**Diseño y ejecución de un plan de capacitación en temas de emprendimiento de microempresas comerciales artesanales dirigido a miembros de la (Fundación de capacitación y formación microempresarial para discapacitados) de la parroquia Calceta**"** (Cedeño, Gilses, Pincay, Vera, & Tuárez , 2011)**.**

En la investigación de López (2014) se muestra el insuficiente nivel de capacitación en temas de emprendimiento en microempresas artesanales realizadas por los alumnos, lo cual ha traído como consecuencia poca comercialización de sus productos y por ende un bajo nivel de ingresos en los beneficiarios. El mismo proyecto obtuvo como resultados que los temas impartidos cubrieron las falencias que presentaban la fundación logrando la mejora de los negocios y condiciones de vida más satisfactorias.

Las investigaciones mencionadas muestran el aporte significativo e indispensable de las capacitaciones para los microempresarios, las mismas que aportaron en su progreso permitiéndoles manejarse de un modo más efectivo.

Al referirse a los emprendimientos se involucran los de servicios de alimentos; estos son lugares donde se preparan y sirve alimentos a personas que requieren consumirlos.

Cuando los servicios de alimentos se manejan en forma empírica se incrementan los costos, producen trastornos alimentarios ya sea a través de enfermedades, deficiencias o excesos, se cae en repeticiones del menú y el comensal se queja frecuentemente, la

higiene tiende a ser deficiente, los procesos de los alimentos no son los adecuados y la materia prima se ve deteriorada, por todo lo anterior es necesario profesionalizar los servicios de alimentos utilizando mejores recursos a su alcance. (Fontanot, 2000).

Al incurrir en las mejoras de un negocio se debe considerar el tener en cuenta que el cambio no es únicamente externo, al referirse al local en el que se ofrecen los productos, sino más bien va de la mano con un cambio al interior el mismo que involucra de manera directa al personal que trabaja para el negocio y los recursos de tipo tecnológicos que si no se están empleando pueden llegar a incorporarse.

Las investigaciones realizadas han sido concluyentes respecto a la necesidad de promover la capacitación específica para aprender a crear empresas, a fin de impulsar el crecimiento económico, debido a que se desperdicia un gran número de oportunidades de negocio por falta de emprendedores con los conocimientos y habilidades requerido. (Rusque1996 ,Valera 2002, Campos 2003).

Para hablar de capacitación, instrucción y buenas prácticas en los negocios se puede considerar a la educación como una inversión en el capital humano, es decir, "como un bien de consumo y de inversión con el que perfectamente es posible lucrar" (Normand, 2014).

El emprendimiento no debe darse únicamente en una forma empírica este debe tener un proceso, se deben conocer técnicas y temáticas administrativas, financieras, de comercialización, motivo por el cual "aprender a emprender es clave en el mundo de hoy.

Las experiencias de los países que han logrado un buen nivel de desarrollo con equidad social se basan en la creatividad y capacidad laboral de sus ciudadanos, sustentados en sistemas educativos y de formación de calidad. Por ello, una de las principales capacidades y competencias que emerge y sobresale en estas experiencias de desarrollo es la del emprendimiento". (Barreda, 2010, pág. 5).

1.2. MARCO TEÓRICO

1.2.1. LA MICROEMPRESA

Es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 30 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio. (Torres Rodriguez, 2005).

"La microempresa tiene como misión, producir comercializar o intermediar bienes o servicios para la satisfacción de necesidades de la colectividad con calidad y eficiencia" (Monteros, 2005, pág. 20).

1.2.2. EMPRENDIMIENTO DE SUBSISTENCIA

Se define como "empresas formales o informales; unidades productivas dirigidas a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación, ni visión de crecimiento, con bajos niveles de ingreso y que no generan valor agregado, ni tienen perspectivas de crecimiento en ventas". (CIUDAD DE MEDELLIN, 2012).

Por otro lado Sarria y Tiribia (2004) definen la economía popular como "el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales".

El emprendimiento no se presenta de la misma forma y bajo las mismas circunstancias pero sin embargo si tiene el objetivo de crear empresa en base a él. La misma que requiere de un proceso que varía de acuerdo a las circunstancias y el medio o entorno.

Tabla No1.- Cuadro comparativo aspectos de las Pymes y las empresas

Pymes	Empresas
• **Costos elevados por desperdicio de materia prima.** • **Escasa capacidad de negociación.** • **Inadecuación de la maquinaria.** • **Insuficiencia de financiamiento.** • **Insuficiente capacitación del talento humano.** • **Falta de publicidad y potenciación del negocio** • **Inadecuada Atención al cliente.**	• Sistema eficiente de manejo de costos. • Mejores relaciones y manejo de proveedores. • Maquinaria de acuerdo a la producción. • Fuentes de financiamiento. • Personal capacitado constantemente. • Manejo del marketing y relaciones comerciales. • Utilización de técnicas y atención al cliente.

FUENTE: (Álvarez, S. A. Emprendedor. Salón de la Fama EOY, 13., Vinrub, R. UNA GUIA PARA EMPRENDEDORES. MEXICO., 2013,2009).

La sostenibilidad del emprendimiento por tanto requiere solucionar dos dimensiones: (a) dimensión del acto asociativo: ¿cómo establecer vínculos sociales entre trabajadores(as), articular individualidades, superar conflictos?; (b) dimensión de la acción económica: ¿cómo producir, distribuir o prestar servicios a costos adecuados, obtener y crear excedentes para distribuirlos? Estas dimensiones se refieren a la relación entre economía y solidaridad. (Lechat & Schiochet, 2004).

En adelante se recopilará la importancia de la formación para el éxito del emprendimiento. Alfonso Siliceo (2004) menciona: “la capacitación es el medio o instrumento que enseña y desarrolla sistemáticamente y coloca en circunstancia de competencia y competitividad a cualquier persona”.

La formación del emprendimiento, según Orrego (2009, pág. 69) “ha estado representada en un conjunto de manuales, técnicas, planes y procedimientos a la sombra del paradigma económico dominante”.

Por lo antes señalado, las microempresas o aquellos emprendimientos nacientes requieren fortalecimiento en temas específicos de organización, administración, marketing, contabilidad básica y atención al cliente.

1.2.3. LA ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Para poder iniciar con un proceso de capacitación ordenamiento y control se debe partir por el conocimiento de administración en el ámbito global y posteriormente direccionarlo a la administración en un negocio.

"La administración es la actividad por la cual se obtienen determinados resultados a través del esfuerzo y la cooperación de otros" (AMERICAN MANAGEMENT ASSOCIATION, 2008, págs. 20-21).

La administración consiste en la utilización de principios que parte del planificar lo que se desea llegar a cumplir, organizar y administra los recursos a utilizar, dirigir a los colaboradores y controlar que se lleve a cabo lo establecido.

Dentro de la administración encontramos el análisis del desempeño el que permite apreciar los resultados alcanzados a través del desarrollo de las actividades de la empresa. Esto implica llevar a cabo una reorganización interna y una revisión de la contabilidad de costos. Las maniobras a realizarse a fin de lograr la visión a largo plazo y los objetivos (Valda, 2010).

1.2.4. MARKETING Y PUBLICIDAD

La acción del marketing tiene como objetivo el brindar al cliente lo que el necesita y bajo las condiciones que lo requiere al dejar de lado lo que resulta más fácil oferta por parte del vendedor y enfocarse en lo que el cliente está demandando.

"La actividad de marketing de una empresa consiste en determinar las necesidades y los deseos de los mercados meta y satisfacerlos de forma más eficaz que los competidores" (Maximiano, 2008).

Sin la necesidad de gastar en grandes proyectos de investigación, una forma recomendable y muy práctica es escuchar qué es lo que tus clientes tienen que decirte acerca de los productos o servicios que vendes, sus respuestas u opiniones te ayudaran a conocer y reflexionar cómo ellos perciben tu negocio y cómo puedes mejorar tu oferta para superar sus expectativas. (Villar, 2008).

Vinrub (2009) señala que "Si las diferencias de un producto son pequeñas la sostenibilidad de la ventaja competitiva es frágil"

El tema publicitario entra en el contexto del marketing y sin duda abre las puertas al mundo del reconocimiento del negocio, consigue en las personas la identificación de un producto o empresa, ya que éste juega con la parte visual logrando la permanencia más prolongada de una marca o logotipo en las mentes de los consumidores, y Vinrub (2009) lo menciona al decir "La marca permite que el cliente tenga una idea clara del concepto del negocio".

La utilización de un marketing de manera adecuada "puede aumentar la demanda del producto" (Maximiano, 2008) lo que se desea con la utilización de estrategias de marketing es estimular la demanda del producto o servicio con acciones parciales como la imagen mencionada se menciona en el libro Los pilares del marketing. (Lopez , Ruiz, Machuca, & Viscarri, 2008).

1.2.5. CONTABILIDAD BÁSICA

Una vez que el emprendimiento empieza su actividad económica, es indispensable trabajar conceptos de contabilidad básica, así como la definición de los costos de producción.

El costo de producción es el conjunto de costos, compuesto por la adquisición de los materiales y partes, además del esfuerzo en que se incurre por la realización de los procesos y actividades para la obtención de un bien tangible o intangible. Está referido al costo de la materia prima y al costo de conversión o transformación, como son los costos de la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, sin embargo, cuando se trata de empresas prestadoras de servicios se denomina costos de servucción[1]. (Rodriguez , Chavez , Rodriguez Castro , & Chirinos, 2007).

Dentro de un emprendiendo, ya establecido pero que se maneja empíricamente es recomendable la determinación y el conocimiento de los costos de producción los mismo que permiten lograr las ventas deseadas, ya que parten de lo que se necesita y lo que se utilizó para producir.

La determinación de los costos llega a representar para la empresa un instrumento para la toma de decisiones además permite el análisis de varias alternativas a la hora de calcularlo.

La correcta asignación de costos, y entre más directa sea ésta, dará como resultado un mejor costeo de los productos. Esto permite a la organización, a partir del establecimiento de un precio de venta, conocer a nivel de mercado qué tan eficiente y efectivamente se están llevando a cabo los procesos de la empresa. (EAFIT, 2007).

[1] Servucción. Es "la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinadas" (Ferraro, 2004)

1.2.6. ATENCIÓN AL CLIENTE

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Gómez H. S., 2003 , pág. 221).

Cuando un negocio cuenta con conocimientos para su administración también debe tener presente uno de los aspectos más importantes como es el trato al cliente, siendo este el pilar principal para que el cliente compre y recomiende a la empresa.

El efecto principal de la atención al cliente es aumentar el grado de satisfacción de sus necesidades y por tanto su fidelidad y continuidad en la empresa, además es un elemento de medida en diversos sistemas de gestión de calidad en la empresa. (Fernández, 2013).

Según una encuesta realizada por la agencia Quelch & Ash el 31% de los casos de mala atención al cliente se deben a causas pequeñas pero estas causas representan un peso específico que hacen bajar el nivel de calidad del servicio.

En la primera comunicación cara a cara con el cliente se tiene que poner en juego todas las habilidades para causar buena impresión, conseguir captar la atención del cliente desde el primer momento (Serrano, 2011).

1.3. MARCO LEGAL

1.3.1. OBJETIVOS PLAN DEL BUEN VIVIR RELACIONADOS AL PROYECTO DE TESIS

Esta investigación se relaciona con el Plan Nacional del Buen Vivir (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017) que sin ser un cuerpo legal,

guía la planificación del Ecuador, en el objetivo cuatro que tiene el fin de fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía indicando que:

"El conocimiento como acervo colectivo es, además un, catalizador de la transformación económica y productiva". Para lo que se necesita de una instrucción basada en los conocimientos técnicos mediante las "transferencias de conocimiento a sectores productivos" como el de servicios de alimentos el mismo que requiere de una potenciación para el aprovechamiento de lo que éste genera.

Con este proyecto se ayuda a impulsar las capacidades ya demostradas por los ciudadanos encaminándolas a la utilización de estas como instrumento para el desarrollo propio logrando que, lo que actualmente se brinda llegue a darse en las mejores condiciones, utilizando los mejores recursos y empleando las alternativas más viables.

"Se deben fortalecer la prestación de servicios con valor agregado" (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017) partiendo con una instrucción proveniente de la educación universitaria la que es apoyo indispensable, ya que en muchos de los casos a quien se le dirige la capacitación u fortalecimiento no ha tenido la oportunidad de acceder a este tipo de instrucción, queriendo lograr en este caso que el servicio de alimentos obtenga una ventaja competitiva, y se impulse la calidad del servicio.

También está ligado al cumplimiento del Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas. "Fortalecer los esquemas de formación ocupacional y capacitación articulados a las necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral" (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017).

Esto es sin duda a lo que se apunta ya que este proyecto parte con una base considerando que es una formación destinada a la rama en la cual se están ocupando los microempresarios, brindando más estabilidad a esta actividad de auto sustento, fortaleciendo en aquellas "necesidades del sistema de trabajo y al aumento de la productividad laboral".

El ayudar a potencializar el trabajo de los ciudadanos permite de poco ir consiguiendo objetivos macro como el potenciar el desarrollo de la economía ecuatoriana, al tener una

población económica mente activa y más aún bajo circunstancia donde son dueños de sus propios negocios.

2. METODOLOGÍA

2.1 LUGAR

La propuesta está realizada para ser ejecutada en la parroquia Rural Tachina del cantón Esmeraldas, localizado en la zona occidental norte del país, a una distancia aproximada a la ciudad de Esmeraldas de 7 km.

La investigación se desarrolló desde el mes diciembre 2014 a septiembre 2015, trabajo que incluyó visitas a la comunidad, observación técnica, conversaciones con los directivos de la Junta Parroquial de Tachina y posteriores visitas aleatorias para determinar el movimiento y manejo de los emprendedores.

Con la finalidad de que se lleven a cabo las capacitaciones para estar concluyendo con el proyecto planteado en el mes de septiembre con la exposición de los resultados obtenidos.

2.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Es una investigación de campo de carácter descriptivo, para esto se aplicó las diferentes técnicas de recolección de información que ayudaron a describir la situación actual de los emprendimientos, analizadas desde un contexto como cliente.

Al ser descriptiva, partiendo con una recolección de los datos por medio de una descripción de comportamientos y actividades identificadas para la posterior interpretación del material o datos obtenidos.

De tal manera se lograron aclarar las preguntas de la investigación y por ende aclarar hipótesis previamente determinadas como: La carencia de registros y control de los movimientos del negocio.

La recolección de datos es el proceso de vincular conceptos abstractos mediante un plan organizado para poder clasificar los datos disponibles en función del concepto que el investigador tiene en mente. (Gómez, 2006).

La recolección de los datos se dio mediante observaciones previas recogiendo información en fichas que ayudaron a tener una persecución de los emprendimientos al actuar como clientes de varios de los negocios consumiendo sus productos y viendo aspecto de relación con el cliente, con lo que luego se tuvo bases con las que se elaboró un formato de encuesta a clientes con un número de 196 encuestados, además se realizó un censo a los comerciantes determinando el número de emprendimientos del sector, realizando preguntas específicas para conocer sobre prácticas actuales, problemas afrontados, y la apertura y aceptaciones a cambios que éste proyecto puede aportar.

Con la información obtenida se describieron la situaciones en que están los emprendimientos y las percepciones de los clientes frente a lo que estos negocios les ofrecen, y así se elaboró la propuesta en función de los requerimientos analizados para ser atendidos y potencializados.

2.3 MÉTODOS

El método que se utilizó para la presente investigación fue el deductivo pues partimos de un problema en concreto para así llegar a conclusiones y generar soluciones pertinentes para el estudio.

“El método deductivo es un método de razonamiento que consiste en tomar decisiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006).

En este caso se inició con lo que se encuentra establecido de manera universal o de las prácticas generales de servicio de alimentos apropiados y posteriormente se lo comparó

con cada uno de los aspectos u actividades determinadas en este caso, ya sean prácticas o mecanismos de operación y atención manifestados por los emprendedores.

2.4 TÉCNICAS- HERRAMIENTAS

a) Encuesta

Para llevar a cabo el presente trabajo se emplearon técnicas tales como la encuesta dirigida a los microempresarios dedicados a los servicios de alimentos como a sus clientes, con varias preguntas vinculadas en uno de los casos a aspectos personales, a temas importantes para aplicación y el otro caso con un enfoque hacia la calidad del servicio y producto.

El número de clientes a encuestar es de 196 personas determinado con la fórmula de la muestra para población finita.

En el caso de los emprendimientos se realizará encuestas al 100% de los microempresarios de los servicios de alimentos realizando un censo para su determinación.

b) Observación Directa

Se observó el mecanismo de operación de los emprendimientos, de manera individual, para determinar las igualdades y desigualdades de los mismos.

Realizada con el manejo de fichas de observación en varias visitas los días de semana y los fines de semana.

c) Herramienta FODA

Para construir el diagnóstico de la situación actual y real de cada uno de los emprendimiento de servicio de alimentos se realizó un análisis de fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas que experimenta obteniendo los resultados mediante las fichas de observación y el censo realizado a cada uno de los negocios.

3. RESULTADOS

3.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS.

3.1.1. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

a) Frecuencia de clientes

Mediante la recolección de los datos en el sector de Tachina se pudo determinar que los emprendimientos de servicio de alimentos cuentan con clientes fijos que visitan el sector y demandan de sus productos.

De los 196 encuestados el 74% son clientes frecuentes que acuden a consumir los productos, principalmente por la variedad; como indican las encuestas, que el 41% de los clientes asisten a esta zona por dicha variedad.

Un aspecto importante que se evidencia, es que la frecuencia de compra es constante.

b) Productos más consumidos por los clientes

Los productos más consumidos son; en primer lugar la tortilla de choclo con el 61%, seguido del maduro con queso con un 55%.

c) Presentación de alimentos

Más del 50% de los clientes coinciden en que la presentación de los alimentos no es la más apropiada, y la califican como regular. Mientras que el 30% de los encuestados la califica como mala; debido en gran parte a la falta de empaques adecuados para llevar los alimentos que no son consumidos en el local y otra situación es la manipulación de los alimentos por la misma persona que realiza el cobro.

d) Satisfacción y comodidad con las instalaciones

Referente al grado de satisfacción y comodidad con las instalaciones del negocio se pudo determinar que el 49% de los compradores indican que casi siempre las instalaciones se encuentran ordenadas. Dentro de este resultado también interviene la insatisfacción en el retraso de la limpieza de las mesas posterior al consumo de cada cliente.

Otro punto es que el espacio es reducido provocando que las mesas, sillas y demás recursos no estén ubicados en el sitio adecuado.

En cuanto a la comodidad en el espacio donde se sirve los alimentos los clientes indican que, no se ofrece un servicio cómodo obteniendo un 83% en los resultados considerando que muchos de los emprendimientos se encuentran en la vía principal por la cual transitan muchos vehículos pesados los que causan inseguridad y problemas al contaminar los alimentos.

e) Precios de productos

Un punto positivo se encuentra en el establecimiento de los precios de los productos ya que en su gran mayoría, el 70% de clientes se encuentran satisfechos con los precios que pagan por los productos. Va de la mano con la variedad de productos que los clientes manifiestan encontrar en el sector Rural Tachina.

Considerando de esta manera que los clientes pese a las incomodidades e insatisfacciones están dispuestos a adquirir los productos ya que los ofrecen a precios cómodo y accesibles.

f) Situación de imagen y publicidad

Los resultados de imagen y publicidad muestran que no hay satisfacción con este punto considerando que falta una señalización clara y expresiva que ofrezca la información necesaria respecto a los productos que se ofrecen; esto es algo que genera incomodidad al cliente considerando que debe acercarse directamente a preguntar lo que se ofrece.

3.1.2. DETERMINACIÓN DE LA SITUACIÓN INTERNA DE LOS EMPRENDIMIENTOS

En la Parroquia Rural Tachina se manejan varios emprendimientos dedicados a la misma actividad concerniente a la venta de alimentos.

a) Características de los emprendimientos

El mayor número de emprendimientos son de tipo familiar creados por mujeres ubicadas en el rango de edad de 41 a 50 años, con estado civil sotera y que son las cabezas de familia en sus hogares.

El 68% solo llegó a cursar los estudios secundarios, seguidos de un 23% que llegaron a terminar la primaria y solo el 9% en la actualidad están estudiando la universidad.

b) Actividades de los emprendimientos

Los emprendimientos se dedican a la venta de alimentos elaborados a base de productos del medio y el 64% de los microempresarios concuerdan haber empezado su actividad, por no tener otra alternativa de empleo queriendo ser dueños de sus negocios.



Figura No. 2 -Nota: Se encuestó a 22 emprendimientos de la parroquia

Dando a conocer de esta manera que muchos de estos emprendimientos en la actualidad se encasillan en emprendimientos de subsistencia los mismos que requieren manejar planificación y tener proyecciones de crecimiento.

Las actividades son desarrolladas en sus propios hogares como lo indica el mayor número de resultados, más del 80% son dueños del lugar donde venden los alimentos. Solo un 4% alquilan el espacio físico, sin dejar de mencionar que también existe un número de comerciantes que realizan las actividades de forma ambulante trasladándose a la vía principal para realizar las ventas.



Figura No. 3

c) Tiempo que tienen los negocios desarrollando su actividad

El mayor número de negocios hasta la fecha tienen de 2 a 5 años de funcionamiento, generados en su gran mayoría posterior a la construcción de los puentes y el malecón de Tachina lo que les brindó la oportunidad de tener ventas considerando que existe más afluencia de vehículos y turistas por el sector; siendo esta una de las oportunidades para ser explotada su actividad.

Sin embargo también se presentan negocios con una existencia de más de 16 años y pese a este dato se evidencia la falta de desarrollo y crecimiento de estos, representando una de las más grandes debilidades de los negocios sector.

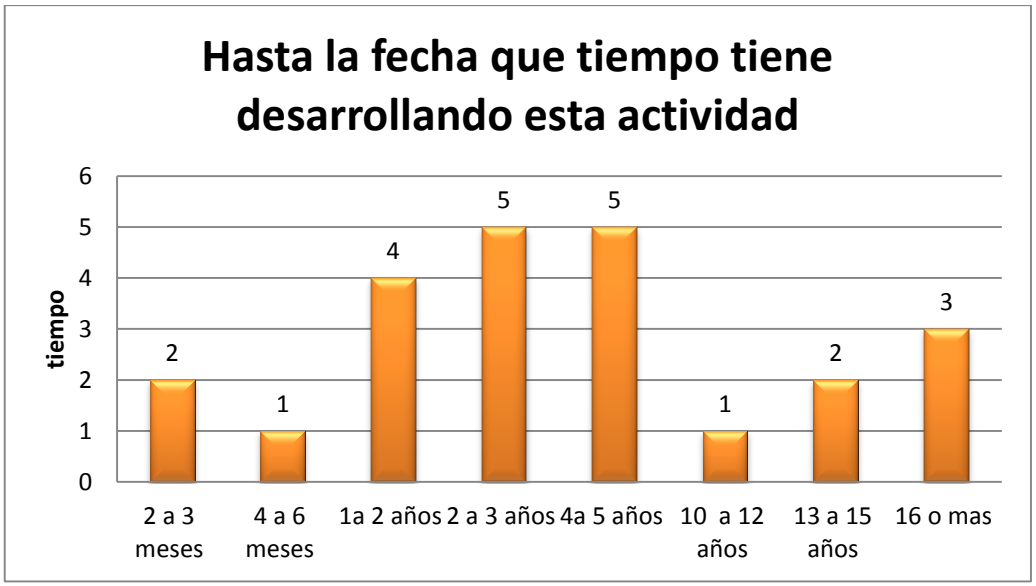


Figura No. 4

d) Dificultades que muestran los emprendimientos

Uno de sus principales problemas es que no ha existido de forma continua ese apoyo con cursos o programas de capacitación que permitan mejorar sus actividades.

Los negocios no disponen del espacio necesario para la elaboración y venta de los productos, partiendo del hecho que todas las actividades realizadas se desarrollan en las veredas de sus viviendas, generando malestar e inconvenientes en la vía.

En muchas de la situaciones los costos de querer solventar un arriendo resultan poco favorable para las posibilidades de los negocios motivo por el cual se ven obligados a llevar a cabo las actividades en los hogares, ocupando parte de las calles principales.

Varios de los negocios tienen problemas para conseguir la materia prima con la que trabajan, no tiene un proveedor establecido.

e) Tipos de productos ofrecidos

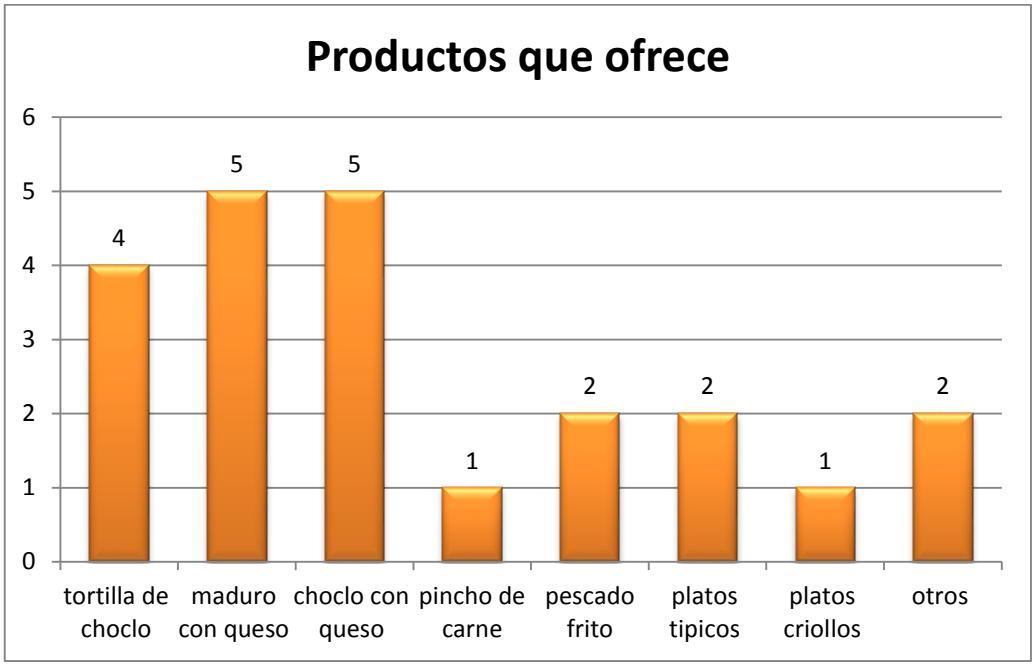


Figura No. 5

El mayor número de negocios coinciden en la venta de varios alimentos que encabezan los resultados siendo estos: maduro con queso, choclo con queso, tortillas de choclo. Los mismos resultados coinciden con los realizados a clientes del sector.

Esta situación ha propiciado que se establezcan nuevos negocios que ofertan otro tipo de alimentos como se puede ver en las columnas 5,6 y 7 tales como; pescado frito, platos típicos, bolones de verde entre otros; todos estos datos muestran la ventaja del sector, considerando que gracias a esta variedad hay gran afluencia de clientes.

f) Días donde se realiza el mayor número de ventas

Los dias en los cuales se realiza el mayor número de ventas son los fines de semana sábado y domingo que son los días en que más se ve afluencia de perosnas y vehículos por la vía principal de Tachina dirigiendose a los diferentes balnearios de la provincia aprovechando con una parada en la Parroquia Tachina para degustar los diferentes productos.

Este dato también es interesante ya que permite determinar qué días se pueden considerar para aplicar estrategias que ayuden a mejorar las ventas que no resultan ser muy atractivas los dias lunes y miércoles.



Figura No. 6

SITUACIÓN ADMINISTRATIVA Y ORGANIZACIONAL DE LOS EMPRENDIMIENTOS.

a) Planificación de los emprendimientos

Los emprendimientos del sector carecen de la utilización de técnicas y planes que permitan tener un control de cumplimiento de las actividades, desconociendo de este modo el camino, dirección, propósitos y alcances de los mismos; con la falta evidente de metas, objetivos, misión, visión de sus negocios y prueba de ellos es el tiempo que tienen funcionando y los pocos cambios y avances que se han presentado.

Es decir todas las actividades y el manejo de los emprendimientos es realizada de forma empírica utilizando como recursos únicos la experiencia que tienen desarrollando esta actividad en el sector.

b) Recurso humano.

Algunos de los emprendimientos que ofrecen este servicio de alimentos son manejados por varios miembros de una familia como se mencionó en puntos anteriores o incluso ajenos a la misma, y sin embargo no cuentan con una estructura organizativa establecida que permita a los integrantes del negocio conocer las actividades claras objeto a ser desarrolladas, dando paso de esta manera a la confusión en los cargos o tareas y la falta de entrega o compromiso al cumplimiento en el negocio ya sea por parte de familiares o personas contratadas es otro de los problemas que afrontan.

c) Control interno administrativo.

Existe un número muy reducido de emprendimientos que llevan una hoja de registro de las actividades proyectadas a realizarse y las que se llegaron a efectuar en el mes, sin embargo se debe mencionar que este registro también es realizado empíricamente.

Pocos negocios censados llevan a cabo un control de la materia prima con la que laboran realizando pequeños registros que respaldan estos movimientos y adquisiciones.

En el caso de las reglas y políticas organizacionales no hay unas establecidas que permitan que los miembros se acojan y respalden con ellas.

SITUACIÓN FINANCIERA

i. Control de ingresos y gastos

Este tipo de control se lleva de forma muy básica o poco recomendada ya que varios casos no realizan la constatación física de los gastos en los que han incurrido para realizar sus ventas mensuales, percibiendo que en su gran mayoría no se realizan proyección de ventas y tampoco se conocen los números exactos de unidades vendidas por cada tipo de producto.

ii. Los ingresos percibidos en la actividad desarrollada por los emprendimientos

Según los resultados el mayor número de clientes perciben ingresos inferiores al sueldo básico sin embrago existe un margen de error en este resultando ya que no existen registros contables que respalden los estimados dados por los dueños de los negocios.

IMAGEN Y PUBLICIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS

El tema de imagen y publicidad llama la atención; siendo una de las debilidades más notorias presentadas por los negocios partiendo del hecho que más del 50% no tienen un nombre o rotulo que los distinga, que indique lo que se ofrece, horarios de atención o datos similares.

TEMAS A FORTALECER EN LOS EMPRENDIMIENTOS

El 64% de los encuestados han recibido alguna vez una capacitación; sin embargo no se ha presentado un programa en el cual puedan ser parte todos los miembros del emprendimiento y entre los temas más importantes considerados a ser potencializados están ubicados los siguientes de acuerdo al grado de importancia.

3 Como invertir el dinero de la microempresa
4 Como administrar su negocio
5 Publicidad para atraer clientes
6 Atención al cliente
7 Calcular los costos de producción
8 Aprender a calcular los impuestos

Más del 90% de los emprendimientos les gustaría participar de un programa de capacitación que les permita fortalecer los aspectos antes mencionados, para de esta manera permitir el desarrollo y cambios de los negocios de Tachina, dejando de lado la administración de un negocio y su personal de forma empírica.

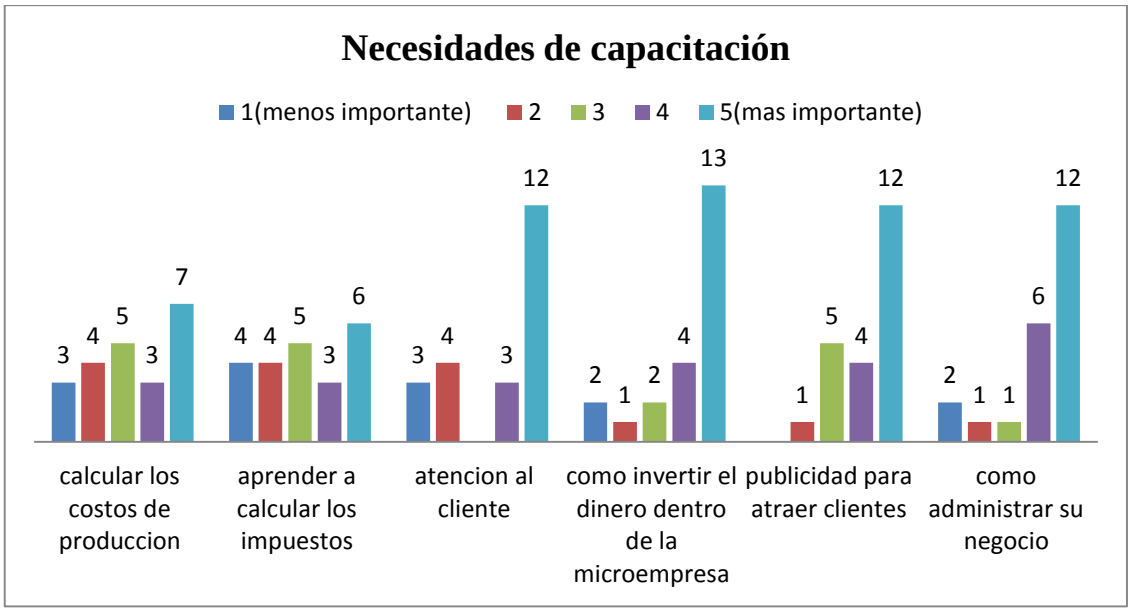


Figura No. 7

3.1.3. ANÁLISIS FODA DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE ALIMENTOS DEL SECTOR DE TACHINA

Para construir el diagnóstico de la situación actual y real de cada uno de los emprendimiento de servicio de alimentos se realizó un análisis de fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas que experimenta obteniendo los resultados mediante las fichas de observación y el censo realizado a cada uno de los negocios

Para realizar la valoración de la tabla FODA es necesario la construcción de las matrices de factores internos (EFI) y matrices de factores externos (EFE).

Tabla No2.- Análisis de la situación interna y externa de los emprendimientos

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
• **Experiencia del personal.** • **Constancia de clientes.** • **Experiencia en preparación y venta de alimentos.** • **Perseverancia de microempresarios** • **Precios bajos.**	• Cercanía a la ciudad de Esmeraldas. • Visión municipal de desarrollo. • Acceso a créditos y fondos concursables. • Fácil acceso por los puentes. • Desarrollo de la parroquia. • Gran frecuencia de compras.
DEBILIDADES	AMENAZAS
• **No conocen de aspectos administrativos.** • **Registros contables.** • **Planificación de actividades de los negocios.** • **No manejan publicidad/mala proyección de imagen.** • **Espacio físico de los negocios.**	• Nuevos competidores. • Alza de materia prima para la elaboración de productos. • Falta de proveedores de materia prima. • Competencia desleal.

3.1.4. MATRIZ DE EVALUACIÓN INTERNA (FORTALEZAS, DEBILIDADES) Y EXTERNA (OPORTUNIDADES, AMENAZAS)

Tabla No3.- Cuadro de calificación matriz EFI.

	PONDERACIÓN
Fortaleza mayor	4
Fortaleza menor	3
Debilidad menor	2
Debilidad mayor	1

Fuente: López (2013).

VALORACIÓN FODA MATRIZ EFI Y EFE

Tabla No4.- Matriz de Evaluación factores internos

FORTALEZAS	**VALOR**	**CALIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
Precios bajos	0,16	4	0,64
Experiencia del personal	0,16	4	0,64
Constancia de clientes	0,16	4	0,64
Perseverancia de los microempresarios	0,06	3	0,18
Experiencia en preparación y venta de alimentos	0,1	4	0,4
TOTAL	0,64		**2,5**
DEBILIDADES	VALOR	CALIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
No conocen de aspectos administrativos	0,09	1	0,09
Falta de registros contables	0,09	1	0,09
Falta de planificación de actividades de los negocios	0,05	2	0,1
No manejan publicidad	0,09	2	0,18
Poco espacio físico en los negocios	0,04	2	0,08
Total debilidades	0,36		**0,54**
TOTAL FORTALEZAS Y DEBILIDADES	1		**3,04**

Tabla No5.- Cuadro de calificación matriz EFE.

	PONDERACIÓN
Oportunidad mayor	4
Oportunidad menor	3
Amenaza menor	2
Amenaza mayor	1

Tabla No6.- Matriz de evaluación factores externos EFE.

OPORTUNIDADES	**VALOR**	**CALIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
Visión municipal de desarrollo	0,09	3	0,27
Fácil acceso por los puentes	0,09	3	0,27
Cercanía a la ciudad de Esmeraldas	0,11	4	0,44
Acceso a créditos y fondos concursables	0,08	3	0,24
Sector muy transitado	0,11	4	0,44
Desarrollo de la parroquia	0,06	3	0,18
Gran frecuencia de compras	0,12	4	0,48
Total oportunidades	**0,66**		**2,32**
AMENAZAS	**VALOR**	**CALIFICACIÓN**	**VALOR PONDERADO**
Nuevos competidores	0,05	2	0,1
Alza de materia prima	0,11	1	0,11
Falta de proveedores	0,12	1	0,12
Competencia desleal	0,06	2	0,12
Total amenazas	**0,34**		**0,45**
TOTAL OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	**1**		**2,77**

ANÁLISIS DE LA UBICACIÓN FODA CON GRÁFICO

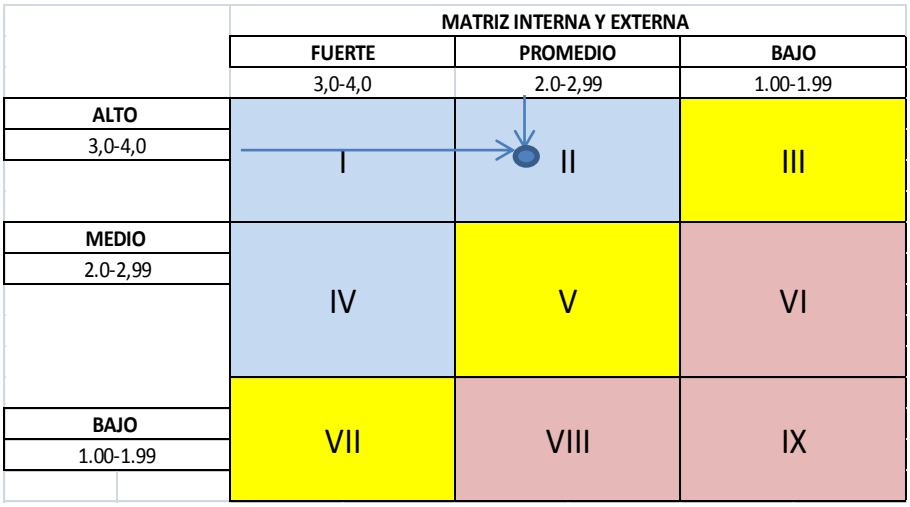


Figura No. 8 Ubicación grafica de los emprendimientos- Fuente: López (2013).

CUADRANTES	ESTRATEGIAS
I-II-IV	CRECER Y CONSTRUIR
III-V-VII	CONSERVAR Y MANTENER
VI-IX-VIII	COSECHAR O DESINVETIR

Figura No. 9 Significado de cuadrantes por ubicación FODA - Fuente: López (2013).

Los resultados muestran que el cuadrante donde se deben ubicar los emprendimientos del sector de Tachina es el cuadrante de celdas I, II, IV el mismo que recomienda crecer y construir; lo es respaldado con los resultados del censo donde se indica que pese a los años de existencia de los negocios no han desarrollado y adoptado prácticas administrativas, publicitarias, contables entre otros.

En la ubicación en este cuadrante se recomienda el desarrollo de mercado y de productos lo mismo que puede ser potencializado mediante el programa de capacitación y con la aplicación de estrategias de crecimiento.

3.2. PLAN PARA EL FORTALECIMIENTO DE HABILIDADES EMPRENDEDORAS

Producto del censo realizado a emprendedores del sector se determinó que el 86% son mujeres cabezas de familia, en una edad promedio de 34 años, solo el 14% de los emprendedores son hombres, de estados civiles solteros y en unión libre lo que totaliza un 68% de la población.

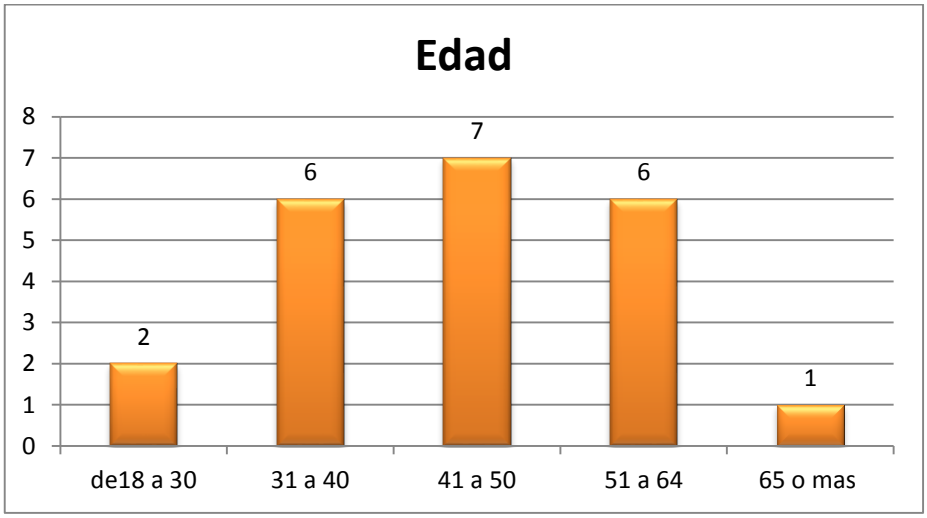


Figura No. 10.-Edad emprendedores Parroquia Tachina.

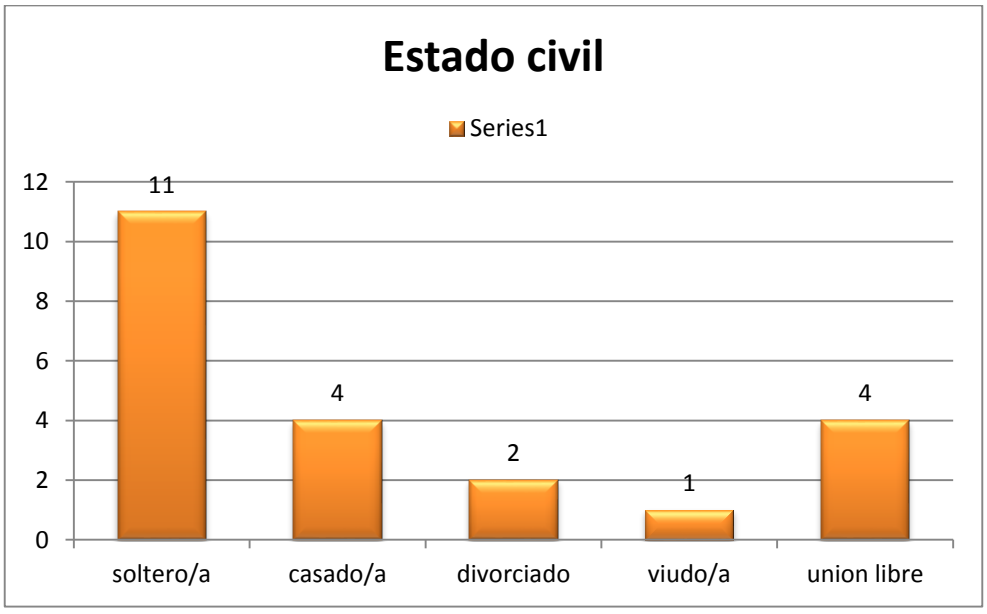


Figura No. 11.-Estado civil emprendedores.

Estos datos sociodemográficos orientan a realizar un trabajo que parte de la persona y las habilidades de éstas que si bien existen, necesitan de un fortalecimiento.

La manera más efectiva de administrar y conducir un emprendimiento es que la persona quien lo dirija refleje y tenga todas las actitudes y habilidades que permitan el desarrollo de toda la organización.

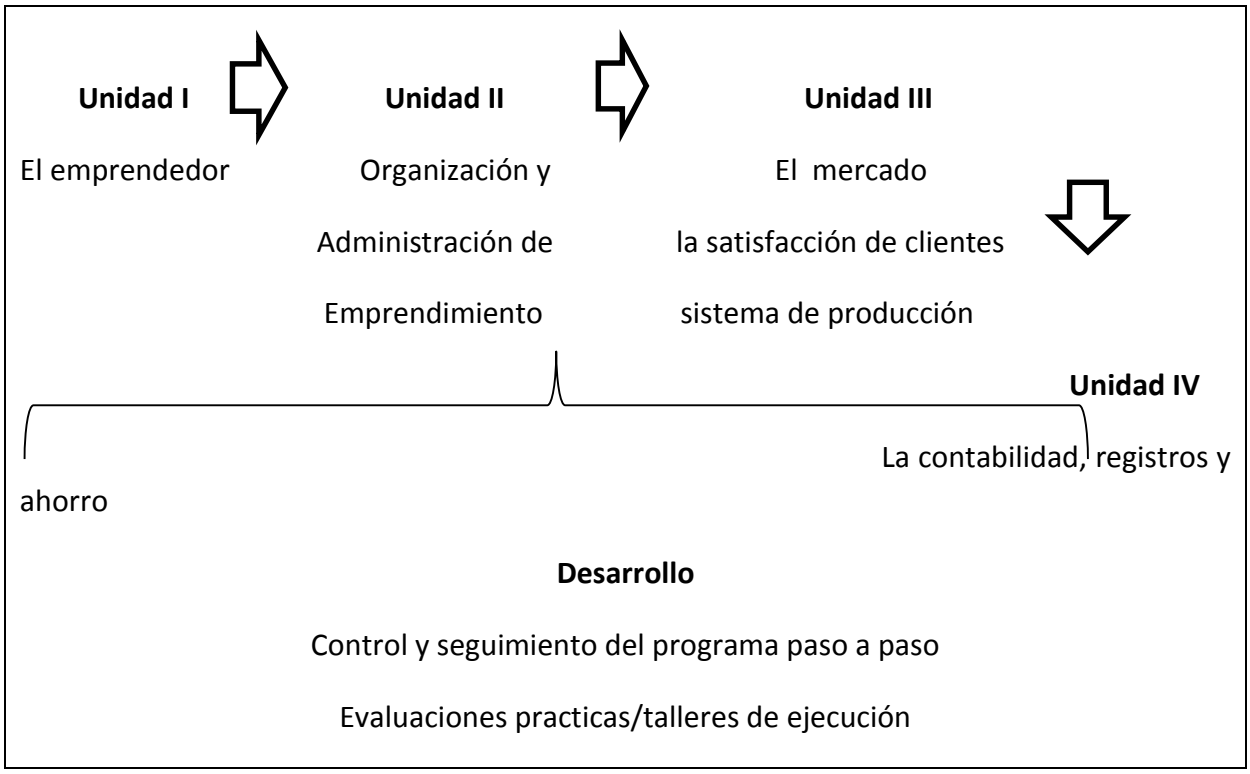
Las circunstancias poco favorables en la que se desenvuelven los emprendimientos como el hecho de ser conducido por personas solas y en su gran mayoría mujeres responsables de sus hijos provocan que los emprendedores líderes se desmotiven o confundas las responsabilidades familiares de aquellas que deben ser realizadas en sus emprendimientos.

Este plan logra que el emprendedor diferencie su rol y consiga el crecimiento personal y también profesional. Todo esto identificando las características propias de un emprendedor autoevaluando sus capacidades para hacer frente a innumerables circunstancias.

3.2.1. ESQUEMA DE CONTENIDOS

La propuesta que da este proyecto tiene dos enfoques en principio uno dirigido fortalecer, motivar y potencializar las habilidades del guía del emprendimiento y luego enfocada en el manejo de las actividades y organización del emprendimiento.

Tabla No7.- Esquema de contenidos para el fortalecimiento de emprendimientos.



Metodología tomada de: (Rodíguez Miranda , Fernández , & Sbrocca Assandri, 2011, pág. 48)

FORTALECIMIENTO DE HABILIDADES Y CAPACIDADES DEL EMPRENDEDOR



CAPACIDADES DEL EMPRENDEDOR

Antes de iniciar con el proceso de formación para el fortalecimiento de los emprendimientos es necesario trabajar sobre las características que todo emprendedor a nivel personal debe tener. Para el caso en cuestión la mayor parte de emprendedores son mujeres cabeza de familia, que han sido abandonadas por su esposo o que han sufrido algún tipo de separación con su pareja, por ello se plantea trabajar la autoestima, autoconfianza, motivación y creatividad.

OBJETIVOS DEL PLAN PERSONAL PARA EL EMPRENDEDOR

GENERAL

Fortalecer las habilidades y capacidades del emprendedor para su valoración personal.

ESPECÍFICOS

- Contribuir al mejoramiento de las condiciones de autoconfianza, motivación y creatividad del emprendedor.
- Motivar al emprendedor en el planteamiento de metas.
- Estimular el desarrollo de capacidades de liderazgo de los emprendedores.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma de actividades permitirá tener una guía de cómo se van a ir realizando los talleres y capacitaciones, los mismo que en algún caso pueden ser objeto de cambio considerando circunstancias de los participantes o capacitadores.

CAPACITACIÓN MEDIANTE:		
Talleres	Exposiciones	Trabajo individualizado de cada emprendedor
PLAZO DE EJECUCIÓN		(3 meses)
CAPACITADOR		Varios
ADMINISTRADO A:		Emprendimientos -sector Tachina

Elaborado por: Tatiana Cañola (2015).

<table>
<tr><th>UNIDAD I</th><th>DURACIÓN</th><th>PARTICIPANTES</th><th>FORMA DE TRABAJO</th></tr>
<tr><td>Presentación/ Motivación al emprendedor</td><td>1 HORA</td><td></td><td rowspan="19">INDIVIDUAL</td></tr>
<tr><td>Autoconfianza</td><td rowspan="5">4 HORAS</td><td rowspan="18">EMPRENDEDORES/ RESPONSABLES DEL EMPRENDIMIENTO</td></tr>
<tr><td>Que comprende</td></tr>
<tr><td>Ejercicio dinámico</td></tr>
<tr><td>El autoestima</td></tr>
<tr><td>Ejercicio dinámico</td></tr>
<tr><td>UNIDAD II</td><td rowspan="7">4 HORAS</td></tr>
<tr><td>Motivación del emprendedor</td></tr>
<tr><td>Ejercicio dinámico</td></tr>
<tr><td>Receso</td></tr>
<tr><td>Creatividad e innovación</td></tr>
<tr><td>Ejercicio dinámico</td></tr>
<tr><td>Cuestionario de autoevaluación</td></tr>
<tr><td>UNIDAD III</td><td rowspan="4">3 HORAS</td></tr>
<tr><td>El emprendedor</td></tr>
<tr><td>Características</td></tr>
<tr><td>Receso</td></tr>
<tr><td>Que comprende, ejercicio dinámico</td></tr>
<tr><td>UNIDAD IV</td><td rowspan="5">4 HORAS</td></tr>
<tr><td>Liderazgo empresarial</td></tr>
<tr><td>Aspectos básicos</td></tr>
<tr><td>Taller de liderazgo</td></tr>
<tr><td>Ejercicios prácticos</td></tr>
</table>

3.2.2. MODULO INTRODUCTORIO

ASPECTOS GENERALES

RESPONSABLES	PARTICIPANTES	COLABORADORES
PUCESE (Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas)	Fundadores/dueños de los emprendimientos Tachina	Gobierno Autónomo descentralizado de la Parroquia Tachina

NORMAS	SISTEMA DE EVALUACIÓN
• Puntualidad • Respeto • Asistencias regular • Participación de los participantes	• Mediante talleres • Lluvia de ideas • Conclusiones individuales • Ejercicios dinámicos por cada temática

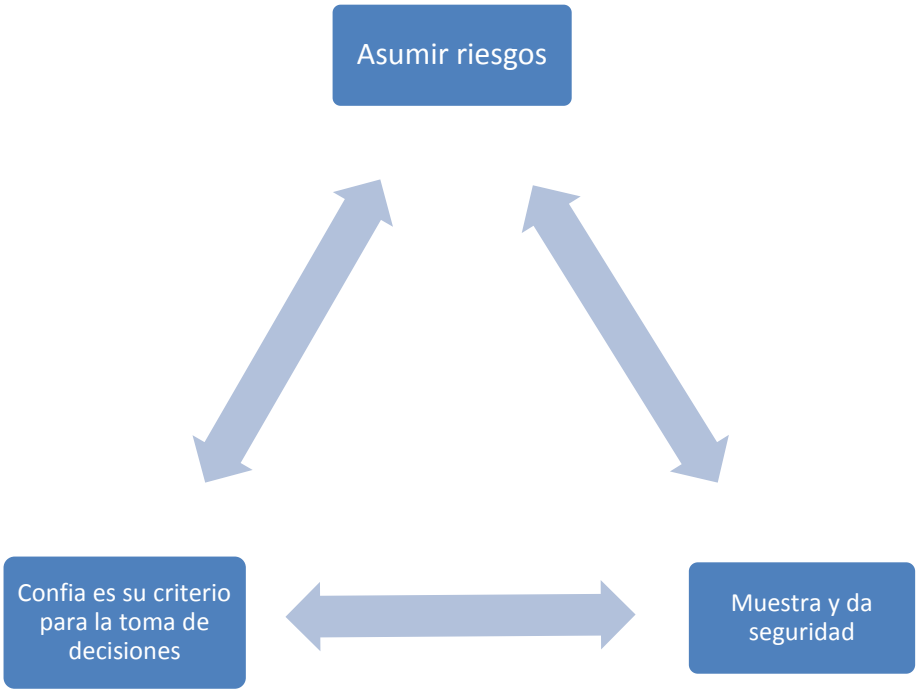
UNIDAD I

AUTOCONFIANZA

Al igual que una torre necesita de sus bases y pilares que son sus sostén principal el emprendedor necesita tener confianza en sí mismo, en sus ideas en su capacidad imaginativa en su capacitad creativa, todo ello en conjunto con una consideración propia llamada autoestima

La autoconfianza es poder confiar en uno mismo en lo que soy capaz de hacer y ante los que me estoy exponiendo con el fin de conseguir algo.

Decimos que la autoconfianza es la base por que una persona que tiene autoconfianza logra:



Algo importante de reconocer es que confiar en sí mismo no quiere decir que por esa confianza nunca se tendrá una equivocación en la toma de una decisión más bien nos quiere dar la pauta de afrontar los malos momentos y acogerlos como un aspecto positiva siendo este la experiencia.

EJERCICIO DINÁMICO AUTOCONFIANZA

TEMA	ACTIVIDADES	OBJETIVOS
LA AUTOCONFIANZA	Busca una libreta para trabajar y realiza tres listas: en una recopila los elogios que recuerdes que te hayan dicho otras personas a lo largo de tu vida; en otra enumera las capacidades y fortalezas que tú consideras que posees, y en un tercer listado enumera cosas que te hagan sentirte orgulloso de ti mismo (logros, actitudes ante alguna situación, etc.)	Determinar el valor de la personas. Y la confianza en sus aspectos positivos como sus fortalezas

Fortalezas:	**Elogios recibidos:**	**Estoy orgulloso de:**
Soy paciente Se escuchar a los demás	Pintas muy bien Eres muy divertido	Haber ayudado a un amigo en un momento malo. Haber aprobado el curso de computación.

Realiza el ejercicio pensando en todo aquello que te han dicho y lo que eres como persona.

- **En los elogios recibidos** ¿Cuánto te crees cada elogio? (enumera del 1 al 10: 1 no me lo creo y 10 creerlo completamente) Si no has puntuado todos los elogios recibidos con un 10 piensa: ¿qué pasaría si los creyeras todos 100%? ¿Qué cambiaría en tu actitud o en tu concepto de ti mismo?

9 **Tus fortalezas** ¿qué dicen de ti mismo? ¿Qué habilidades y recursos crees que hay detrás de cada fortaleza? ¿Hay otras fortalezas o valores que te gustaría fomentar?

10 **Las cosas de las que estás orgulloso**: ¿Qué dicen de ti mismo? ¿qué valores y qué habilidades hay detrás de cada una?

Fuente: (Graziano , 2015)

La autoconfianza logran la armonía y vinculación de tres capacidades: Imaginar, desarrollar y realizar.

El que se identifiquen aspectos y características propias de un emprendedor no pone la camisas de fuerzas a que una persona pueda ser considerada emprendedora si cumple con estas al 100% más bien ayuda a los emprendedores a tener un modelo de referencia que con el paso del tiempo y el cambio de acontecimiento se va puliendo.

LA AUTOESTIMA

El no tener autoestima afecta la confianza de una persona ya que la autoestima es ese conjunto de sentimiento sobre sí mismo, sobre considerarse importante, único valioso, capaz.

La autoestima también puede ser considerada una herramienta para mejorar y desarrollar relaciones con otras personas ya sean estas mi equipo colaborador o con los clientes y proveedores.

Muchos personas y emprendedores tiene una baja autoestima que acarrea debilidad ante los pequeños problemas viéndolos como grandes obstáculos que no están en la capacidad de solucionar.

La autoestima alta forma en el emprendedor una personalidad fuerte, actuando de forma responsable aceptándose tal y como es uno mismo. La autoestima es reconocer cuanto me considero y aprecio a mí mismo, es aceptarte tal cual eres.

REALIZA EL SIGUIENTE EJERCICIO DE AUTOESTIMA

Ejercicio	Actividad	Objetivo
APRECIACIÓN PERSONAL	Estas actividades de autoestima consisten en encontrar cualquier cosa que tenga algo de valor. Me propongo encontrar al menos 10 cosas que pueda apreciar. Si puedo las escribo.	La intención es que yo logre cambiar mi manera de ver la vida y aprecie cada vez más y desprecie cada vez menos. Ejemplo : (*soy respetuoso, me gusta mi cabello, soy capaz de amar, soy bueno en las ventas, sé ahorrar, conduzco bien)*

Escriba una lista de las cosas que aprecia de sí mismo/a.

UNIDAD II

LA MOTIVACIÓN DEL EMPRENDEDOR

La motivación en lo que empuja a una persona a realizar algo, todos los seres humanos realizamos nuestros actos movidos por algo impulsados a alguien; las motivaciones no solo están en el ámbito familiar también en laboral. La motivación logra la firmeza y el empeño de conseguir un objetivo propuesto.

La motivación en el emprendedor debe lograr una mejora continua a fin de alcanzar del desarrollo de la persona.

El trabajar motivado es estar presión para realizar una actividad, la motivación permite que todo fluya en el mejor ambiente ya que las personas están predispuestas.

No significa ir al trabajo o abrir el negocio porque caso contrario no generaríamos recursos para sostener a la familia, más bien es el pensar, "hago esta actividad porque me gusta me llena tengo un fin que sé que cumpliré y me atraerá satisfacción"

EJERCICIO MOTIVACIONAL

ACTIVIDAD	OBJETIVO
TEST LA MOTIVACIÓN	Reconocer qué motivación tengo al momento de alcanzar los objetivo

Responda con sinceridad el siguiente test

1. Dentro de su emprendimiento usted hace las cosas porque:

•Porque las tengo que hacer.

•Porque me gusta lo que hago siento satisfacción al hacerlo.

•Porque pienso que es una actividad en la que voy a ganar dinero al hacerla**.**

2. Cuando me planteo una un objetivo que se va a cumplir a largo plazo

•Me voy animando con cada parte del camino recorrido.

•Suelo desistir pensando en todo lo que me queda por conseguirla.

•Intento conseguirla siempre que no me resulte muy complicado.

3. Con el resultado final de las cosas.

•Sólo estoy satisfecho si han salido bien.

•A pesar de que indudablemente prefiero que salgan bien, lo que realmente me satisface es sentir que el proceso ha sido bueno, que he hecho las cosas bien.

4. Los problemas o contratiempos los vivo

•Como un reto o desafío.

•Como algo desagradable.

•Como una catástrofe.

5. Cuando las cosas han salido bien

•Me alegro.

•No despierta ninguna emoción en mí, pues así debería ser siempre.

•Me siento satisfecho y me premio con algún pequeño capricho por el esfuerzo.

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN EL EMPRENDEDOR

- La creatividad es logran transformar imaginar y crear
- Es esa capacidad de proponer ideas diferentes
- Requiere de un proceso de búsqueda

La creatividad va de la mano con la innovación es donde se propone algo nuevo no presentado por otro negocio u otra persona anteriormente que también puede ser con un producto nuevo que permite satisfacer una necesidad o gusto.

Si bien es cierto los clientes acuden a buscar productos ya existen también requieren de innovaciones en ellos de tal manera de tenga un motivo de compra, siendo así la innovación un actividad que logra el desarrollo en muchos de los casos la sobrevivencia de los negocios.

Al ser creativo estamos abierto al análisis de varias alternativas o bien sea a la mezcla de estas alternativas. Es necesario para alcanzar la creatividad que posteriormente se materializa en la innovación ser:

- Imaginativos
- Flexibles
- Pacientes
- Perseverantes
- Arriesgados
- Tener confianza en sí mismo

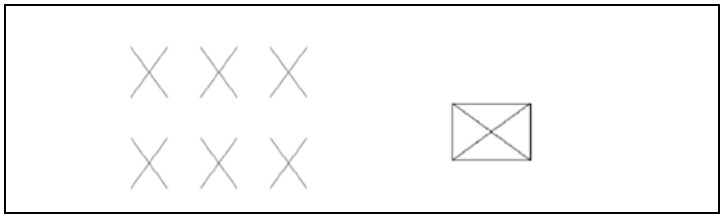
EJERCICIO DINÁMICO

Realizar la lectura motivacional : LA CULPA ES DE LA VACA TEMA "ARMAR EL MUNDO", luego realizar lluvia de ideas conclusiones y mensajes de la lectura ----------

EJERCICIO DINÁMICO: LA CREATIVIDAD

CREATIVIDAD	Tienen como objeto despertar la imaginación y apartarnos de nuestros hábitos de pensamiento, juegan un papel de "despertador".

Completa dibujos con la imagen ejemplo un sobre de carta



CUESTIONARIO FINAL DE AUTOEVALUACIÓN RESPECTO AL EMPRENDEDOR

Instrucción: coloca una x frente a la alternativa que te represente o que consideras manejar.

Mi desarrollo personal	Poco	Mucho	Nada
Reconozco aquellos aspectos en los que soy bueno y me identifico como un emprendedor.			
Se identificar los aspectos en los que debo mejorar.			
Mi trabajo lo realizo porque es algo que me gusta y me llena como persona.			
Estoy en la capacidad de reconocer y poner en práctica varias de mis características a la hora de realizar mi trabajo y guiar a mi equipo.			

Realice un análisis de sus respuestas y en caso de ser poco satisfactoria; coloque que acciones realizaría para mejorar esa situación

Habilidades emprendedoras	Poco	Mucho	Nada
Estoy en la capacidad de identificar oportunidades en mi entorno.			
Se afrontar los problemas y obstáculos generando soluciones que permiten el progreso.			
Puedo reconocer las necesidades y cambios que necesito realizar como persona.			
Sé reconocer las necesidades y necesarios que debe realizar mi equipo y mi negocio en general.			
Realice un análisis de sus respuestas y en caso de ser poco satisfactoria; coloque que acciones realizaría para mejorar esa situación			
---------- ----------			

Mi capacidad	Poco	Mucho	Nada
Logro dar sugerencias y propuestas nuevas que sean de utilidad pero diferentes en una situación que se presente en el emprendimiento.			
Podría analizar una situación de forma creativa y única en relación a la competencia directa que tengo en mi entorno.			
Tengo una postura de flexibilidad ante el cambio constructivo potenciando los recursos que tengo a la mano.			

Realice un análisis de sus respuestas y en caso de ser poco satisfactoria; coloque que acciones realizaría para mejorar esa situación
---------- ---------- ---------- ----------

UNIDAD III

EL EMPRENDEDOR

ACTIVIDADES	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
• Bienvenida • Presentación de emprendimientos	• Presentación del proyecto • Dinámica de presentación	2 horas	• Computadora • Participantes/ emprendedores
• El emprendedor Sus características • Dinámica de liderazgo • El liderazgo	• Sus Características • Ejecución de la dinámica • El liderazgo en el mundo empresarial	2 horas	• Computadora Infocus • Materiales de oficina • Banderines o pañuelos

EL EMPRENDEDOR

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

El emprendedor es la persona que se encuentra en la capacidad de construir paso a paso una organización dotándola de recursos económicos, talento humano y financiero pero que también experimenta y afronta los obstáculos cambiantes del mercado. El emprendedor ve oportunidades en el medio en el que se encuentra y las aprovecha.

Uno de los aspectos más importantes en un emprendimiento es la organización y administración del mismo del mismo, que a pesar de ser muy importante, en muchos casos es considerado innecesario y difícil de aplicar

Como varias de las cosas que realizamos en la vida son objeto de una organización y administración; de la misma manera los emprendedores deben considerar que para el avance y alcance de objetivos a largo plazo es imprescindible que las cosas sean organizadas dentro de los negocios; partiendo del hecho que se quiere lograr que esos pequeños negocios que iniciaron con pocos recursos materias, herramientas y miembros se conviertan en empresas sostenibles que generen beneficio propio y satisfacción a clientes.

Los emprendedores deben ir adoptando características que les permitan convertirse en empresarios, siendo características propias de estos;

- ✓ **Crear nuevos productos**: Es necesario crear productos nuevos pero que de igual manera satisfagan la necesidad del cliente, lo mismo que les abre la oportunidad de atraer clientes futuros que están en busca de esos nuevos productos.
- ✓ **Adaptarse al entorno y acaparar mercado**: esto involucra el espacio físico en el cual se desenvuelve de tal forma que aunque no sea el más favorable y cómodo se puedan establecer estrategias que de igual manera permitas que se lleve a cabo la actividad se sea al analizar las distribución de sus espacio interior logrando que el cliente acuda a efectuar la compra.
  Este punto también involucra las relaciones que se mantienes con los clientes para atacar el mercado con la fidelización de compradores y atracción de clientes potenciales.
- ✓ **Abierto al cambio**: estar en la disposición de cambiar el mecanismo de producción, o registros de cobranza con aparatos tecnológicos o herramientas y recursos que permitan optimizar el tiempo de los procesos productivos. Esto ayuda a mantener un majeo más profesionalizado de recursos materiales y recursos humanos
- ✓ **Organizar y administrar el talento humano**: el personal miembro del negocio es el motor que mueve la empresa y el empresario debe preparar a ese personal direccionarlo al cumplimiento de sus funciones y tareas las mismas que deben estar establecidas independientemente si los miembros son familiares o personal contratado.

UNIDAD IV

EL LIDERAZGO EMPRESARIAL

EJERCICIO DINÁMICO

TEMA	DINÁMICA	OBJETIVO
LIDERAZGO	Banderines (60 minutos)	Conocer el nivel de liderazgo de los emprendedores

ACCIONES Y APRENDIZAJE

MATERIALES	DESARROLLO	APRENDIZAJE
20 Pañuelos 20 Banderines	•Conformar grupos de 5 personas. •Escoger un líder en cada grupo.(5 minutos) •Los participantes deberán vendarse los ojos a excepción del líder. (10 minutos) •Cada grupo deberá organizarse y salir a buscar los banderines guiados por los líderes. (15minutos)	•Cualidades de un líder •Comunicación •Saber escuchar •Conflictos •Consecución de metas (5minutos)

Nota: Apuntes unidad de emprendimiento PUCESE 2015

CONTENIDO TEÓRICO "EL LIDERAZGO EMPRESARIAL"

El liderazgo representa esa capacidad de influir y guiar a las personas de tal forma que se consigan los objetivos pero con el trabajo en conjunto, el motivado y el compromiso con lo que se está realizando.

Cuando en las organizaciones se tienen líderes en lugar de jefes quienes únicamente imponen y mandan se puede trabajar de forma cómoda y por ende desarrollar un mejor ambiente laboral

El liderazgo es un elemento clave para el éxito de los equipos de trabajo o de organizaciones. En un pequeño negocio el fundador debe liderar sus recursos humanos buscando la máxima eficacia para aspirar a obtener los mejores resultados posibles. (Pino Mejías , 2015, pág. 199)

El líder está en la cabeza del grupo y guían para conseguir el progreso, cumpliendo funciones de

- Supervisar, ayudar e impulsar a las personas miembros del negocio.
- Difundir la información sobre aspectos de la organización que son necesarias del conocimiento de todo el grupo o equipo apoyándose de medios comunicativos como correaos, anuncios en carteleras entre otros.
- Manejar y ayudar resolver problemas entre los miembros.
- Escuchar las opiniones de los demás.
- Innova, mejora productos existentes.

Es necesario conocer que las grandes empresas con éxito se lo deben a la direcciones de líderes y no jefes. Dejando de pensar únicamente en el hecho de encontrarse en un eslabón más arriba que el de los empleados y más bien trabajando conjuntamente con los trabajadores.

FORMATO CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LOS PARTICIPANTES RESPONSABLES DEL EMPRENDIMIENTO

*Estos resultado son para reflexión del participante, no es necesario colocar nombre, ni ser entregada al capacitador. Es indispensable que sean respondidas las preguntas con sinceridad y responsabilidad

Coloque un visto junto a la acción de usted considera que realiza o realizaría en su emprendimiento.

Si un trabajador comete una falla

1. Lo citas para conversar en privado ☐	2. Le dices de la falla que cometió delante de todos los empleados ☐

Si un trabador quiere dar una idea para cambiar algo

1. Los oigo sin analizar la idea que propone ☐	2. Le prestas la debida atención y en caso de ser buena la idea colaboras para que se lleve a cabo ☐

Doy el crédito o la valoración a un empleado que haga un buen trabajo

1. Sí, pero reconozco que no en todas las ocasiones ☐	2. Dependiendo de quién sea ☐

Al indicar que se realice un trabajo u actividad nueva

1. Espero resultados de lo encomendado ☐	2. Doy orientación antes de realizarlo ☐

ACCIONES Y COMPORTAMIENTOS PROPIOS DE UN LÍDER
• **Si un trabajador comete una falla** Lo cita para conversar en privado • **Si un trabador quiere dar una idea para cambiar algo** Le prestas la debida atención y en caso de ser buena la idea colaboras para que se lleve a cabo. • **Doy el crédito o la valoración a un empleado que haga un buen trabajo** Siempre valora y reconoce el éxito de un empleado esto ayudando a su motivación. • **Al indicar que se realice un trabajo u actividad nueva** Da la orientación antes de realizarlo

3.2.3. PROPUESTA DEL PLAN DE CAPACITACIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS EMPRENDIMIENTOS DEL SECTOR DE TACHINA

ANTECEDENTES

Con el plan de capacitaciones se busca que los miembros del emprendimiento desarrollen habilidades y adquieran conocimientos que beneficien al negocio para lograr un mejor funcionamiento del mismo.

La capacitación es necesaria para todo tipo de organización; todos requieren del constante fortalecimiento en actividades, procesos, manejo de relaciones y recursos.

Con el diseño del plan de capacitación se busca que el miembro del emprendimiento se involucre con todas las actividades y se sienta motivado a contribuir con el desarrollo de sus negocios familiares, teniendo presente que para ello se utilizaran herramientas, recursos prácticos y visuales que permitan obtener una mayor comprensión de los temas enseñados mediante las diferentes sesiones y talleres.

La utilización de un plan de capacitación para emprendimientos informales permite determinar los puntos indispensables y prioritarios a ser atendidos, relacionando la

realidad observada en cada uno de los emprendimientos junto a la perspectiva y comentarios de clientes.

Se inicia con una propuesta administrativa que permita organizar la estructura, roles y funciones de los integrantes del emprendimientos, logrando identificar aspectos de liderazgo y también responsabilidades de cada uno de los miembros.

También se requiere que los miembros de los emprendimientos puedan tener una visión del mercado al cual se están dirigiendo para poder realizar una comparación del trabajo que están realizando mediante la oferta de sus productos y servicio frente a la satisfacción de clientes, para determinar en este caso la importancia del mercado para la adecuada sostenibilidad del negocio y por ende para el crecimiento deseado.

Se logrará que se puedan identificar y definir los procesos de producción de formas sencilla considerando que son productos con una corta elaboración, además del control de los recursos, la identificación de costos y gastos incurridos para brindar los servicios.

La propuesta contable y financiera logra que los dueños de los negocios lleven un registro de los ingresos y egresos de acuerdo a un presupuesto lo que su vez que permitirá determinar valores que pueden ser destinados al ahorro de los negocios.

Dentro de las finanzas personales también se pueden ver las ventajas y desventajas del acceso a créditos de acuerdo a la situación actual en la que se encuentre el emprendimiento y de su capacidad de pago.

OBJETIVOS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

GENERAL

Instruir a los miembros de los emprendimientos para el manejo oportuno de sus negocios, generando progreso y desarrollo para beneficio propio y de clientes.

ESPECÍFICOS

- Realizar una propuesta administrativa para la organización de roles y funciones
- Ampliar los conocimientos de registros de ingresos y gastos para mejor control del efectivo.
- Estipular un fondo para el emprendimiento, lo que para futuras inversiones y pago de endeudamiento.
- Analizar el poder de mercado para el sostenimiento de la empresa

PROPUESTA PARA FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS

ASPECTOS GENERALES

RESPONSABLES	PARTICIPANTES	COLABORADORES
PUCESE (Pontificia universidad Católica del Ecuador sede esmeraldas)	Miembros de los Emprendimientos Tachina	Gobierno Autónomo descentralizado de la Parroquia Tachina

NORMAS	SISTEMA DE EVALUACIÓN
• Puntualidad • Respeto • Asistencias regular • Participación de los participantes	• Mediante talleres • Lluvia de ideas • Conclusiones individuales • Evaluaciones escritas • Ejercicios dinámicos

TEMÁTICAS DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

DINÁMICA	**MOTIVAR AL EMPRENDEDOR**
APELLÍDATE CON NOMBRES DE ANIMALES	Conocer a los participantes del proceso de capacitación
TEMA GENERAL	**SUBTEMAS INVOLUCRADOS**
ADMINISTRACIÓN DE MI NEGOCIO	Conceptos, liderazgo empresarial, organigrama, recurso humano ,manejo de relaciones laborales, recursos de la empresa :materiales, financieros, RR.HH.
ANÁLISIS DEL MERCADO	Resultados de satisfacción de clientes, la sostenibilidad del negocio según el mercado, FODA, atención al cliente, imagen del negocio.
PRODUCCIÓN	Producción, conceptos, procesos de producción de cada negocio y costos
CONTABILIDAD Y FINANZAS PERSONALES	Registros de ingresos y egresos :Control de costos, ventas, gastos, gastos de bolsillo, presupuestos

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El cronograma de actividades permitirá tener una guía de cómo se van a ir realizando los talleres y capacitaciones, los mismo que en algún caso pueden ser objeto de cambio considerando circunstancias de los participantes o capacitadores.

CAPACITACIÓN MEDIANTE:		
Talleres	Exposiciones	Equipos de trabajo
PLAZO DE EJECUCIÓN		(3 meses)
CAPACITADOR		Varios
ADMINISTRADO A:		Emprendimientos -sector Tachina

Elaborador por: Autor de Tesis

CONTENIDO	DESCRIPCIÓN		
TEMAS	DURACIÓN/de acuerdo a disposición colectiva (sujeto a cambios	PARTICIPANTES	FORMA DE TRABAJO
Presentación/ Motivación al emprendedor	**DURACIÓN**	**Capacitador/emprendedores**	
UNIDAD I	6 HORAS	emprendedores	
Administración de mi negocio			Individual
Misión, visión, objetivos			
ejercicios y dinámica			Grupal
Receso			
Estructura Organizativa			individual
Diseño de la estructura organizativa, roles y funciones			
Ejercicios prácticos			Equipos de trabajo
Manejo de relaciones laborales			
UNIDAD II			
Socialización resultados encuesta satisfacción clientes	4 HORAS	emprendedores	Individual
Los emprendimientos			
Receso			
Atención al cliente			Equipos de trabajo
Importancia de imagen y nombre de negocio			Individual
UNIDAD III			
Producción	6HORAS	emprendedores	Individual
Proceso de producción de cada negocio			
Receso			
Presentación proceso de producción			
UNIDAD IV	8 HORAS	emprendedores	Individual
Control y registro de ventas			
Control y registros de compras			
Taller práctico			
Gastos de bolsillo			
Registro de cuentas por cobrar			
Receso			
Registro de cuentas por pagar			
Pérdidas y ganancias			

Elaborado por: Tatiana Cañola 2015

3.2.4. DESARROLLO DE CONTENIDOS DE CAPACITACIÓN

UNIDAD I

ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

TEMA: EMPRENDER Y AVANZAR

Para que toda actividad que se realiza tenga un sentido o una dirección necesita del planteamiento de objetivos que en principio pueden ser muy pequeños medibles y posibles de alcanzar.

Así como los seres humanos nos planteamos pasar un año o semestre en la escuela o colegio, viajar en las vacaciones y de más, de la misma manera los negocios necesitan ser encaminados a conseguir sus objetivos con la participación activa de cada uno de los miembros que lo conforman.

Los objetivos deben ser sencillos, claros y con la posibilidad de medirlos o determinar el grado de cumplimiento de los mismos.

Ejemplos de objetivos

- Al final del año 2015 ofertar mis productos con un empaque apropiado.
- Aumentar el número de clientes
- Realizar una integración anual del personal
- Ahorrar el 50% de las utilidades de cada periodo.
- Al final del año 2015 el negocio va a generar una ganancia de …x
- Dentro de dos años seré uno de los tres mejores negocios de Tachina en la venta de pescado frito

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

ESTABLEZCA OBJETIVOS PARA SU EMPRENDIMIENTO(Claros y realistas)	
OBJETIVO MENSUAL	…… …… …… ……
OBJETIVOS ANUALES	…… …… …….. …… …… ……

RAZÓN DE SER DE MI EMPRENDIMIENTO Y LA EXPECTATIVA DE DESARROLLO

MISIÓN –VISIÓN

La misión: La misión de la empresa la podemos definir como la actividad que la empresa realiza indicando que se ofrece bajo que estándares

Ejemplo de misión:

Brindar en la ciudad de Esmeraldas productos alimenticios de calidad, elaborados por un equipo competente y comprometido con brindar un excelente servicio.

La visión: Es la proyección de lo que quiere conseguir, es lo que desea obtener en un tiempo determinado que no debe ser tan extenso y tampoco muy corto.

Ejemplo de visión:

Ser reconocidos como el negocio número uno en venta de comida típica de esmeraldas diferenciada por su buen nivel de servicio.

Los negocios independientemente del tamaño necesitan una razón de ser conocer que es lo que hacen, que ofrecen y que quieren conseguir ;permitiendo que tanto los dueños como los colaboradores se sientan comprometidos e identificado con la labor que hacen con el producto o servicio que prestan y con lo que juntos conseguirán en tres cuatro o más años

La única manera de lograr esto es al establecer la misión y visión del negocio y al hacerlas conocer a los trabajadores sin importar que estos sean familiares.

REALIZAR LAS MISIÓN Y VISIÓN DE SU EMPRENDIMIENTO	
Misión	…… ……
Visión	…….. ……

ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE MI EMPRENDIMIENTO	• Organigrama del negocio • Modelos de organigramas adaptados al negocio • Definición de Funciones de los miembros del emprendimiento	2 horas	• Computadora • Participantes/ emprendedores hojas lápiz borrador

ORGANIGRAMA DEL NEGOCIO

A lo largo de la historia las familias y grupos de individuos han demostrado la importancia de mantenerse unidos para la consecución de objetivos y metas comunes.

El organigrama es la gráfica que muestra la relación de los departamentos de una empresa a través de las líneas de autoridad, es el esquema de la organización el cual se simboliza con rectángulos que indican las diferentes áreas y la visualización de aspectos como: posiciones o puestos dentro de la organización, como se agrupan las áreas y como fluye entre ellas la autoridad (Luis, 2010, pág. 99).

Las actividades organizadas permiten que todo mantenga su rumbo, sin la ejecución de una tarea por uno de los integrantes de un grupo no se puede conseguir que el otro miembro ejecute su función, más aun cuando se habla de procesos productivos que de ninguna manera pueden separarse.

Individuos que trabajan de forma grupal necesitan saber cuál es su estructura organizacional es decir la forma de organización que se debe manejar

Sin embargo cada empresa es diferente en la actividad a la que se dedica, en la forma de conformarse y el número de integrantes que tiene por ende las estructuras organizacionales son diferentes

La estructura organizacional permite lograr la asignación de personas, las mimas que llevan a cabo tareas de forma personal y dividida

MODELO PROPUESTO PARA EMPRENDIMIENTOS

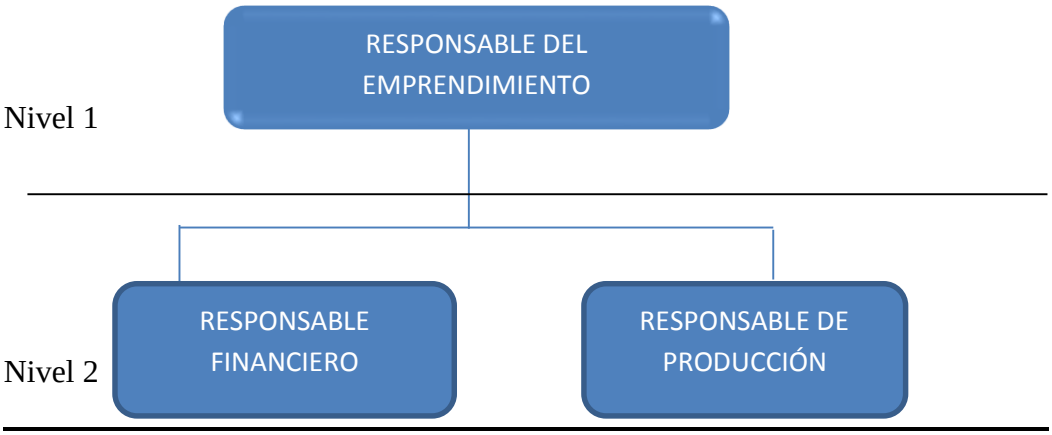


Figura No 12 Modelo de organigrama emprendimientos servicio de alimentos

SEGUNDO MODELO ORGANIGRAMA DEL NEGOCIO

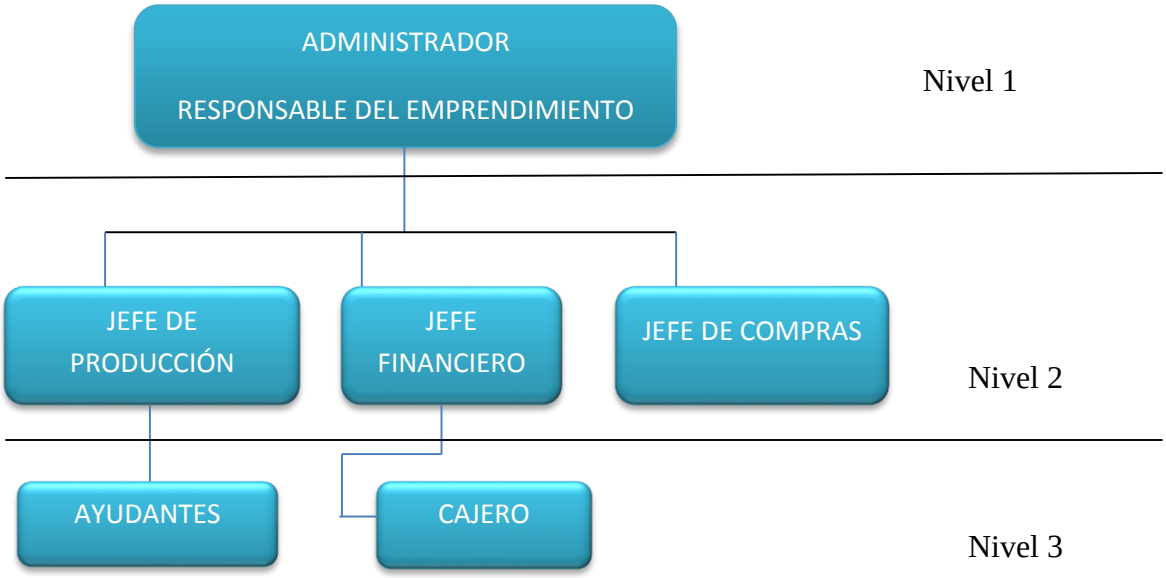


Figura No 13 Modelo de organigrama emprendimientos servicio de alimentos

ELABORACIÓN DEL ORGANIGRAMA DEL NEGOCIO

MANUAL DE FUNCIONES

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DEL EMPRENDIMIENTO	• Manual de funciones • Modelos de funciones	2 horas	• Computadora • Participantes/ • emprendedores • hojas • lápiz • borrador • tijera • cinta • grapadora • regla

DEFINIR LAS FUNCIONES

El tener un documentos en el que se respalden las diferentes funciones que tiene los miembros de la organización se puede tener un control del cumplimiento de cada una de esas funciones y tareas específicas, permite que la persona se sienta identificada y por ende más comprometida a realizar sus trabajo.

Con el manual al cual nos estamos refiriendo no únicamente se pueden determinar las funciones que debe realizar cada persona, sino más bien se puede tener una visión clara del rol que este desempeña, cuál es el cargo que esta ocupa, y el nivel al que pertenece.

Para que se desarrollen prácticas que permita el buen funcionamiento y por ente la eficiencia de la organización

Logrando que no se pierda tiempo por el hecho de existir actividades que las realizan dos personas de manera duplicada cuando únicamente deben ser tareas de una.

Otro de los beneficios es que como las funciones ya están divididas cada miembro se vuelve especialista en realizar sus actividades logrando así una mejora continua.

EJERCICIO DINÁMICO FUNCIONES DE LOS MIEMBROS DEL EMPRENDIMIENTO

FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	Torre de Papel (45minutos)	Desarrollar en los participantes competencias y habilidades administrativas que ayuden al crecimiento del emprendimiento.

ACCIONES Y APRENDIZAJE

Desarrollo	**Aprendizaje**
•Conformar grupos de 5 personas.(4 minutos) •Cada grupo tendrá 1 minuto para organizarse, luego se procederá a crear las torres en un lapso de 30 minutos. •Luego se procederá a realizar la prueba de resistencia la cual consiste en ubicar una barra de goma sobre la torre de papel y esta debe soportar el peso, la que logre soportar el peso y sea la más alta será la ganadora. (15 minutos)	• Trabajo en equipo • Delegación de funciones • Planificación • Organización • Dirección • Control (20 minutos)

MODELOS "MANUAL DE FUNCIONES" (Adaptado a pequeños emprendimientos)

CARGO: Administrador /responsable del emprendimiento NIVEL: Primer nivel
AUTORIDAD SUPERIOR : NO APLICA
ROL: Llevar a cabo todas las actividades de planificación, organización y control del emprendimiento, tomando decisiones que contribuyan al funcionamiento oportuno guiando al personal, para cumplir los objetivos
FUNCIONES PRINCIPALES :
▪ Representar al emprendimiento de manera formal ▪ Indicar las tareas que cada miembro debe llevar a cabo. ▪ Plantear los objetivos a cumplir en cada periodo y cuáles eran los mecanismos para cumplirlos. ▪ Revisar los cambios contables y los registros de las operaciones del emprendimiento. ▪ Contratar el personal que será parte del negocio. ▪ Examinar y construir el presupuesto. ▪ Manejar y mantener las relaciones con proveedores de materias primas y demás recursos. ▪ Promoverlas buenas relaciones laborales. ▪ Motivar a los miembros del emprendimiento.

CARGO: Responsable Financiero NIVEL: Segundo nivel
AUTORIDAD SUPERIOR : Administrador/responsable del emprendimiento
ROL: Optimizar los recursos económicos del emprendimiento de tal forma que tome las decisiones que contribuyan a generar mayor rentabilidad partiendo de los registros de ingresos y egresos del negocio.
FUNCIONES PRINCIPALES :
▪ Llevar los registros de compras del negocio ▪ Controlar las ventas de productos por periodos establecidos. ▪ Realizar presupuestos para publicidad. ▪ Determinará las ganancias o pérdidas. ▪ Controlar costos y gastos. ▪ Realizar el registro de cuentas por cobrar y cuentas por pagar ▪ Negociar con proveedores para mejores precios o promociones

CARGO: Responsable de producción NIVEL: Segundo nivel
AUTORIDAD SUPERIOR: Administrador/ responsable del emprendimiento.
ROL: El encargado de producción debe encargarse elaborar los productos que se van vender partiendo de los registros históricos de ventas para determinar la cantidad necesaria a producir, bajo los estándares de calidad e higiene.
FUNCIONES PRINCIPALES :
▪ Planificar la producción del negocio. ▪ Elaborar los diferentes tipos de productos que vende el negocio. ▪ Cumplir con una adecuada manipulación de alimentos ▪ Optimizar los proceso de producción ▪ Realizar un constante aseo en el área de cocina

UNIDAD II

EL PROCESO PRODUCTIVO

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
PROCESO PRODUCTIVO	• Definición • Importancia • Taller elaboración de sus proceso de producción	2 horas	• Computadora • Participantes/ • emprendedores • hojas • lápiz • borrador • esfero

IMPORTANCIA DE UTILIZAR EL PROCESO PRODUCTIVO COMO HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES

El proceso productivo se lo puede definir como la ejecución de múltiples acciones consecutivas con la que se busca la trasformación de varios elementos para la consecución de los productos terminados.

Por ente este proceso de cambio y trasformación arroja que estos elementos que ingresaron de una manera adquieran más valor al ser transformados en un producto que satisface un deseo u necesidad

El sistema de producción con el paso del tiempo ha ido cambiando y mejorando en todas las industrias de manera general al incorporar l tecnología para la elaboración de los productos, invirtiendo en maquinarias que facilitan y agilitan el trabajo.

El conocer y cumplir con el proceso productivo ya establecido en un negocio permite que se pueda dar un producto de calidad, por el hecho que se evaluar si se está cumpliendo con todos los pasos del proceso de producción para obtener el producto que se espera.

Es necesario que se establezca porque si se realiza la contratación de nuevo trabajador este tiene bases establecida de cómo debe elaborarse el producto que se vende

En muchas ocasiones puede ayudar a la reducción del tiempo ocioso o la mala distribución del tiempo para cada acción

También se pueden controlar los tiempos de entrega de pedido puesto que ya se conoce el proceso de producción y el tiempo de toma la elaboración de un producto.

MODELO DE PRODUCCIÓN

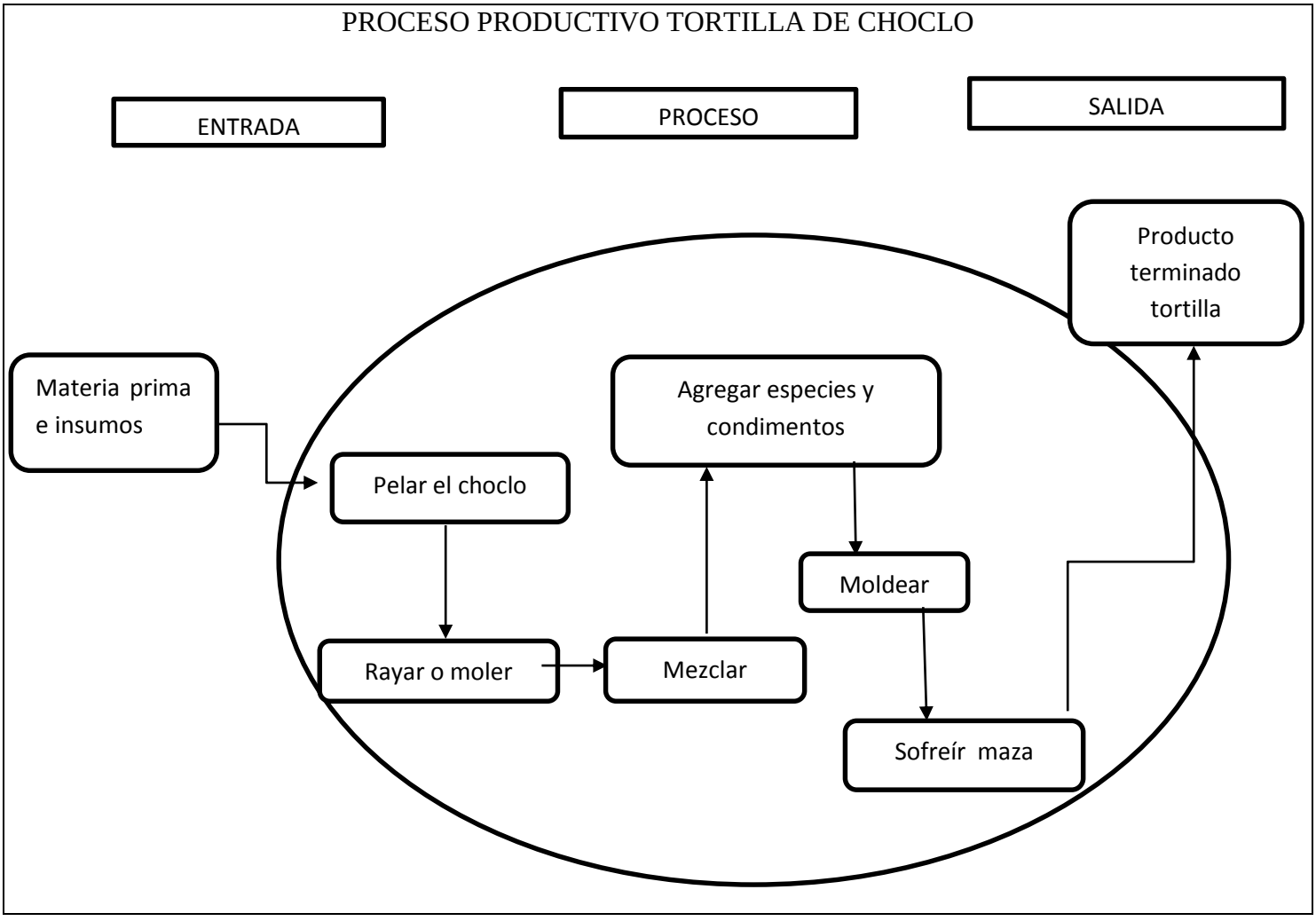


Figura No 14

Modelo proceso productivo- **Elaborado por**: Tatiana Cañola 2015

TALLER PROCESO DE PRODUCCIÓN

ELABORE EL PROCESO PRODUCTIVO DE SU EMPRENDIMIENTO

¿Qué tipo de maquinaria puedo adquirir para agilizar mi proceso de producción? **……..**
Establezca el tiempo de elaboración de sus productos de acuerdo a su proceso de producción. ……

FODA ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO DEL EMPRENDIMIENTO

TEMAS	CONTENIDO	TIEMPO	RECURSOS
ANÁLISIS FODA	• FODA • Significado • Ejemplo • Beneficios	2horas	• Computadora • Participantes/ • emprendedores • hojas • lápiz • borrador • esfero

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE MI NEGOCIO (FODA)

- F: FORTALEZAS
- O: OPORTUNIDADES
- D: DEBILIDADES
- A: AMENAZAS

El FODA es una herramienta de excelente para analizar al negocio conociendo de esta forma la situación actual del mismo, todo lo que está a su alcance y puede ser aprovechado para mejorar, aquello que se debe cambiar y hacer de mejor manera para conseguir el desarrollo.

El FODA permite dar una mirado a lo interno de la empresa y a lo externo de esta.

El análisis de lo interno lo obtenemos al conocer las FORTALEZAS Y DEBILIDADES y el análisis externo involucra las OPORTUNIDADES que se pueden aprovechar y la AMENAZAS a las que se exponen.

Las fortalezas están relacionadas con las actividades que realizo de manera eficiente, involucrando la calidad de los productos o servicios y todo representa una ventaja

Las debilidades también son los factores internos de la empresa pero con la diferencia de ser aquellos factores negativos que no permiten que se consigan los objetivos que la empresa se plantea

Ejemplos fortalezas	Ejemplo debilidades
• Personal calificado • Experiencia • Ubicación estratégica • Precios competitivos	• Mal ambiente laboral • Mala calidad del producto • Desconocimiento de prácticas administrativa • Organización deficiente • Carencia de publicidad

Los factores externos los constituyen las oportunidades y las amenazas, siendo las oportunidades de apoyo y beneficio a diferencia de las amenazas que son negativas para. Estos dos factores no son controlados por la empresa pero en el caso de las oportunidades si pueden ser aprovechadas.

Las oportunidades: representan los factores buenos que se pueden utilizar de forma favorable y que en muchos de los casos no están a simple vista, se identifican realizando un análisis del medio u entorno en el que nos encontramos

Las amenazas: Su nombre mismo indica que este tipo de factores pueden atentar contra la continuidad de la empresa en el medio en el cual se encuentra.

- **ANALICE LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNO DE SU EMPRENDIMIENTO (FODA)**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
DEBILIDADES	AMENAZAS

UNIDAD III

EL MERCADO Y LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES

LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS

DINÁMICA	OBJETIVO	DESARROLLO
MUNDO EMPRESARIAL (20 minutos)	Conocer que los clientes son importantes para el sostenimiento de la empresa.	• Conformar grupos de 3 personas, donde dos de ellos serán la estructura de la empresa y el restante será el cliente. • Conformando una secuencia de ratoneras para comenzar a rotar, es decir a cambiar de puesto cuando la autoridad lo indique (derecha – izquierda - ratón o terremoto (cambios en el mercado, alza de precios, nuevos competidores).

Por lo general las empresas afrontan varios desafíos en el entorno en el que se desenvuelve bien sea por la competencia o las exigencias de clientes, motivo por el cual de vital importancia que el responsable del emprendimiento se considere competidor.

Debe considerar que al igual que una planta necesita dedicación , tiempo y cuidados para que pueda crecer y dar el fruto que se espera de la misma manera el negocio necesita que se le dé el tiempo necesario para estar pendiente de sus actividades, de su mantenimiento y del personal que tiene a cargo.

Es indispensable tener no solo una visión interna del negocio sino también externa dándole la importancia que se merece el mercado.

El mercado lo podemos definir el ambiente en el cual se presenta la oferta y demanda de productos y servicios involucrando al conjunto de competidores y clientes tanto actuales como potenciales.

La atención del mercado exige realizar

LA INVESTIGACIONES DE MERCADO IMPORTANTE EN EL EMPRENDIMIENTO

Las investigaciones de mercado como bien el nombre lo dice son conocer que necesita o que prefiere el mercado, sin embargo estas deben realizarse posterior a la determinación de los que quiero investigar o conseguir y son importantes ya que dan conocimiento por ejemplo sobre: el grado de aceptación de un nuevo producto o del mejoramiento de uno ya existente. Esto se puede hacer al utilizar preguntas como: ¿le gustaría tener otra variedad de tortillas en el menú? , ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la atención o el producto ofrecido?

Otra manera de analizar el mercado es mediante

LA OBSERVACIÓN

La observación puede realizarse tanto a los clientes como a los competidores .A los clientes al ver cuáles son sus acciones al momentos de llegar al negocio, sus gestos su comportamiento y preferencias.

Y con la competencia al visualizar ¿qué están haciendo mejor que mi negocio?

Toda la información que se obtiene al analizar el mercado es provechosa para ejecutar cambios, mejoras que beneficien al negocio y por ende generen mayor confianza y beneficios económicos al emprendimiento.

ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL EMPRENDIMIENTO

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Gómez H. S., 2003 , pág. 221).

Cuando un negocio cuanta con conocimientos para su administración también debe tener presente uno de los aspectos más importantes como es el trato al cliente, siendo este el pilar principal para que el cliente compre y recomiende a la empresa.

El efecto principal de la atención al cliente es aumentar el grado de satisfacción de sus necesidades y por tanto su fidelidad y continuidad en la empresa, además es un elemento de medida en diversos sistemas de gestión de calidad en la empresa. (Fernández, 2013).

.

Según una encuesta realizada por la agencia Quelch & Ash el 31% de los casos de mala atención al cliente se deben a causas pequeñas pero estas causas representan un peso específico que hacen bajar el nivel de calidad del servicio.

En la primera comunicación cara a cara con el cliente se tiene que poner en juego todas las habilidades para causar buena impresión, conseguir captar la atención del cliente desde el primer momento (Serrano, 2011).

La atención que se les debe dar a los clientes debe estar encabezada con un buen trato, mediante una conversación amable que logre sentir el cliente que en realidad nos interesa satisfacer su necesidad prestándole la atención necesaria.

Esta atención y trato cordial no debe venir únicamente por parte del propietario o responsable del negocio, o todo lo contrario por los trabajadores de este, más bien debe ser dado por todos los miembros del emprendimiento.

Dar un saludo al momento que un cliente acude para efectuar una posible compra, o despedirse y preguntar ¿qué le pareció la comida? O manifestar "gracias por sus compra, que tenga un buen día" son cosas que pueden hacer la diferencia y lograr que el cliente se sienta motivado a regresar.

Otro buen aspecto de la atención es el estar atentos del ambiente y el espacio donde el cliente va a servirse los alimentos, controlando la salida de cada cliente para realizar la limpieza de las mesas y sillas para que pueda acceder otra persona al mismo espacio y encontrarlo de la manera adecuada. Si el cliente observa que no se encuentra organizado y limpio, puede no realizar la compra en su negocio e irse a la competencia.

EJERCICIO DINÁMICO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Conteste las siguientes pregunta sobre el tema atención al cliente escogiendo la letra que considere la correcta	
Pregunta 1	Puntaje 10 puntos
Pregunta 2	Puntaje 10 puntos
Pregunta 3	Puntaje 20 puntos
Pregunta 4	Puntaje 25 puntos
Pregunta 5	Puntaje 35 puntos
Total	100 puntos

ATENCIÓN AL CLIENTE

Refiriéndonos a negocios y empresas la buena atención al cliente representa

- Dar un tarto amable y cordial — A
- Dar un servicio de calidad — B
- Las dos anteriores — C

¿Cuándo podemos decir que se logró la satisfacción de los clientes?

- Cuando el cliente siente que le han satisfecho su necesidad — A
- Cuando el cliente se siente a gusto comprando — B
- Cuando al cliente le gusta los modales con que lo tratan — C

Las quejas en los negocios pequeños o de tipo familiar

- Permiten que la empresa pueda mejorar — A
- No tienen ninguna importancia, quitan tiempo y son molestas — B
- Ninguna de las dos anteriores es correcta — C

En que ayuda tener reglas o políticas de buena atención al cliente

- Ayudan a que todo el personal conozca la manera de atender a los clientes
- Ayudan a que solo el dueño o responsable del negocio sepa cómo atender al cliente

A
B

¿Cuál sería una forma para medir o controlar que se ente dando una buena atención al cliente?

- Con la opinión que los clientes nos den
- Utilizando instrumentos escritos como encuestas de satisfacción
- Las dos formas antes indicadas

A
B
C

SOLUCIÓN EJERCICIO ATENCIÓN AL CLIENTE

Respuesta a la pregunta 1 C

La buena atención al cliente involucra la calidad del producto y servicio que se está ofreciendo acompañado de un tarto cordial, con respeto y consideración.

Respuesta a la pregunta 2 B

La satisfacción llega a cumplirse cuando se le ha satisfecha la necesidad por la que el cliente acudió a nuestro negocio.

Respuesta a la pregunta 3 A

Se deben considerar importantes a las quejas de los clientes ya que es un indicador que no se está haciendo algo bien hay una molestia que afecta al negocio

Respuesta a la pregunta 4 A

Las políticas o reglas de atención al cliente definen que trato o que se debe hacer cuando un cliente se presenta con alguna situación especial y deben ser de conocimiento de todos los miembros del negocio no únicamente de dueño.

Respuesta a la pregunta 5 C

Los negocios pueden medir la satisfacción con algunos instrumentos como los escritos o verbales

IMAGEN Y PUBLICIDAD

IMPORTANCIA DE LA IMAGEN Y PUBLICIDAD DEL NEGOCIO

Varios estudios concuerdan que lo que las personas pueden ver o leer en una imagen es algo que logra mayor permanencia en nuestras mentes, por tal motivo resulta importante preguntarse como dueño de un negocio ¿tiene mi negocio algo que lo distinga del resto de los demás?

El tema publicitario entra en el contexto del marketing y sin duda abre las puertas al mundo del reconocimiento del negocio, consigue en las personas la identificación de un producto o empresa, ya que éste juega con la parte visual logrando la permanencia más prolongada de una marca o logotipo en las mentes de los consumidores, y Vinrub (2009) lo menciona al decir "La marca permite que el cliente tenga una idea clara del concepto del negocio".

La imagen del negocio involucra la fachada, el rótulo donde está ubicado el nombre del negocio, carteles o anuncios que muestren los productos que se ofrecen.

La única manera de que el cliente pueda conocer un negocio es reconociéndolo por su nombre, diferenciándolo con una imagen y frase que llame la atención.

El tema promocional va de mano con la publicidad es una forma más de lograr la atención del cliente y la fidelidad del mismo. Varios factores son los que repercuten en que un negocio pueda tener una clientela estable y que adquiera más con el tiempo, entre estos factores importantes está el tan mencionado como:

- El trato a los clientes
- La imagen y publicidad que involucra todo lo que el cliente puede ver de su negocio
- El producto o servicio que se esté ofertando el mismo que exige calidad y buen precio

EL RÓTULO PARA LA EMPRESA

Al igual que las persona tenemos una carta de presentación con el rostro, cabello, sonrisa el negocio también necesita de uno siendo en este caso el rotulo la principal carta de `presentación de tu negocio; el rotulo muestra el nombre de su negocio con variedad de colores en algunos casos y con información gráfica que éste acorde al tipo de negocio que representa.

El rotulo del negocio no debe ser considerado como un gasto, más bien debe representar una inversión rentable siempre y cuando sea el adecuado y comunique lo que se quiere.

EJERCICIO DINÁMICO

Responda las preguntas adaptadas a su negocio

Piense en varias alternativas que puede utilizar para hacer publicidad a su negocio y que están a su alcance (tarjetas de presentación, letreros, cartas de menú.	…… …… ……
¿Qué colocaría en su letrero?/imágenes, símbolos, letras, etc.	…… …… ……
¿**Por medio de qué presentaría el menú disponible y los precios de los platos que brinda su negocio?/ (letreros, cartillas, pizarras)**	…… …… …… ……
¿Qué tipo de promociones puede hacer para atraer más clientes?/(combos familiares, oferta combinadas ,degustaciones de productos)	…….. …….. ……..

UNIDAD IV

LA CONTABILIDAD IMPORTANTE PARA LOS EMPRENDIMIENTOS

TEMA: REGISTRO DE LAS OPERACIONES DE LA EMPRESA.

Es necesario que todo tipo de negocio, empresa, emprendimiento y pequeño empresario lleve un registro de las operaciones que realiza para mantener un control de tal manera que se puedan tomar las mejores decisiones a la hora de establecer por ejemplo precios de venta de acuerdo a sus costos.

El mantener un registro de las operaciones del negocio ayuda a separar los gastos ocasionados de forma personal o familiar de los que se adquieren por motivo único de las actividades del negocio.

También permite determinar las necesidades de acceder a un crédito, aumentar el número de ventas, cambiar de proveedores por cuestiones de costos, y en el caso de manejar ventas a crédito realizar el control de su cobro.

El manejo de este registro de actividades tales como compras, ventas, costos es el modo más simple de saber si se está obteniendo ganancia o pérdida en un periodo determinado

EJERCICIO DINÁMICO

Piense en las actividades que realiza comúnmente en su emprendimiento y enumérelas: elaborar los productos, vender, pagar.tc
-. **-.** **-.** **-.** **-.**

SEPARANDO EL DINERO

Se necesita tener un control para separar el dinero de la empresa de los gastos personales o de la familia que puedan presentarse porque esto puede ocasionar que el registro en muchos de los casos nos arroje un valor faltante que perjudica al negocio.

Al igual que se deben distinguir estos dos aspectos también se puede dar atención a los llamados gastos personales que tenemos y que en muchas ocasiones son determinados como los gastos de bolsillos que si no son controlados pueden disminuir las posibilidades de poder realizar inversiones en el negocio para el oportuno progreso de este.

CONTROLANDO MIS GASTOS DE BOLSILLO

Los gastos pequeños en muchas ocasiones pueden concadenar grandes gastos nada necesarios y que nos imposibilitan tener dinero que podría ser usado con fines más provechosos.

En el siguiente cuadro encontraremos los gastos de bolsillos más comunes.

Ejercicio de gatos

Instrucción: llenar los recuadros con nuestra información personal y analizar los resultados obtenidos. (Pueden ser añadidos otros gatos)

Productos	**Gasto diario**	**Gasto semanal**	**Gasto mensual**	**Gasto anual**
Cigarrillos				
Golosinas				
Taxis				
Bebidas				
Otros				
Total				

- **Ver los datos y analizar los montos obtenidos en los diferentes productos. Determinar acciones correctivas en caso de ser necesarias para el ahorro.**
- **Identificar una acción a realizar con el ahorro en los gastos de bolsillos.**

LOS COSTOS Y SU REGISTRO

Se puede definir a los costos como los pagos o las salidas de dineros que realizamos al momento de adquirir los recursos para la producción de los productos.

Podemos incurrir en costos al momento de comprar la materia prima, pagar a los encargados de la elaboración de los productos y los costos generales los que incluyen alquiler, agua, luz, etc.

Para realizar el registro de los costos se requiere colocar:

- **Fecha:** el día en el que realizo la compra
- **Descripción:** Se detalla el tipo de costo en el que se está incurriendo, e indica por ejemplo el nombre del proveedor al que se le está comprando la materia prima, nombre del insumo o material que se compra.
- **Costo por compras de materia prima, insumos o materiales:** Se escribe el total del valor incurrido para realzar esa compra.
- **Pago de mano de obra directa:** Se registran aquí los pagos de mano de obra que se le hace a los trabajadores que realizan la producción o elaboración del producto que se vende.
- **Costos generales:** Se escriben los costos del alquiler del local, pago de luz, agua, teléfono.

Significado.- MP= Materia prima

EJERCICIOS REGISTROS DE COSTOS

- El 3 de agosto se compras insumos y especies para la elaboración de tortillas de choclo a crédito a la tienda comercial “El arroz de Luis”.
- EL 9 de agosto se pagan los a Juan Prado y María Angulo, $25,00 C/U.
- El 15 de agosto se paga el alquiler del local comercial por 70,00.mensuales**.**
- El 8 de agosto se paga la planilla de luz con un consumo de $15,00 del mes.
- El 8 de agosto se paga la planilla de agua con un consumo de $7,00 del mes.

REGISTRO DE COSTOS DEL EMPRENDIMIENTO					
FECHA	DESCRIPCIÓN	COMPRA DE MP AL CONTADO	COMPRA DE MP A CRÉDITO	SUELDOS	COSTOS GENERALES
TOTAL					

REGISTRO DE LAS VENTAS DEL NEGOCIO

Al igual que se tiene un registro de las compras de materias primas y costos en los que incurro para llevar a cabo la actividad, también se deben registrar las ventas que se realizan de los diferentes productos que se ofrecen para de esta manera poder determinar si se obtuvo una ganancia o pérdida en un determinado periodo, conociendo así no que se destina la ahorro y que se reinvierte.

Las venta no siempre se realizan al cantado por ende es importante colocar el apartado de ventas a créditos por si en algún caso esta se presenta, considerando que la memoria es frágil y podríamos obviar en algún caso una venta lo que nos generaría inconvenientes.

Las ventas: son aquellas que forman generan los ingresos totales del negocio al sumar las ventas que se realicen por cada producto que se vende incluyendo las bebidas.

Para el registro de las ventas se necesita colocar:

Fecha: Cuando se realizó la venta

Descripción: En el caso de ser a crédito es indispensable colocar el nombre del cliente y en el otro caso los productos y los precios de estos.

Venta al contado: Se escriben las que son pagadas en ese momento

Venta acredito: Se escriben las ventas que el cliente no paga en ese momento

EJERCICIO PARA REGISTRO DE VENTAS

Practique registrando las siguientes transacciones en el formato de ventas.
Restaurante " la sazón"

- El 2 de agosto del 2015 se venden 10 platos de carne asada a $3,00 c/u.
- El día viernes 10 de agosto del 2015 se vender 25% platos de pollo al jugo a la escuela Esmeraldas a un precio de $2,00 cada uno nos pagan la mitad y el saldo el sábado11.
- El 16 de septiembre se venden 50 bolones de verde a $2,50 cada uno.

PLANTILLA REGISTRO DE VENTAS

REGISTRO DE VENTAS DEL EMPRENDIMIENTO					
FECHA	DESCRIPCIÓN	VENTA AL CONTADO	VENTA A CRÉDITO	ABONO	SALDO
TOTAL					

REGISTRO DE LA CUENTAS POR COBRAR

La cuentas por cobrar necesitan de un registro con datos más específicos considerando que la memoria es frágil además permitirá que no se presenten contradicciones a la hora de realizar los cobros y de esta manera mantener las relaciones con los clientes.

PLANTILLA CUENTA POR COBRAR

Realice el registro de la cuentas por cobrar del ejercicio anterior

CUENTA POR COBRAR

NOMBRE (persona o institución a quien realizarle el cobro) ----------

- Teléfono ----------
- Dirección ----------

Fecha	Descripción	Total deuda	Abono	Saldo

REGISTRO LAS CUENTAS POR PAGAR

Al igual que las cuentas por cobrar son importantes registrarlas para determinar los valores a ser cobrados, las cuentas por pagar también necesitan de un registro y control dando seguimiento a las operaciones que en este caso se manejan con el proveedores o los proveedores ya que muchos casos los pagos no los hacemos al contado sino que a crédito.

Es recomendable manejar un cuadro o plantillas por cada uno de los proveedores que se tenga de tal forma que no puedan existir confusiones.

Es necesario que la ficha de registro contenga el nombre del proveedor, una descripción del artículo o los artículos que no entregan, direcciones y números telefónicos.

Realice el registro de la cuentas por pagar del ejercicio anterior

CUENTAS POR PAGAR

NOMBRE DEL PROVEEDOR (empresa proveedora) ----------

- Teléfono ----------
- Dirección ----------

Fecha	Descripción	Total deuda	Abono	Saldo

GANANCIA O PÉRDIDA

Para determinar las ganancias o pérdidas se deben conocer los ingresos totales y costos totales, considerando los diferentes tipos de productos que la empresa vende.

Es necesario que los registros sean transparentes de tal modo que la información arrojada por esto sea confiable y clara para tomar decisiones.

Sin embargo un aspecto negativo pero que se puede presentar en algún caso por un mal manejo o cambios en el entorno empresarial es la llamada pérdida a la que se debe presentar atención ya que esta no permite recuperar los valores invertidos para generar la actividad de ventas.

INGRESOS TOTALES – COSTOS TOTALES = GANANCIA O PÉRDIDA

INGRESOS TOTALES	**COSTOS TOTALES**
+ PRODUCTO X	+ COSTO MATERIA PRIMA
+ PRODUCTO Y	+ SUELDOS
+ PRODUCTO Z	+COSTOS GENERALES

4. DISCUSIÓN

Esta investigación dirigida al fortalecimiento de emprendimientos de la parroquia Tachina ayudó en primera instancia a conocer los puntos menos fuertes de los emprendimientos y las necesidad de capacitación, en el aspecto administrativo junto con la persecución del mercado de los mismo, refiriéndonos en este caso a sus clientes.

A modo de discusión se ha considerado la investigación de López (2014) en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil con el tema Elaboración de un plan de capacitación dirigido a microempresarios y comerciantes informales para la restructuración del emprendimiento y desarrollo micro empresarial. En este proyecto se determinaron aspectos coincidentes con esta investigación, como la deficiencia en conocimientos debido al nivel educativo de los emprendimientos partiendo con los temas administrativos para dirección, organización y control de las actividades del emprendimiento, al igual que la presente investigación la de López también partió con un diagnóstico confiable realizado a los mismos comerciantes y en este caso emprendimientos dándonos las bases para realizar estas dos propuestas para emprendimientos.

Una de los puntos diferenciales entre estas dos investigaciones son las ciudades a las cuales se está dirigiendo el programa, en el caso de López a la ciudad de Guayaquil y la actual tesis de grado está enfocada a una parroquia Rural de la ciudad de Esmeraldas, específicamente al entorno social que es parte de la Pontificia Universidad Católica sede Esmeraldas, otro de los aspectos diferenciales es el método para impartir o poner en práctica la propuesta ya que ésta no solo involucra lo teórico sino más bien lo práctico y dinámico para permitir un conocimiento más consolidado y duradero.

Otra de las diferencias de la investigación realizada en Guayaquil y la presente investigación es que ésta parte con un fortalecimiento al emprendedor con el fin potenciar esas actividades personales y conseguir la motivación necesaria previa para posteriormente adquirir los conocimientos apropiados para el manejo del negocio.

Los emprendedores en estas dos investigaciones manifiestas el deseo e interés que se les brinde un aporte que logre fortalecer sus habilidades y mejorar con la capacitación todo lo que involucre a sus emprendimientos lo que sin duda genera comodidad y satisfacción para el momento en que se ejecute este proyecto en la parroquia de Tachina.

Amabas investigaciones concluyen al ratificar la importancia e indispensabilidad de llevar a cabo estos programa para fortalecer, mejorar y permitir desarrollar a las persona como emprendedores que logren el cambio social y económico para su ambiente familiar y general.

Esta investigación permitió dar a conocer la propuesta de fortalecimiento a otros actores de tal forma que se logró establecer vínculos y convenios para que se puedan llevar a cabo éste proyecto y los posteriores a él, involucrando a la Universidad Católica junto con el Gobierno Autónomo del lugar a donde se ejecutará el proyecto siendo en este caso el vínculo con Tachina y así el beneficios se maximice.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico realizado a los emprendimientos, se lograron determinar los temas necesarios para ser fortalecidos; los que son esenciales para el desarrollo y mejoramiento de prácticas internas, partiendo del aspecto administrativo, contable y gráfico que necesitan mejorar en sus negocios y en muchos de los casos implantar desde cero considerando que no poseen nada de esto.

  Este diagnóstico arrojó la carencia en temas de administración y contabilidad básica, no tienen una estructura definida que permite mantener un control de las diferentes funciones asignadas para cada empleado, además de no tener la práctica de realizar registros contables que permitan verificar y controlar las operaciones realizadas y los valores obtenidos de dichas operaciones.

  Mediante los resultados de mercado obtenidos por las encuestas a clientes se pudo determinar la insatisfacción en algunos aspectos como servicio y atención al cliente, indicando que el buen trato en muchas ocasiones no viene por parte de todos los miembros de la empresa, lo que ocasiona que las relaciones no se fortalezcan con los clientes. Otro de los aspectos con los que no se está conforme es con la imagen que trasmiten los negocios gracias a la falta de publicidad y e información proveniente de los mismos, por lo que la propuesta logra mediante los talleres ir realizando y proponiendo cambios referentes a estos aspectos que se necesitan.

- Con el análisis de la situación de los emprendimientos y datos sociales y demográficos se pudo plantear un plan para fortalecer al emprendedor responsable del emprendimiento en todo lo que involucra el desarrollo personal de un emprendedor, permitiendo la motivación, identificación y mejora de habilidades características y aptitudes propias de los emprendedores para ser aplicadas, ayudándole a reconocer sus capacidad para generar soluciones y controlar a su equipo de trabajo.

- Finalmente, se realizó el diseño de una propuesta teórico práctica que logra mejorar el manejo y desenvolvimiento de los negocios, fortaleciendo las

relaciones con el personal y realizando correctamente las actividades, de tal forma que todos los negocios involucrados puedan poner en práctica los conocimientos para obtener mayores beneficios que los ya percibidos en su actividad habitual.

5.2. RECOMENDACIONES

- Resulta necesario que los emprendimientos que surgen por distintos motivos ya sea por subsistencia o superación necesitan de establecer bases con conocimientos claros, comprobados y garantizados; por tal motivo las instituciones universitarias que se encuentran en el entorno de dichos emprendimientos deberían brindar este apoyo con la elaboración de proyectos similares que partan de un análisis previo.
- Se recomienda que el fortalecimiento se lleve a cabo con la motivación a los emprendedores, incentivando a la participación y poniendo en práctica las dinámicas expuestas en el material de la propuesta, para generar en ellos la asimilación de los contenidos teóricos y prácticos.
- Es indispensable que se lleve a cabo la ejecución de la propuesta para fortalecimiento a los emprendimientos de Tachina con el fin de que desarrollen sus negocios y manejen prácticas eficientes dentro de estos.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ackorff, R. (1981). Plan Estrategico . *Pdf* , http://wwwisis.ufg.edu.sv/wwwisis/documentos/TE/330.15-A185d/330.15-A185d-CAPITULO%20II.pdf.

Álvarez, S. A. (2013). emprendedpr . *Salón de laFama EOY*, 13.

Álvarez, S. A. Emprendedor. Salón de la Fama EOY, 13., Vinrub, R. UNA GUIA PARA EMPRENDEDORES. MEXICO. (2013,2009).

AMERICAN MANAGEMENT ASSOCIATION. (2008). *AMERICAN MANAGEMENT ASSOCIATION*.

Arias, M. (Enero de 2014). Obtenido de file:///C:/Users/admin/Downloads/Arias_Torres_Mayra_del_Cisne.unlocked.pdf

Armijos, M. (2006). *Planificación Estratégica e Indicadores.* Obtenido de ILPES- CEPAL: http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/5/39255/30_04_MANUAL_COMPLETO_de_Abril.pdf

Aspra, R. H. (2013). Líderes que reconocen a sus pares:jueces EY Entrepreneur Of The Year. *Revista emprendedor* , 9.

Barreda, J. (2010). Programa Conjunto Promoción del Empleo). 5.

Bateman y Snell . (2009). *Lla administracion .*

Bayardo, M. M. (s.f.). Introduccion a la Metodologia de la Investigacion Educativa . En M. M. Bayardo, *Introduccion a la Metodologia de la Investigacion Educativa* (pág. 42). Progreso .

BERNAL, C. (2006). Metodologia de la Investigacion. En B. Cesar, *Metodologia de la Investigacion* (pág. 113). Mexico: Pearson Educacion.

Bernal, C. A. (2006). *Metodologia de la investigación,para administración,economía humanidades y ciencias sociales.* México: Pearson Educación.

Capacitación y desarrollo personal. (2004). MEXICO: cuarta edición.

Cedeño, A., Gilses, C., Pincay, M., Vera, L., & Tuárez , R. (2011). *Diseño y ejecucion de un plan de capacitacion en temas de emprendimiento de micoempresas comercialesartesanales.* Portoviejo.

Chiavenato. (2009). Mision. En Chiavenato, *Gestion del Talento Humano* (págs. 64-65). Mexico DF : ELSEVIER EDITORIAL.

Chiavenato. (2010). *Planeacion Estartegica .* Mexico .

Chiavenato. (2010). *Planeacion Estrategica fundamentos y aplicacion .* Mexico .

Chiavenato, I. (2011). *Planeacion Estrategica .* Mexico D.F.: McGRAW-HILL/interamericana.

CIUDAD DE MEDELLIN. (2012). *www.ciudademedellin.com.* Recuperado el 02 de 09 de 2015, de http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/ciudade/Documents/Contextualizaci%C3%B3n%20Encuentro%20de%20actores%20del%20sistema%20de%20emprendimiento%20de%20Medell%C3%ADn.pdf

Converter, S. (s.f.). *www.soliddocumets.com.*

Curto Grau, M. (2012). *LOS EMPRENDEDORES SOCIALES INNOVACIÓN AL SERVICIO DEL CAMBIO SOLCIAL".*

Diaz, M. L. (2013). RECURSOS HUMANOS Y DIRECCION DE EQUIPOS EN RESTAURACION. En M. L. Diaz, *RECURSOS HUMANOS Y DIRECCION DE EQUIPOS EN RESTAURACION* (pág. Cap. 5 pag1). Madrid: Paraninfo, SA.

EAFIT, U. (octubre de 2007). La importancia de saber determinar los costos para una buena toma de decisiones . pág. 2.

ECUADOR, P. (2014). *PRO ECUADOR* . Recuperado el 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/

Esparza, P. y. (2011). *U. de Loja* . Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2062/1/TESIS_EntreR%C3%ADos_26May.pdf

Fernández, S. C. (2013). *Gestion de la atención al clinete .* España : Paraninfo S.A .

Ferraro, G. (2004). La servuccion: una herramienta para la gestión. *XXVII Congreso Argentino de profesores universitarios de costos*, (pág. 5). Buenos Aires.

Fincowsky, E. B. (2014). *Organizacion de Empresas .* Mexico DF : McGRAW-HILLL.

Fontanot, G. (2000). http://www.respyn.uanl.mx/especiales/ammfen/14.html. *Salud Publica y Nutricion* , 2.

Franco, E. F. (2010). *Administracion de Empresas Un enfoque interdisciplinar .* Madrid España : Paraninf S.A. .

Gallego, J. V. (2012). Imagen Psoitiva. En J. V. Gallego, *Imagen Positiva.* España: Ediciones Piramide.

Garces, C. M. (1999). Recursos Humanos para las Pequñas y Medianas Empresas . Mexico .

Garzon, P. B. (2012). *U. Simón Bolivar Sede Ecuador* . Obtenido de http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3112/1/T1148-MBA-Baez-Dise%C3%B1o.pdf

GOB. AUTONOMO DE TACHINA . (06 de 2011). *GOBIERNO AUTONOMO DE LA PARROQUIA TACHINA .* Recuperado el 2014, de http://gobiernoautonomodetachina.blogspot.com/2011/06/antecedentes.html

Gobierno Autónomo de Tachina . (8 de febrero de 2012). *GOB TACHINA*. Recuperado el 2014, de file:///C:/Users/Tere/Downloads/pdot%20tachina%20final%20parte%201.pdf: file:///C:/Users/Tere/Downloads/pdot%20tachina%20final%20parte%201.pdf

Gómez. (2006). *Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifa.* Argentina: editoial Brujas.

Gómez, H. S. (2003). *Servicio al Cliente Métodos de Auditoria y Medición.* Bogotá.

Gomez, M. M. (2006). *Introduccion a la metodologia de la investigacion cientifa .* Argentina : editoial Brujas .

Graziano , P. (12 de enero de 2015). *Sicología estratégica*. Obtenido de http://www.psicologia-estrategica.com/2015/01/12/autoestima-3-ejercicios-para-fortalecer-la-autoconfianza/

Greco, J. R. (13 de 02 de 2012). *Slideshare*. Obtenido de http://es.slideshare.net/zulay1719/modelo-de-gestion

Guerra, G. (2002). *El agronegocio y la empresa agropecuaria frente al siglo XXI.* Costa Rica : Agroamerica.

Guia Plan de Marketing Programa Innova. (s.f.).

Heredia, J. (2001). *Sistema de Indicadores para la Mejora y control integrado de la Calidad .* Universidad Jaume .

I., A. A. (Febrero de 2011). U. Nacional De Venezuela. *Pdf*, 3.

INEC. (2011). *PROMEDIO PERSONAS POR HOGAR.* Recuperado el 2014, de https://www.google.com.uy/#q=tachina+esmeraldas+ecuador+inec

Iten, J. (2010). *Arte del color .* bogota : fissi .

Lechat, N., & Schiochet, V. (2004). Economía de la Dádiva. En A. Cattani, *La otra Economía* (págs. 145-150). Brasil: Altamira.

Lee, J. R. (2000). Administracion de Operaciones: Estrategis y Analisis . En J. R. Lee, *Administracion de Operaciones: Estrategis y Analisis* (pág. 89). Mexico DF: Pearson Educación .

Lopez , B., Ruiz, P., Machuca, M., & Viscarri, J. (2008). *LOS PILARES DEL MARKETING.* BARCELONA: UPC.

López, E. S. (2014). *elaboracion de un plan de capacitacion dirigido a microempresarios y comerciantes informales.* UNIVERSIDAD SANTIAGO DE GUAYAQUIL , GUAYAQUIL.

Luis, M. (2010). *Guía práctica para mejorar un plan de negocio .* Barcelona : Bresca Editorial .

Marchant, L. (2003). Actualizaciones para el desarrollo Organizacional . En Marchant. Copyrigted Mterial .

Martinez, D. (2012). *Mapas estratégicos.* Diaz de Santos .

Maximiano, A. C. (2008). *ADMINISTRACION PARA EMPRENDEDORES .*

Merlano, F. B. (2009). *Aves.edu.* Obtenido de http://www.aves.edu.co/ovaunicor/recursos/1/index_proceso_administrativo.pdf

Monteros, E. (2005).

Normand, R. (12 de marzo de 2014). Capital Humano y Humanidad. *El Dínamo*, pág. 3.

Ochoa, M. U. (11 de 2007). *Repositorio.Upc* . Obtenido de http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/1150/1/658U86m.pdf

Orrego, C. I. (2009). La Fenomenología y el Emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*, 69.

OSPINA, N. (2010). ADMINISTRACION FUNDAMENTOS. En OSPINA, *ADMINISTRACION FUNDAMENTOS* (pág. 92). BOGOTA: Ediciones de la U.

Pino Mejías , M. Á. (2015). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios .* España .

Porter, H. B. (2006). *Administracion .* Mexico: Pearson Educacion .

Prado, A. E. (2011). *Loja* . Obtenido de http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2062/1/TESIS_EntreR%C3%ADos_26May.pdf

Rodíguez Miranda , A., Fernández , M. P., & Sbrocca Assandri, F. C. (2011). *Desarrollo de capacidades para emorender.* Uruguay: Fin de siglo.

Rodriguez , Chavez , Rodriguez Castro , & Chirinos. (2007). *GESTION DE COSTOS DE PRODUCCION.* UNIVERSIDAD ZULIANA: Revista de ciencias sociales.

Rusque1996 ,Valera 2002, Campos 2003. (s.f.).

Sarria, A., & Tiribia, L. (2004). Economía Popular. En A. Cattani, *La Otra Economía* (págs. 171-186). Brasil: Altamira.

Savala, H. (2005). *Planeación estratégica aplicada a cooperativas.* COLOMBIA.

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *Plan nacional del buen vivir, Ecuador.*

SECRETARIA NACIONAL DE PLANIFICACION Y DESARROLLO . (2013). PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. *SENPLADES*.

Segura Cedeño José David, Vera Loor Mirian Karina, Villavicencio Reyes María Leonor, Zambrano Vélez Fanny María. (2009-2010). *adecuacion de un ambiente pedagogico e implamentacion de un plan de capacitaciones para microempresas familiares .* portoviejo .

Serrano, J. E. (2011). *GESTION COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE.* MADRID: PARANINFO S.A.

SPENCER, M. (s.f.). *ECONOMIA CONTEMPORANEA .* BARCELONA .

Tamayo, M. T. (2004). El Proceso de la Investigacion Cientifica . En M. T. Tamayo, *El Proceso de la Investigacion Cientifica* (pág. 45). Mexico : Limusa S.A. .

TINTIN, M. S. (mayo de 2013). *U. de Cuenca*. Obtenido de http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3720/1/Tesis.pdf.pdf

Torres Rodriguez, L. (2005). *La Microempresa en el Ecuador.* Avanzar.

Transito, C. d. (2010). Ley Orgánica de Transporte Terrestre,.

USAID . (2005). MICROEMPRESAS YMICROFINANZAS EN EL ECUADOR. 15.

Valda, J. C. (7 de ABRIL de 2010). *GRANDES PYMES*. Obtenido de https://jcvalda.wordpress.com/2010/04/07/pyme-estructura-y-procesos-de-la-organizacion/.

Villar, J. (MARTES de OCTUBRE de 2008). *MARKETING PARA EL CRECIMIENTO*. Obtenido de http://marketingparacrecer.blogspot.com/2008/10/aplicando-el-marketing-en-tu-negocio.html.

Vinrub, R. (2009). *UNA GUIA PARA EMPRENDEDORES .* MEXICO.

7. ANEXOS

PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta tiene como fin la identificación de las necesidades objeto a ser atendidas mediante una propuesta de fortalecimiento dirigido a comerciantes, la misma que se realiza previo a la investigación de grado con la obtención del título de Ingeniería Comercial. Los datos proporcionados serán manejados con responsabilidad y discreción.

FORMATO DE ENCUESTA MICROEMPRESARIOS

Marque con una X el literal que considere como respuesta

Nombre:……

Sexo: masculino ☐ femenino ☐

Edad:

De ☐ 18 a 30 años ☐ 31 a 40 años 41 a 50 años ☐

☐ 51 a 64 años ☐ 65 o más

Estado civil

Soltero/a ☐ casado/a ☐ divorciado ☐ viudo ☐ unión libre ☐

Nivel de educación:

Primaria ☐
Segundaria ☐
Universidad ☐
Sin formación ☐

El emprendimiento que maneja tiene nombre

SI ☐ NO ☐

En caso de ser si la respuesta ¿cuál es el nombre? …….

Actividad o producto que vende:

Tortilla de cholo ☐
Maduro con queso ☐
Choclo con queso ☐
Pincho de carne ☐
Pescado frito ☐
Otros ☐

El lugar en que desarrolla actualmente su actividad es:

Propio (mi vivienda) ☐
Alquilado ☐
Prestado ☐

¿Con cuántas personas trabaja usted?

Solo/a ☐
2-3 ☐
3-4 ☐
5 o más ☐

En caso de la respuesta anterior sea 2 o más; responder ¿son familiares o personas contratadas?

Familiares ☐
Contratadas ☐

Sus ingresos medios mensuales se encuentran entre:

☐ Inferiores al sueldo básico
☐ 354(sueldo básico)
☐ De 355 a 800
☐ Mayores a 800

¿Ha recibido alguna capacitación anteriormente referente a la actividad que desempeña en la actualidad?

SI ☐ NO ☐

¿En qué temas? _____

¿Por qué escogió este tipo de actividad?

No tuvo otra alternativa de empleo ☐
No hay trabajo ☐
Los ingresos del negocio son mejor que en los de trabajos anteriores ☐
Falta de educación profesional ☐

Otros ☐

Elija los problemas que ha afrontado dentro de su actividad económica

Problemas con policías metropolitanos ☐
No conoce de leyes que lo amparen ☐
No existen cursos que permitan mejorar la actividad que realiza ☐
Permisos de funcionamiento municipales ☐
Otros…….. ☐

¿Cuándo se realiza el mayor número de ventas?

De lunes a viernes ☐ sábado y domingo ☐

Marque con una "x" En qué temas requiere fortalecer su emprendimiento siendo 1 el más importante y 5 el menos importante

Temas a fortalecer	1	2	3	4	5
Costeo de producción					
Como ubicar una microempresa					
Atención al cliente.					
Como invertir el dinero dentro de la microempresa					
Publicidad para atraer clientes					
Estructura de una empresa					

¿Le gustaría participar en un proyecto de capacitación?

SI ☐ NO ☐

PONTIFICA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta tiene como fin la identificación de las necesidades objeto a ser atendidas mediante una propuesta para el fortalecimiento de emprendimientos dirigido a comerciantes, la misma que se realiza previo a la investigación de grado con la obtención del título de Ingeniería Comercial. Los datos proporcionados serán manejados con responsabilidad y discreción.

FORMATO DE ENCUESTA PARA CLIENTES

Marque con una X el literal que considere como respuesta

Sexo: masculino ☐ femenino ☐

¿Usted es cliente frecuente del sector de Tachina?

SI ☐ NO ☐

¿Por qué acude a este sector?

_____

_____

¿Cuáles son los productos que más prefiere a la hora de comprar?

Tortilla de choclo ☐
Maduro con queso ☐
Choclo con queso ☐
Pincho de carne ☐
Pescado frito ☐

¿La presentación de los alimentos la califica como?

Buena ☐
Mala ☐
Regular ☐
Excelente ☐

¿Las instalaciones del negocio se encuentran limpias y en orden?

Siempre ☐
Nunca ☐
Casi siempre ☐

¿Existe comodidad en el espacio (mesas) donde se sirven los alimentos?

SI ☐ NO ☐

¿Está de acuerdo con el precio que paga por el producto?

De acuerdo ☐
Poco de acuerdo ☐
En total desacuerdo ☐

¿El negocio ofrece variedad de productos?

SI ☐ NO ☐ MUY POCO ☐

La imagen publicitaria referente a letreros, rótulos, identificación del local (nombre propio), etc. Lo califica como:

Satisfactoria ☐
Poco satisfactorio ☐
Nada satisfactorio (ya que no cuenta con nada de esto) ☐

ANEXO

FICHA DE OBSERVACIONES

Ficha de observaciones

Día: 1 Mes: febrero Hora: 4:30pm

Número de establecimientos: 30

Otro tipo de actividades comerciales: Venta de artesanías, farmacias, mecánicas, tiendas

Tipos de alimentos ofrecidos

Tortillas, Empanadas, Choclos, Platos típicos, Pescado frito, Carne asada entre otros

Número de clientes observados: 5 a 6 por establecimiento

Numero de automotores en la vía: 10 en adelante

Condiciones de las instalaciones, rótulos, señalización etc….

Espacios incomodos y pequeños, ningún tipo de señalética, lo existe un letrero con nombres propios en todos los negocios

Condiciones de higiene

Quien maneja el dinero también manipula los productos, no se usan guantes o mallas para el cabello, la rotación de los productos es buena

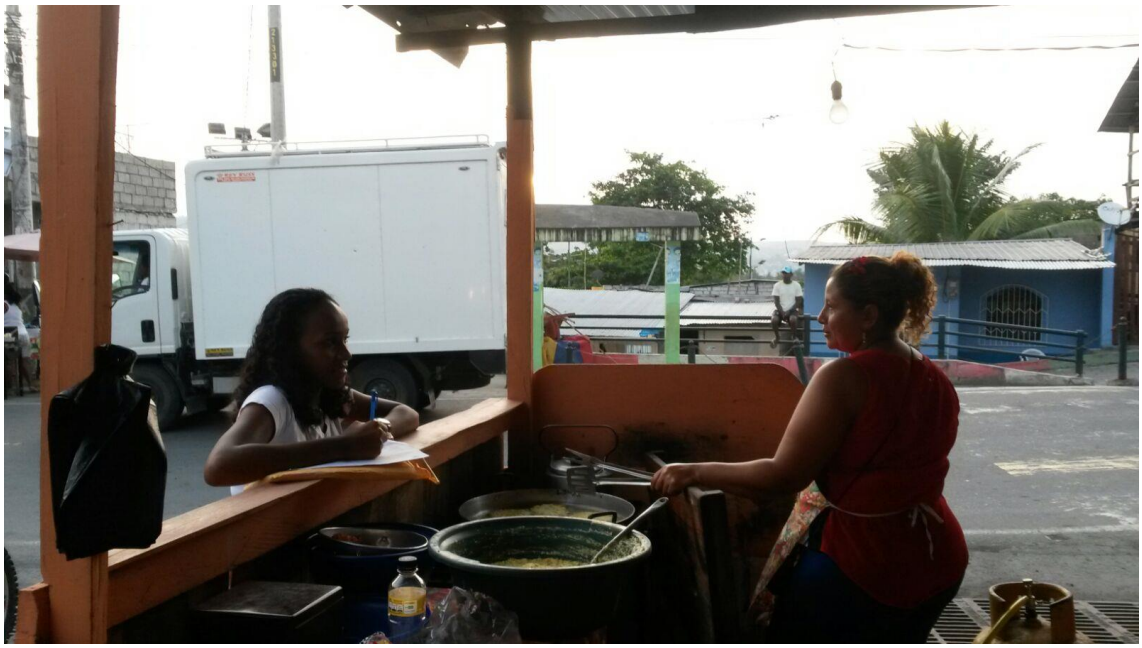
- Un comportamiento importante que se puede evidenciar es la gran afluencia de personas principal mente los fines de semana.
- Los precios de los productos entre un negocio y otro son muy similares.



Emprendimiento Sra Giron Tenorio Teófila



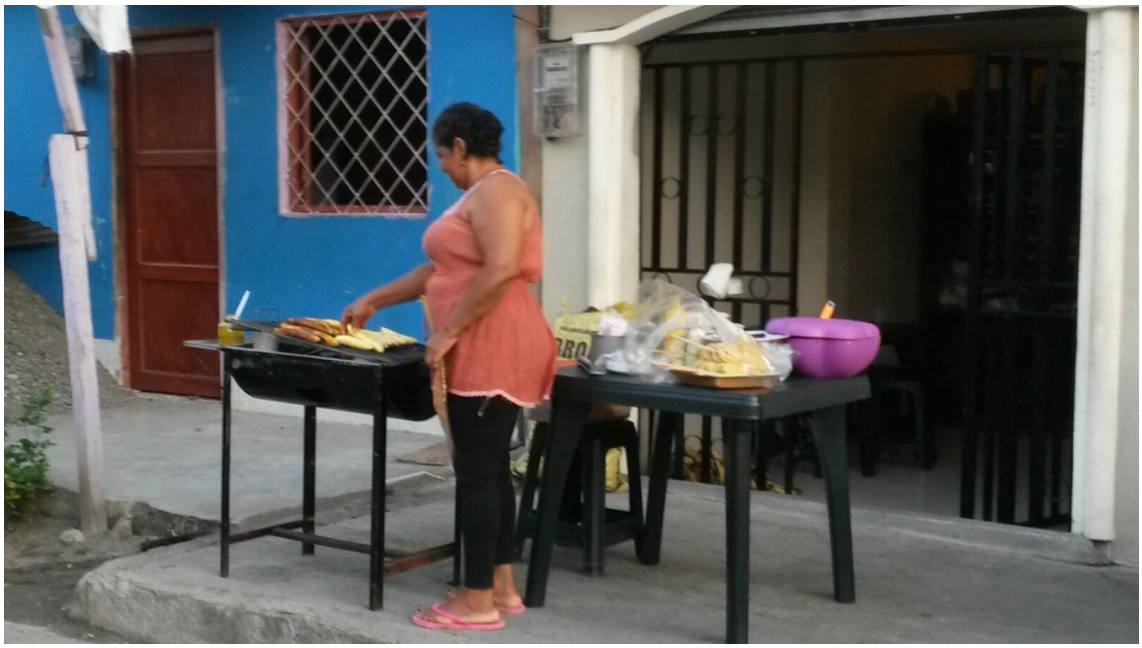
Emprendimiento “Tortillas doña Ya”



Emprendimiento “Tortillas Don Reve”



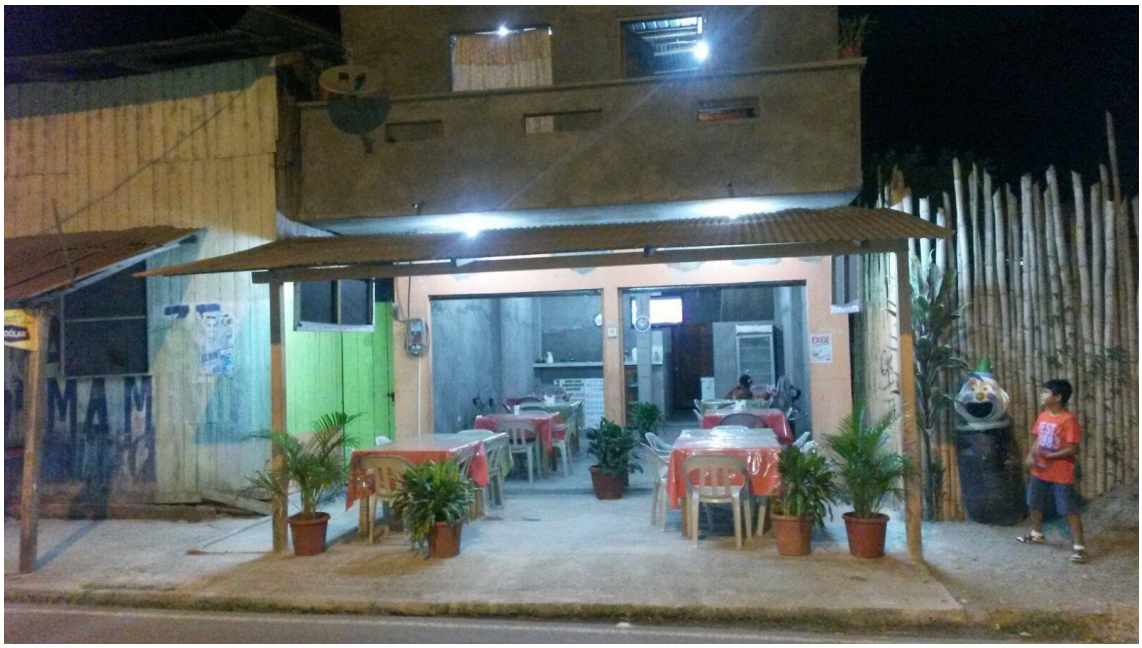
Emprendimiento “Restaurante Las Hamacas”



Emprendimiento “Sazón Dona Nelly”



Emprendimiento Pescado Frito



Emprendimiento Edison Olmedo



Emprendimiento “Pescado Frito Divino Niño”