RESUMEN

Para la elaboración de esta investigación se realizó un Estudio del Impacto del Proceso de Capacitación a los Socios de la Cooperativa Multiempresarial, a través del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito convenido entre UCACSUR, la Cooperativa Multiempresarial e INNPULSAR, con el objetivo de fomentar en los participantes un espíritu emprendedor facilitándoles las herramientas necesarias para la elaboración de proyectos brindando asesoría con temas de administración empresarial.

Una pieza muy importante es el emprendimiento ya que es la manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de, iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismo factores como capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para emprender.

PYME (pequeña y mediana empresa), es un ente productivo o de servicios, que genera empleo y productividad en el país y permiten abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven al Ecuador. Una empresa necesita nutrirse de una serie de actores como son familiares y amigos, centros de incubación, centros de formación emprendedora, fondos de inversión entre otros ya sea para recibir apoyo emocional, profesional y económico.

Palabras claves: PYMES, Emprendimiento, Emprendimiento Dinámico, Importancia y Ecosistema del Emprendimiento en el Ecuador, Redes de Apoyo a Emprendedores, Áreas Funcionales de una PYME, Proceso de Creación de una PYME.

AUTORAS:
DORIS FABIOLA ORDÓÑEZ BACULIMA
DIANA MAYRA ORELLANA GARCÍA

INDICE

Pág.

INTRODUCCION……...8

CAPITULO I: ANTECEDENTES DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES

1.1. Cooperativa de Ahorro Y Crédito Multiempresarial……..9

1.1.1 Reseña Histórica……..9

1.1.2 Misión, Visión y Valores……11

1.1.3 Aspectos Legales y Principios Básicos del Cooperativismo……12

1.1.4 Estructura Orgánica……...18

1.1.5 Cartera de Servicios……..19

1.2. Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito (UCACSUR)……21

1.2.1 Reseña Histórica……21

1.2.2 Misión y Visión……....22

1.2.3. Aspectos Legales……..23

1.2.4. Estructura Orgánica……..26

1.2.5 Cartera de Servicios……..27

1.3 Corporación Incubadora de Empresas del Austro (INNPULSAR)……32

1.3.1 Reseña Histórica……....32

1.3.2 Misión y Visión……33

1.3.3 Aspectos Legales……...34

1.3.4 Cartera de Servicios……36

CAPITULO II: ESTUDIO DEL PROCESO DE CAPACITACIÓN A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO MULTIEMPRESARIAL

2.1 Análisis del Convenio de Cooperación suscrito entre las Instituciones Participantes…….40

2.1.1 Objeto del Convenio……..42

2.1.2 Desarrollo del Convenio……43

2.2 Importancia y Ecosistema del Emprendimiento en el Ecuador……43

2.3 Áreas y Procesos Funcionales más Importantes para la Creación y Fortalecimiento de una PYME……50

2.4 Descripción de la Capacitación y Asistencia Técnica Impartida en este Proceso……..59

CAPITULO III: ESTUDIO DE LOS SEMINARIOS DICTADOS

3.1 Organización, Temas Tratados, Expositor, Comodidad, Costo, Horarios…61

3.2 Motivación al Emprendimiento y Plan de Negocios……63

3.2.1 Contenido……63

3.3 Marketing Aplicado y Venta, Tributación Aplicada y Costos,

Diseño Grafico Aplicado y Publicidad……...70

3.3.1 Contenido……70

3.4 Programación Neuro Lingüística (PNL)……71

3.4.1 Contenido……71

3.5 Comercio Exterior……....72

3.5.1 Contenido……72

3.6 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)……72

3.6.1 Contenido……72

3.7 Gerencia de Ventas y Relaciones Interpersonales……74

3.7.1 Contenido……74

3.8 Incidencia de los Seminarios hacia los Negocios de los Socios……..75

CAPITULO IV: ESTUDIO DEL IMPACTO DEL PROCESO DE CAPACITACION A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MULTIEMPRESARIAL.

4.1 Cuantos Socios Iniciaron un Negocio Propio y/ o Fortalecieron su Empresa y en qué Áreas……...77

4.2 Socios que Tomaron un Crédito……79

4.3 Calidad de Asesoría que recibieron en la Capacitación Brindada……80

4.3.1 Estudio Demográfico de los Socios que Asistieron a los Seminarios……85

4.4 Expectativas de los Socios……89

4.4.1 Temas Nuevos de Administración a Fortalecer en los Seminarios……91

4.4.2 Sugerencias para el Proceso de Convocatoria a Seminarios……91

4.5 Recomendaciones de los Socios a Cerca de los Seminarios Dictados…...92

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones……..94

5.2 Recomendaciones……95

Anexos……..96

Bibliografía……145

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

"ESTUDIO DEL IMPACTO DEL PROCESO DE CAPACITACION A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MULTIEMPRESARIAL, PARA LA CREACIÓN Y/O FORTALECIMIENTO DE SUS EMPRESAS PERIODO 2009-2010".

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL.

DIRECTOR:

ING. COM. JUAN FRANCISCO CORDERO L.

AUTORAS:

DORIS FABIOLA ORDÓÑEZ BACULIMA

DIANA MAYRA ORELLANA GARCÍA

CUENCA – ECUADOR

2011

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis con mucho cariño y dedicación a nuestros Padres y Hermanos quienes nos brindaron su apoyo durante todo el proceso de nuestra carrera.

DORIS Y DIANA

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento va dirigido en primer lugar a Dios, por habernos dado la fortaleza y la capacidad para culminar nuestros estudios y de manera especial agradecemos a nuestro Director y Asesor de Tesis el Ing. Com. Juan Francisco Cordero López quién nos brindó su apoyo constante e incondicional en todo el desarrollo de este trabajo.

Además agradecemos a nuestros profesores y a cada uno de los gerentes de las Empresas participantes de este convenio facilitándonos la información necesaria.

DORIS Y DIANA

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el tema Emprendimiento es algo novedoso ya que a más de ser una alternativa para la creación de nuevas empresas, sirve como medio para mejorar y consolidar aquellas iniciativas productivas que han iniciado sin una planeación, y por lo cual subsisten en medio de los tropiezos y con muchas dificultades en sus actividades empresariales, permitiendo que estas iniciativas logren consolidarse como verdaderas empresas auto sostenibles, productivas, generadoras de riqueza.
Para poner en marcha un proyecto se necesita nutrirse de una serie de actores como son familiares y amigos, centros de incubación, centros de formación emprendedora, fondos de inversión entre otros ya sea para recibir apoyo emocional, profesional y económico.

Con el objeto de aportar a ésta investigación se incluye en ésta Tesis cinco capítulos:

- El primer capítulo nos da una visión general de los antecedentes de las instituciones participantes en éste convenio.
- El capítulo dos hace referencia al análisis del Convenio suscrito entre las Instituciones participantes y la descripción de la Capacitación y Asistencia Técnica impartida en este proceso durante el período 2009- 2010.
- El tercer capítulo desarrolla el Estudio de los seminarios dictados.
- El capítulo cuatro hace referencia al impacto del proceso de capacitación a los socios de la cooperativa de ahorro y crédito Multiempresarial.
- Por último en el capítulo cinco se desarrolla las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES DE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES:

1.1. COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MULTIEMPRESARIAL

1.1.1 RESEÑA HISTÓRICA

En el mes de Junio de 1986, por iniciativa de los Sres. Felipe Malo A. Gerente de Importadora Mirasol y el Dr. Juan Vintimilla G. Gerente de la Agencia de Quito de Importadora Mirasol, proponen al Ing. Hernán Borrero administre la Caja de Ahorro y Crédito Mirasol, para dar servicio de ahorro y crédito para los empleados de Importadora Comercial Mirasol, aportando la Compañía. $ 80.000,00 sucres y cada empleado tenía que aportar con el 10% del sueldo al momento de ingresar y el 2% como ahorro mensual.

La Caja de Ahorros se conformó con la siguiente Junta Directiva:

Director: Hernán Borrero Arízaga.
Tesorera: María Eulalia Andrade
Secretaria: María Lituma Cobos
Abogado: Diego Torres Borja
Auditor: Gerardo Condo Carpio

Los primeros préstamos que se otorgaban eran de $ 50.000,00 sucres.
En el mes de Marzo de 1998 por resolución de la Junta General de socios se resuelve transformarle a la Caja de Ahorro y Crédito Mirasol en Cooperativa legalmente constituida pudiendo ampliar sus servicios para empleados de otras empresas, siendo sus promotores los Señores.:

- Hernán Borrero Arízaga
- María Eulalia Andrade Serrano
- María Lituma Cobos
- Gerardo Condo Carpio
- Diego Torres Borja

- Ana Sánchez Gavilanes
- Isabel Mogrovejo Ortiz
- Jenny Ortega Calle
- Diego Torres Espinoza
- Marcelo Tamayo Jaramillo
- Estuardo Ochoa Maldonado
- Francisco Vega Vintimilla
- Patricio Méndez Morocho
- Oswaldo Zúñiga López
- Lorena Encalada Coronel

El 9 de Abril de 1999, nace la Cooperativa de Ahorro y Crédito MULTIEMPRESARIAL con acuerdo Ministerial 1081, e inscrita en el Registro General de Cooperativas con el N 6182 de Abril 12 de 1999, se inicia en un año considerado como uno de los peores años económicos de la historia del Ecuador, comenzando por el feriado bancario, la quiebra de varios bancos, la devaluación de la moneda y la inestabilidad política del Ecuador, a pesar de todos estos aspectos negativos y de la desconfianza del país, la Cooperativa tuvo una muy buena acogida entre los empleados de diferentes empresas, habiendo comenzado en Abril de 1999 con 15 promotores y 100 empleados de Mirasol, a finales del año 1999 tenían 301 socios de 18 empresas que confiaron en los servicios que brindaba la Cooperativa.

En el año 2000, tocó vivir cambios en la economía del Ecuador con el proceso de la Dolarización, siendo un reto para la Cooperativa afrontar todos estos cambios, habiendo terminado el año 2000 con 631 socios de 37 empresas y un incremento de los activos en un 48% y sus ahorros en un 69% con relación al año.

Han pasado 11 años desde su fundación en un proceso de consolidación, honestidad de sus administradores, para de esta manera poder brindar confianza y seguridad para sus socios. En el mes de Abril del 2003 se adquirieron sus propias oficinas de 100mts., en el Edificio de la Cámara de Industrias de Cuenca ofreciendo mayor comodidad y servicio para sus socios. Este momento al ser una Cooperativa

con muy buena solvencia económica y moral, nos hemos propuesto ampliar el número de socios sin salirnos de nuestro mercado que es el de mantener como socios a empleados de empresas que estén sujetos bajo un rol de pagos, y poder seguir manteniendo la calidad de nuestros servicios.

Nuestra misión es la de ampliar los beneficios que la empresa brinda a sus empleados, otorgándoles un servicio personalizado a cada uno de los socios, con créditos oportunos de consumo sin tener que movilizarse de su lugar de trabajo, seguro de vida para todos los socios, seguro de gastos médicos, tarjeta empresarial y muchos más servicios con múltiples ventajas.

1.1.2 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión

Somos una Cooperativa de Ahorro y Crédito que mejora la calidad de vida de sus socios, conociendo y satisfaciendo sus necesidades. Fomentando la cultura del ahorro con beneficios, creando oportunidades de negocios cooperativos entre trabajadores, emprendedores y empresas, con solidez, transparencia y asesoría personalizada.

Visión

Ser la mejor Cooperativa de apoyo Empresarial, junto al trabajador con cobertura nacional.

Valores

- ✓ Solidaridad: “Apoyémonos para crecer juntos”.
- ✓ Responsabilidad Social: “Contribuimos a su bienestar y progreso”.
- ✓ Ética: “Nuestra manera de ser”.
- ✓ Excelencia: “Mejores servicios contrato personalizado”
- ✓ Confianza: “Seguridad y tranquilidad para tu futuro y el de tu familia”
- ✓ Solidez: “Buenos resultados financieros”.
- ✓ Transparencia: “Gestión responsable”[1]

1.1.4 ASPECTOS LEGALES Y PRINCIPIOS BÁSICOS DEL COOPERATIVISMO

Aspectos Legales.

Por Cooperativa de Ahorro y Crédito se entiende a una Institución Financiera Cooperativa, propiedad de sus miembros, quienes la controlan y disfrutan de sus servicios. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito sirven a grupos que comparten un vínculo común, por ejemplo, todos los asociados tienen el mismo empleador, el mismo vecindario o la misma iglesia. Las Cooperativas de Ahorro y Crédito también son entidades sin fines de lucro y existen para ofrecer un lugar seguro y conveniente a sus asociados para depositar ahorros y acceder préstamos y otros servicios financieros a tasas razonables.

[1] Fuente: Archivos de la Cooperativa Multiempresarial.

Las cooperativas de ahorro y crédito son distintas de las instituciones financieras con fines de lucro y ofrecen ventajas especiales a sus asociados:

- El asociado es dueño.

Cada asociado de una cooperativa de ahorro y crédito es un dueño de la cooperativa de ahorro y crédito y tiene derecho a un voto en la Asamblea General, a pesar de la cantidad de dinero que tiene depositado con la cooperativa de ahorro y crédito.

- El asociado es primero

Como las cooperativas de ahorro y crédito son cooperativas sin fines de lucro, normalmente pueden ofrecer menores tasas de interés sobre préstamos, mayores tasas de interés sobre el ahorro y menores cargos por servicios que las instituciones con fines de lucro.

- Lideres voluntarios

Las cooperativas de ahorro y crédito son dirigidas por un consejo de administración conformado por miembros elegidos de entre los asociados en la asamblea general. Los miembros de consejo de administración son voluntarios y no reciben ninguna remuneración por su servicio.

Estructura Democrática

- Adhesión abierta y voluntaria

La adhesión a la cooperativa de ahorro y crédito es voluntaria y abierta a todos los que se encuentren dentro del vínculo común aceptado y que pueden hacer uso de sus servicios y estén dispuestos a aceptar las responsabilidades correspondientes.

- Control Democrático

Los socios de las cooperativas de ahorro y crédito disfrutan del igual derecho al voto (un socio, un voto) y a participar en las decisiones que afectan a la cooperativa de ahorro y crédito, prescindiendo del monto de sus ahorros o

depósitos o el volumen de sus transacciones. La votación en las entidades o asociaciones de integración del cooperativismo de ahorro y crédito podrá ser proporcional o representativa, de acuerdo con los principios democráticos. La cooperativa de ahorro y crédito es autónoma dentro del marco de la ley y la reglamentación, en atención a que la cooperativa de ahorro y crédito es una empresa de ayuda mutua que sirve a sus asociados, que son los que la gobiernan. Los cargos electivos en las cooperativas de ahorro y crédito son de carácter voluntario y sus directivos elegidos no deben recibir sueldo. Sin embargo, las cooperativas de ahorro y crédito pueden rembolsar a estos los gastos legítimos en que hayan incurrido por razón de su cargo.

- Ausencia de discriminación racial, religiosa y política

Las cooperativas de ahorro y crédito no hacen discriminación en lo que se refiere a raza, nacionalidad, sexo, religión y política.

Servicio a los socios

- Servicio a los socios

Los servicios de la cooperativa de ahorro y crédito están encaminados a mejorar el bienestar económico y social de todos los socios.

- Retorno a los socios

Para fomentar el ahorro y poder conceder préstamos y brindar otros servicios a los socios, los ahorros y depósitos de estos devengarán una tasa equitativa de interés, de acuerdo con la capacidad de la cooperativa de ahorro y crédito. Los excedentes derivados de las operaciones de la cooperativa de ahorro y crédito, una vez asegurados los niveles de reserva apropiados y pagados los dividendos limitados sobre el capital social permanente, donde este exista, pertenece y beneficia a todos los socios sin que un socio o grupo de socios se beneficie en detrimento de los otros. Dichos excedentes podrán repartirse entre los socios en proporción a sus transacciones con la cooperativa de ahorro y crédito (devoluciones o retornos de

interés o por servicios) o pueden utilizarse para mejorar o establecer los servicios que soliciten los socios.

- Rentabilidad Financiera

Es un objetivo primordial de la cooperativa de ahorro y crédito cimentar su fuerza financiera, incluyendo las reservas adecuadas y los controles internos que aseguren un servicio continuado a los socios.

Metas Sociales

- Educación Permanente

Las cooperativas de ahorro y crédito promueven activamente la educación de los socios, directivos y empleados, además del público en general, en los principios económicos, sociales, democráticos y de solidaridad de las cooperativas de ahorro y crédito. La promoción del ahorro y el uso prudente del crédito, así como la educación en el ejercicio de los derechos y responsabilidades de los socios son esenciales al carácter social y económico de las cooperativas de ahorro y crédito en la satisfacción de las necesidades de sus socios.

- Cooperación entre cooperativas

De acurdo con su filosofía y las prácticas de integración cooperativista, las cooperativas de ahorro y crédito, dentro de su capacidad, colaboran activamente con otras cooperativas de ahorro y crédito y de otra índole y sus asociaciones a nivel local, nacional e internacional, para servir de la mejor forma a los intereses de los socios y las comunidades de éstos.

- Responsabilidad social

Siguiendo los ideales y creencias de los pioneros cooperativistas, las cooperativas propenden por el desarrollo humano social. Su visión de la justicia social se extiende tanto a los socios individuales como a la comunidad en que éstos trabajan y residen. El ideal de las cooperativas de ahorro y crédito es el de proporcionar servicios a todas las personas que los necesiten y los puedan usar. Cada persona es un socio en potencia y apropiadamente forma parte de la esfera

de interés y preocupación. Deben tomarse las decisiones en plena consideración del interés de la comunidad en que la cooperativa y sus socios se mueven.[2]

Principios Básicos del Cooperativismo

- **Primer Principio**

Membrecía abierta y voluntaria.

Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membrecía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.

- **Segundo Principio**

Control democrático de los miembros.

Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros. En las cooperativas los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.

- **Cuarto Principio**

Autonomía e independencia.

Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.

[2] Fuente: Archivos de la Cooperativa Multiempresarial

- **Quinto Principio**

Educación, formación e información.

Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

- **Sexto Principio**

Cooperación entre cooperativas.

Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo, trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

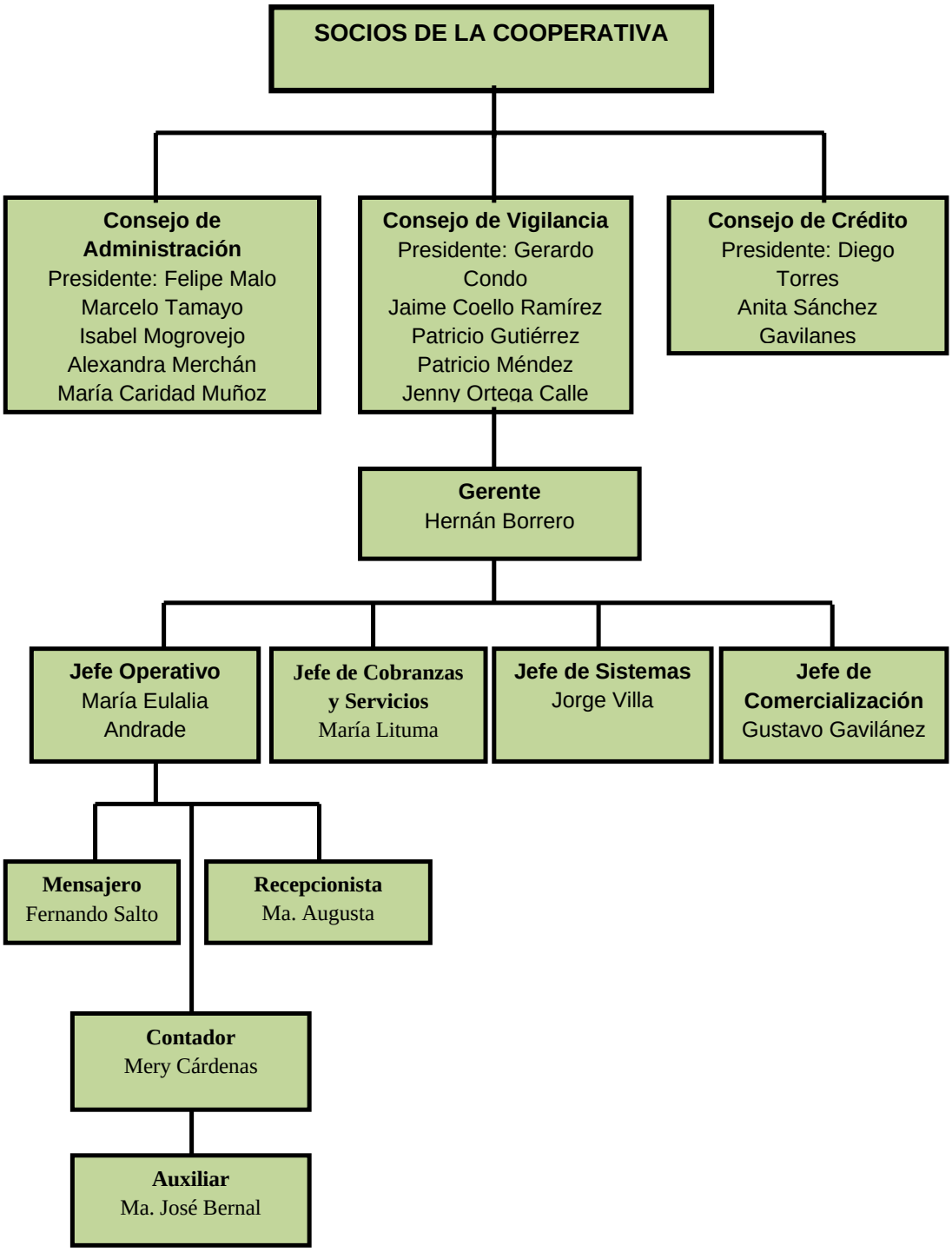
- **Séptimo Principio**

Compromiso con la comunidad.

La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.[3]

[3] www.ucacsur.coop

1.1.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA



1.1.5 CARTERA DE SERVICIOS

PRODUCTOS FINANCIEROS:

Ahorros:

- Ahorro Programado: Todo socio de la COAC MULTIEMPRESARIAL tiene un ahorro mensual programado mínimo (regido por la COAC).
- Depósito a PLAZO FIJO: Monto mínimo de $500, 00, según el plazo que prefiera con un rendimiento muy competitivo.
- Fondos de Inversión: Depósito mínimo de $500, 00.

  Primer mes inmovilizado, no puede retirar.

  Pasado los 31 días puede retirar con previo aviso de 2 días.

Préstamos:

- Préstamos de Consumo:

  Todo préstamo se realiza en base al monto ahorrado con el cupo de crédito.

- Préstamo Extraordinario:

  Es un préstamo adicional al préstamo normal con un plazo de 4 meses.

- Credivehículos:

  Destinado para adquirir un vehículo nuevo o usado, con garantía de prenda con reserva de dominio para vehículos nuevos y con prenda Industrial para vehículos usados.

- Credifamilia:

  Son microcréditos para emprender en un negocio destinado para el titular, cónyuge o hijos mayores de edad, requisito presentar un plan de negocios.

- Microcrédito:

  Para emprendedores que deseen iniciar un negocio.

  Destinado para personas particulares o gremios.

PRODUCTOS NO FINANCIEROS:

- Seguro de Vida:

  Para socios de la COAC con Certificados de aportación PREFERENCIAL.

- Seguro de Gastos Médicos:

  Opcional para el socio que lo requiera para gastos médicos ambulatorios y hospitalización.

- Servicio de Comisariato:

  Opcional para el socio que lo requiera. A través de Supermaxi con tarjeta empresarial para descuentos en compras de contado y cupo de crédito para cancelar a fin de mes.

- Servicio al Hogar:

  Opcional para el socio que lo requiera, para arreglos de gasfitería, plomería cerrajería.

- Talleres de Motivación para Emprendedores:

  Talleres para socios que deseen emprender en algún negocio en convenio con INNPULSAR.

- Servicio Oftalmológico
- Servicio de Celular: Con un plan corporativo.
- Productos de Primera Necesidad.[4]

1.2 UNIÓN DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO (UCACSUR)

1.2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Creada el 12 de diciembre del 2002, la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur - UCACSUR, constituye un organismo de integración del sistema cooperativo de ahorro y crédito, que amparado bajo la ley de cooperativas busca centrar sus retos y esfuerzos en integrar y promover el fortalecimiento del modelo cooperativo a través de sus entidades socias, a fin de garantizar la expansión y profundización de los servicios financieros a los sectores de bajos recursos; así como impulsar procesos orientados a fortalecer políticas sectoriales favorables al desarrollo de las cooperativas y las finanzas sociales en la región sur del Ecuador. La sede se sitúa en Cuenca.

En la realidad económico, social, jurídico, cultural y político del país, renace el cooperativismo, cuyos 7 principios universales (Membrecía Abierta y Voluntaria; Control Democrático de los Miembros; Participación Económica; Autonomía e Independencia; Educación, Formación e Información; Cooperación entre Cooperativas; Compromiso con la comunidad) han permitido a las cooperativas, trabajar en medio de diversas crisis de manera eficiente. Su crecimiento y el haberse constituido en instituciones concentradoras de las esperanzas de miles de

[4] Fuente: Archivos de la Cooperativa Multiempresarial.

familias ecuatorianas les obliga día a día, a impulsar su visión de futuro, a redimensionar sus horizontes y a potencializar sus fortalezas.

En este contexto nace la UCACSUR, trabajando en procura de asumir la representación institucional de sus asociadas en ese afán de unificar al sector cooperativo como un sistema en procura de su consolidación y asistencia. Esta unificación de políticas la convierte con el pasar de los años en una red integral reconocida por diversos organismos locales, nacionales e internacionales que hoy mantienen convenios de cooperación para impulsar su crecimiento continuo.

Es importante resaltar que dentro de las finalidades de la Unión se encuentra la defensa de los intereses institucionales de sus socias que ha motivado la generación de propuestas para reactivar el nuevo sistema cooperativo con un adecuado proceso de regulación. Sin duda una lucha incansable de todos los días.

Hoy los esfuerzos se concentran en impulsar un renovado modelo cooperativo e integrar en el servicio financiero a sus miles de asociados otras estrategias de desarrollo social como es la educación cooperativa.[5]

1.2.2 MISIÓN Y VISIÓN

Su **MISIÓN** se define como: “Promover, fortalecer y posicionar el sistema cooperativo de ahorro y crédito a través de acciones efectivas de: representación, integración, capacitación y asistencia técnica a sus socias.”

Su **VISIÓN** para diciembre de 2010 habla de UCACSUR como: “una organización sostenible de integración y representación de las cooperativas de ahorro y crédito,

[5] Fuente: Archivos de UCACSUR

que brinda servicios integrales en los aspectos: técnicos, financieros y sociales para facilitar la eficiencia, sostenibilidad y responsabilidad social de sus socias, aportando de esta manera al desarrollo regional y al posicionamiento de la filosofía cooperativista.”.[6]

1.2.3 ASPECTOS LEGALES

CONSIDERANDO

Que se ha remitido a la Subdirección de Cooperativas del Austro, la documentación correspondiente, para la aprobación del Estatuto de la “UNION DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO DEL SUR”, “UCACSUR”, domiciliada en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay.

Que los Departamentos de Fomento Cooperativo, Documentación y Archivo, mediante el Informe de fecha 10 de Diciembre del 2002, y de Asesoría Jurídica, Inspección y Auditoría, de esta Subdirección de Cooperativas del Austro, mediante oficio No. 0295 S.C.A-02, de fecha 6 de Diciembre del 2002, Informan y aprueban esta documentación en sentido, favorable a la Constitución de esta Organización de Segundo Grado.

Que el señor Subdirector de Cooperativas del Austro, en base al resultado positivo de estos Informes, emite, el correspondiente Acuerdo Ministerial de Constitución Jurídica de aprobación del Estatuto de la “UNION DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO DEL SUR” “UCACSUR”, por reunir los requisitos dispuestos en el ART. 9, del Reglamento General de la Ley de Cooperativas.

Que en aplicación a los arts. 26,27 y 28, de la Ley de Descentralización del Estado y Participación Social, publicado en el Registro Oficial No. 169 del 8 de Octubre de 1997, y en concordancia con el Acuerdo Ministerial No. 00428, del 11 de Enero del 2002, en su Art. 2 literal b, que delega a las Subdirecciones de Cooperativas, de la

[6] www.ucacsur.coop.

Jurisdicción correspondiente las atribuciones necesarias y suficientes para la concesión de Personería Jurídica a las Sociedades Cooperativas y organizaciones de Instancia Superior.

En uso de las atribuciones, que le concede el Art. 7, de la Ley de Cooperativas.

ACUERDA

Art. 1 Aprobar el Estatuto y conceder Personalidad Jurídica, a la "UNION DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO DEL SUR", "UCACSUR", cuyo domicilio es la Ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay, con las siguientes modificaciones:

Art. 31 En vez de "una vez cada dos meses", poner "cada semana".

Art. 36 En vez de "una vez cada dos meses", poner "cada semana".

Art. 38 En el literal f, eliminar la palabra "secretario".

Art. 43 En el literal h, eliminar las palabras "así mismo", y en su lugar poner "y en forma semestral". Luego del Art. 48, poner un Art. Que diga "El año económico se inicia el primero de Enero y finaliza el 31 de Diciembre".

Art. 104, En lugar de "un dólar americano", poner "$ 0,04 USD".

Art. 2 Registrar a las siguientes cooperativas de Ahorro y Crédito, en calidad de socios fundadores de ésta Organización Cooperativa:

NOMBRES:

1. ALFONSO JARAMILLO LEON DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CUENCA.
2. CAÑAR LTDA.
3. COOPAC-AUSTRO
4. DE LA PEQUEÑA EMPRESA CACPE BIBLIAN LTDA.
5. EDUCADORES DEL AZUAY- LTDA.
6. ERCO-LTDA-FINANCOOP.
7. FAMILIA ARTESANAL.

8. FEDERACION OBRERA DEL AZUAY.
9. JUVENTUD ECUATORIANA PROGRESISTA
10. JARDIN AZUAYO
11. LA MERCED LTDA.
12. SEDETAMC

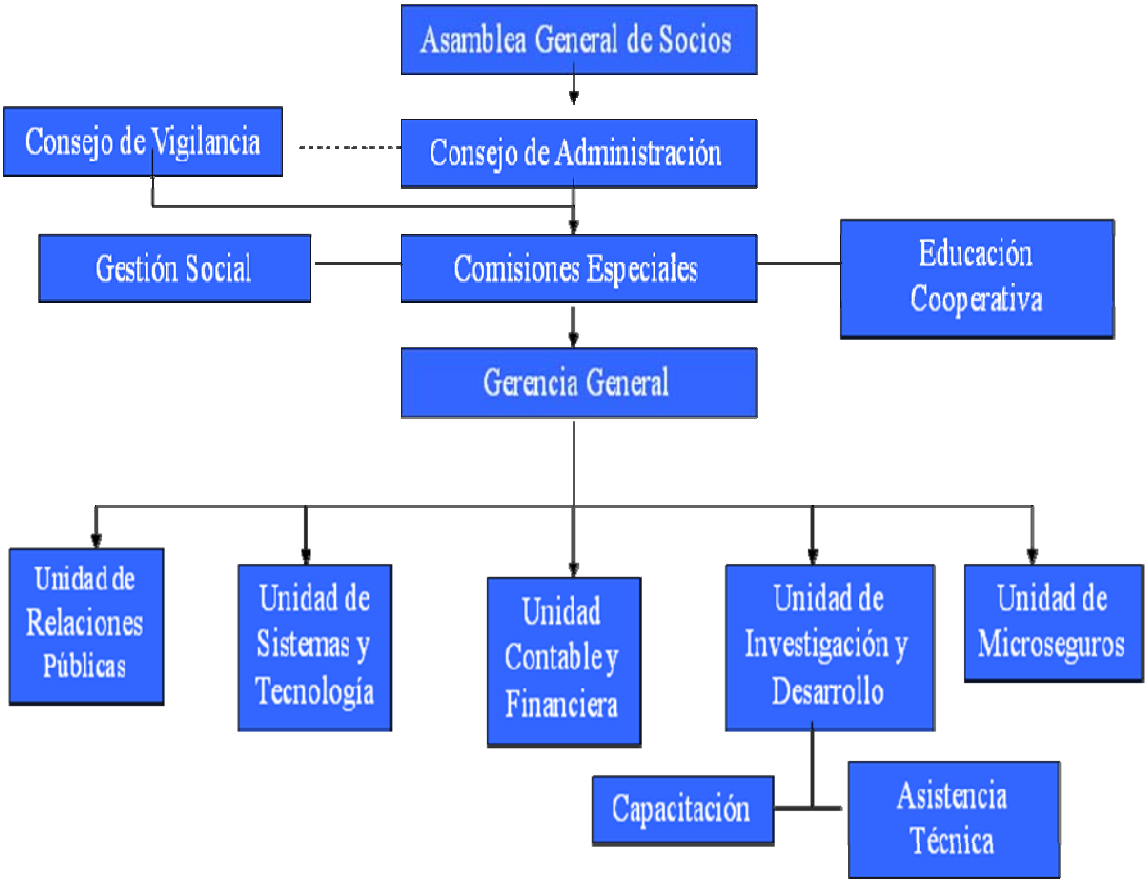
Art. 3 La Subdirección de Cooperativas del Austro, concede el plazo de 30 días, para que la "UNION DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CREDITO DEL SUR", "UCACSUR", conforme los Organismos Internos de la Organización, de acuerdo con el Art. No. 35, del Reglamento General de la Ley de Cooperativas, y posterior a ello remitirán la documentación justificativa para su Registro, así como también enviarán copia certificada de la caución rendida por el Gerente designado.

Art. 4 La Subdirección de Cooperativas del Austro, procederá al Registro del presente Estatuto, con el fin de actualizar los libros correspondientes, para fines de estadística y censos cooperativos de toda la documentación presentada por la organización.

Art. 5 El Presente Acuerdo Ministerial entrará en vigencia, a partir de su Registro, en la Dirección Nacional de Cooperativas, mediante su número de orden.[7]

[7] Fuente: Archivos de UCACSUR

1.2.4 ESTRUCTURA ORGÁNICA



1.2.5 CARTERA DE SERVICIOS

La Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur – UCACSUR, a través de su Unidad de Investigación y Desarrollo, cuenta con las metodologías más adecuadas a las necesidades del mercado cooperativo, que son implementadas por un equipo técnico calificado de consultores tanto internos como externos.

Se pone a consideración un detalle de la oferta de productos específicos cuya aplicación generarán importantes beneficios para su institución. El objetivo es informar acerca de las principales características de los productos y servicios que oferta la **Unidad de Investigación y Desarrollo de la UCACSUR**, los mismos que se convierten en herramientas fundamentales del crecimiento sostenible de su institución y que en conjunto pueden generar el valor agregado que se requiere en el fortalecimiento interno.

Como los principales productos se pueden nombrar:

- Guía de Mejores Prácticas
- Programa de Educación Cooperativa
- Diagnóstico Institucional y Calificación de Riesgos
- Herramienta de Presupuestos

Además contamos con los servicios en:

- Metodología de Manuales y Reglamentos
- Planificación Estratégica para COAC's
- Elaboración de Proyectos
- Programas de Gobernabilidad
- Capacitación

Guía de Mejores Prácticas

Como parte de la realización del proyecto "FORTALECIMIENTO DE LAS REDES LOCALES DE COOPERATIVAS DE AHORRO Y CRÉDITO" cofinanciado por el BID-FOMIN y ejecutado por la Unión de cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur (UCACSUR), nace la idea de desarrollar una estrategia que permita el fortalecimiento institucional de las Cooperativas de Ahorro y Crédito a través de acciones relacionadas con la Diseminación de las Mejores Prácticas de Redes Microfinancieras Locales concebido como un componente fundamental para el logro de los macro objetivos del proyecto. La acción definida como idónea y adecuada para conseguir esta finalidad es el diseño y elaboración de las GUÍAS DE MEJORES PRÁCTICAS que permitan direccionar el proceso de fortalecimiento institucional.

Propósito

Las Guías tienen el propósito fundamental de; desarrollar, diseminar y replicar, las mejores prácticas surgidas a partir de los resultados de la asistencia técnica y las capacitaciones y estudios de caso de otros proyectos similares del BID-FOMIN.

Resultado Esperado

- Incrementar el grado de conocimiento e implantación entre las IMF del Ecuador de experiencias exitosas de colaboración en red que permitan incrementar la sostenibilidad y escala.
- Lograr que las redes locales: conozcan y diseminen herramientas como asistencia técnica y monitoreo financiero, y elaboren y difundan publicaciones relacionadas con mejores prácticas en gestión de los asuntos medioambientales y sociales y con la adecuación a la regulación cooperativa, con el desarrollo de productos y tecnologías, con la mejora en eficiencia operativa y financiera, la gestión de riesgos, la gestión administrativa, gobernabilidad y recursos humanos, y escala y crecimiento (fusiones).

Programa de Educación Cooperativa

Metodología que se deriva de los principios cooperativos y que constituye una herramienta fundamental para las instituciones que se basan en ellos, como las cooperativas de ahorro y crédito.

Este producto es transferido por medio de la aplicación de la metodología correspondiente, la misma que consiste en talleres enfocados a grupos específicos como funcionarios, directivos, socios o socias potenciales de las COAC'S. Estos talleres son difundidos en charlas de aproximadamente 90 minutos, en donde los asistentes conocen el origen del cooperativismo y sus respectivas aplicaciones en cada una de las cooperativas. Este taller logra un mayor éxito gracias a la forma participativa en la que se desarrolla, pues no es un taller evaluativo sino se trabaja en función de que prime el trabajo en equipo.

Objetivos.

- Generar cultura cooperativista dentro de la sociedad local, como un medio de crecimiento económico de los actores de la misma y de la nación en general.
- Aportar a los conocimientos de los funcionarios, directivos y socios de las cooperativas de ahorro y crédito en lo que a cooperativismo se refiere, utilizando como base sustentable los principios cooperativos y la sociedad de personas.
- Crear un compromiso para con el sistema por parte de los miembros de una COAC, lo que a su vez conlleva a una mejora continua de las actividades de la institución y beneficia al usuario de sus servicios.

Beneficios.

- Personal comprometido con la función de la cooperativa y con conocimientos fundamentales del sistema.
- Imagen institucional reconocida dentro del sector cooperativista.
- Conocer formas de desarrollo de la institución, la comunidad, el grupo de trabajo, etc.

- Sirve como una estrategia de integración y fidelización de los socios con la cooperativa.

Diagnóstico Institucional y Calificación de Riesgos

Producto que permite conocer la eficiencia de la gestión institucional y determinar el equilibrio que mantiene la cooperativa entre los distintos riesgos financieros y las oportunidades que se presentan en el mercado.

El Diagnóstico Institucional es un proceso completo de análisis de la situación actual de su institución con respecto a fechas históricas, por lo que a su vez provee lo que se denomina la valoración de Riesgo, que es una calificación en función a la evaluación integral de riesgos que se desarrolla de acuerdo a un análisis de la información cualitativa y cuantitativa proporcionada por la Cooperativa.

Objetivos.

Los principales objetivos de un proceso de Diagnóstico Institucional y Calificación de Riesgos son:

- Apoyar la transparencia de información en las Cooperativas de Ahorro y Crédito, y proveer información comparable para generar estudios que aporten al crecimiento de las mismas.
- Apoyar el fortalecimiento de las Cooperativas a través de la generación de planes de fortalecimiento basados en recomendaciones para mejorar su desempeño administrativo y financiero.
- Brindar información y criterios de análisis a inversionistas externos que requieran una herramienta para determinar el nivel de riesgo de las COAC'S con el fin de invertir en las mismas.

Beneficios.

- Permite identificar y administrar los riesgos de forma integral y oportuna.
- Ayuda a conocer la exposición a riesgos latentes que una COAC puede tener.

- Permite crear cultura organizacional generando mayores responsabilidades y cuidados de todo el personal frente a potenciales pérdidas de la Institución.
- Aporta al desarrollo de políticas encaminadas a evitar grandes pérdidas, ajustando las proyecciones a la realidad.
- Asegura la sostenibilidad en el tiempo de las instituciones, consolidando procesos de mejora continua para el crecimiento de las mismas.

Herramienta de Presupuestos

Este producto que ofrece la UCACSUR es una herramienta fundamental para el desarrollo de proformas presupuestarias en cooperativas de ahorro y crédito. Ha sido diseñado en función de las necesidades de las mencionadas instituciones y se incluyen en ella las principales cuentas que normalmente son sometidas a la presupuestación.

Este servicio consiste en una asesoría que se complementa con una herramienta de análisis y formulación de los mencionados presupuestos, permitiendo a la Cooperativa el desarrollo del proceso de forma individual, esto es, adquiriendo la herramienta mencionada.

Objetivos.

- Facilitar la existencia de un presupuesto anual en las cooperativas de ahorro y crédito y su creación por parte de los funcionarios de la misma.
- Aportar con una herramienta sencilla a la creación de un presupuesto de forma integral, de manera que se pueda ajustar de la mejor forma a la realidad de la institución.
- Crear fuentes fiables a las que la institución pueda acceder en busca de referencias previas a un gasto, una inversión o cualquier desembolso ordinario que no se pueda dar, así como un registro de un superávit en determinados casos.
- Generación de una cultura de planificación a futuro dentro de la institución, de forma que se prevea siempre el crecimiento de la institución.

Beneficios.

- Acceso a una herramienta de fácil manejo para el desarrollo de presupuestos de la cooperativa.
- Desarrollo de presupuestación anual de la COAC tomando en consideración las principales cuentas que influyen en el mencionado proceso.
- Generación de capacidades internas en el uso de la metodología, para ser usada indefinidamente en la cooperativa a un precio accesible y competitivo en el mercado. [8]

1.3 CORPORACIÓN INCUBADORA DE EMPRESAS DEL AUSTRO (INNPULSAR)

1.3.1 RESEÑA HISTÓRICA

Dentro del Plan Estratégico de Cuenca 2020 se contempló, como uno de los proyectos estratégicos, la creación de una Incubadora de Empresas con el objeto de promover la generación de empleo y el desarrollo tecnológico, reorientando la instrucción formal en los ámbitos de la ciencia y la tecnología, así como estableciendo contacto con mercados nacionales e internacionales, e impulsando la generación de nuevos productos y servicios.

Fue así como la Ilustre Municipalidad de Cuenca, conjuntamente con la Agencia Cuencana para el Desarrollo e Integración Regional, ACUDIR, promovió la conformación de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro INNPULSAR. A

[8] www.ucacsur.coop

este loable esfuerzo se sumaron la Universidad de Cuenca, la Asociación de Cámaras de la Producción del Azuay, la Cámara de la Construcción de Cuenca, la Cámara de Minería del Azuay, y el Ing. Juan Malo Jaramillo, constituyéndose así en los fundadores de la Corporación.

Con el objeto de apoyar esta iniciativa el Ilustre Concejo Cantonal de Cuenca, en sesión celebrada el 29 de septiembre del 2004, al tratar el punto 5 del orden del día, autorizó que la Ilustre Municipalidad de Cuenca forme parte de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro y, consecuentemente, sus representantes legales suscribieron el Acta de la Asamblea Constitutiva de la Corporación.

Por su parte el Subsecretario Regional del Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad del Austro, MICIP (ahora denominado Ministerio de Industrias y Competitividad, MIC), mediante Resolución Nº 04-270, del 10 de noviembre del 2004, aprobó el Estatuto de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, con domicilio en el cantón Cuenca de la provincia del Azuay.

El 26 de enero del 2005 el MICIP (ahora MIC), ACUDIR e INNPULSAR, con el apoyo de la Corporación Andina de Fomento (CAF), suscribieron un Convenio de Cooperación para la ejecución del Proyecto "Incubadora de Empresas del Austro", a través del cual sus miembros se comprometieron a aportar en numerario y en especies.

La Ilustre Municipalidad de Cuenca destinó un aporte inicial para el financiamiento de las actividades de la nueva entidad, ACUDIR colaboró con equipos informáticos y la Universidad de Cuenca readecuó las instalaciones en su Quinta de Balzay, a fin de proporcionar cómodas oficinas.

De esta forma nació la Corporación Incubadora de Empresas del Austro INNPULSAR, institución sin fines de lucro cuyo principal objetivo es facilitar la creación y consolidación de empresas, que apliquen innovación y tecnología como factores diferenciadores en la producción de bienes y servicios comercializables y competitivos, de manera que se incremente el valor agregado generado en la región.

1.3.2 MISIÓN Y VISIÓN

Misión

Fomentar la actividad emprendedora e incentivar la generación de proyectos y emprendimientos productivos en Cuenca y la región, apoyando e impulsando eficazmente su realización, mediante el apalancamiento y la gestión sinérgica de los recursos de la Incubadora, de los emprendedores y de todas las personas e instituciones interesadas en los proyectos.

Visión

Para el año 2012 buscamos ser una institución sólida, ampliamente reconocida por haber fomentado la cultura emprendedora, la innovación y la incubación de empresas, en Cuenca y su región, mediante la captación y viabilización de proyectos productivos basados en el conocimiento.[9]

1.3.3 ASPECTOS LEGALES

Constituyese con domicilio en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, República del Ecuador, la **Corporación Incubadora de Empresas del Austro**, como persona jurídica de derecho privado, independiente de la de sus miembros, sin fines de lucro, sujeta a las disposiciones del Titulo XXIX del Libro del Código Civil y a las demás leyes, acuerdos, o resoluciones aplicables a este Estatuto y sus Reglamentos Internos.

La Corporación Incubadora de Empresas del Austro, es una institución de carácter permanente, de duración indefinida y podrá disolverse por las causas y formas establecidas en la Ley y en el presente Estatuto.

Son objetivos de la Corporación: Promover el desarrollo de los emprendimientos en marcha o a iniciarse, mediante asesoramiento técnico y gerencial, apoyo para el acceso preferente a financiamiento, redes de información, sistemas de capacitación, infraestructura física, fomentando una cultura emprendedora;

[9] www.innpulsar.com

Generar un entorno propicio para la creación de nuevos negocios a través de un proceso dinámico de desarrollo de compañías innovadoras y consolidando proyectos empresariales que fortalezcan el tejido productivo local y regional.

Crear y sostener un espacio de contacto entre la academia, representada por las universidades, escuelas politécnicas e institutos superiores técnicos y el sector productivo en la búsqueda de soluciones integrales en las áreas de docencia, investigación y desarrollo.

Apoyar o ejecutar la investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios, en función de las necesidades prioritarias de la región procurando alcanzar efectos multiplicadores, de alto impacto social, mediante la formación de una base sostenida de empresas incubadas que al término de su entrenamiento se constituyan en negocios financieramente viables y generadores de importantes plazas de empleo y fomentar el espíritu emprendedor en la región.

Son fines específicos de la Corporación:

1. Dotar al emprendedor de servicios especializados a fin de garantizar el éxito de la futura empresa.

2. Apoyar y fomentar procesos de estandarización de productos, enfocándose en la calidad, reducción de costos y normalización de los insumos.

3. Apoyar el mejoramiento de la calidad de la educación superior, buscando la actualización de la oferta académica y sus pensums, fomentando el espíritu emprendedor de los educandos, proveyéndoles de habilidades prácticas para planear y poner en marcha un proyecto productivo.

4. Apoyar el desarrollo y uso de tecnología, insumos y procesos para las empresas productivas de la región, potenciando las industrias existentes.

5. Dotar a la región de encadenamientos productivos o "clusters" competitivos y sostenibles que aprovechen los recursos existentes.

6. Facilitar la creación y consolidación dé empresas que apliquen la innovación como factor diferenciador en la producción de bienes y servicios comercializables y competitivos, de tal manera que se incremente el valor agregado generado en la región.

7. Promover la transferencia de conocimientos de vanguardia en diferentes ramas del saber humano y tecnología de punta aplicables al desarrollo empresarial a fin de que los emprendimientos sean rentables y generadores de empleo.

8. Generar sinergias y alianzas estratégicas con personas naturales o jurídicas, otras incubadoras, entidades, u organizaciones que permitan el funcionamiento de redes de apoyo y cooperación en el ámbito nacional e internacional; y,

9. Fomentar emprendimientos de base tecnológica.

Se le asigna a la Corporación, plena capacidad legal para todos los actos civiles, comerciales y de cualquier otra naturaleza, que fueren necesarios para el cumplimiento de sus fines.[10]

Para mayor apreciación de los aspectos legales de INNPULSAR (Ver anexo 1).

1.3.4 CARTERA DE SERVICIOS

INN-FONDOS

Qué es Inn_fondos?

Es un centro de servicios orientado a facilitar el acceso al financiamiento a emprendedores.

[10] Fuente: Archivos de INNPULSAR

Objetivos

Apoyar la sostenibilidad de los emprendimientos a través del análisis de la viabilidad del negocio.

- Fortalecer los emprendimientos a través del acceso a fuentes de financiamiento.
- Articular la dotación de capital semilla y de riesgo, entre emprendedores y entidades financieras públicas y privadas.

Cartera de servicios:

- Asesoría en la elaboración de la parte económica-financiera del Plan de Negocios.
- Capacitación y consultoría financiera. Asesoría en análisis financiero, valoración de empresas.
- Ruedas de Inversión.
- Líneas de crédito. Para inicio y fortalecimiento del emprendimiento. (Juvenil, innovación, economía solidaria, etc.).
- Mapeo de fondos nacionales e internacionales.

INN-MARKETS

Qué es Inn_Markets?

Es un centro de servicios diseñado para la construcción de productos y estrategias de mercadeo integrales y efectivas para emprendedores.

Objetivos:

- Fomentar la cultura de planificación de mercado.
- Ofrecer a los emprendimientos estrategias de mercado integrales, prácticas reales y óptimas, ajustadas a sus negocios.

Cartera de servicios:

- Asesoría en la elaboración del Plan de Marketing.

¿Dónde vendo?, ¿Cuánto vendo?, ¿A quién vendo?, ¿Quién es mi competencia?

- Investigación de Mercado.

  Medición de la posibilidad real del producto/servicio del emprendedor en el mercado.

- Estrategia de Mercado.

  Difusión de emprendimientos en medios de comunicación.

- Estrategias de Ventas.

  Para mejorar el rendimiento de la parte comercial de la empresa.

- Markets-system:

  Sistema de software que permite elaborar, seguir y evaluar los resultados de una estrategia de mercado.

- Número de personas capacitadas:

  Hasta el momento se encuentran capacitadas 6000 personas.

INN-TALENTS

- Desarrollar habilidades y destrezas para potenciar el perfil emprendedor en profesionales y estudiantes en formación.

- Ubicar profesionales con talento en las diferentes organizaciones públicas y privadas con la finalidad de potenciar el perfil profesional.

- Formación en Emprendimiento

  Motivación al Emprendimiento: Congresos, Ferias, Concursos, Ruedas de Negocios.

Cátedra de Emprendimiento: Videos, casos, manual del emprendedor.

- Centro de Desarrollo Profesional

  Programa "Mi primer Rol"

  Búsqueda de Profesionales según perfiles empresariales.

  Seminarios: Empleabilidad, Entrevistas, Gestión por Competencias, diseño de Curriculum Vitae.

  Enlaces a Bolsas de Trabajo nacionales.

- Capacitación

  Gestión Empresarial: Marketing e Investigación de Mercados, Liderazgo, TICs, Tributación, Recursos Humanos, etc.

  Formación Especializada: Seminarios según diagnóstico de necesidades, capacitaciones técnicas, capacitaciones grupos vulnerables.

- Programa Coaching del Emprendimiento

  Coaching del Emprendimiento: Acompañamiento técnico, PDA: Plan de asesorías.

  Programa Mentoring: Mentores empresariales, padrinazgos de incubados.

INN-PROJECTS

Ser un aliado estratégico de los emprendedores en la ejecución de sus proyectos. Acompañamiento técnico de planes de negocios para mitigar sus riesgos en los primeros años de vida.

Cartera de Servicios

- Centro de Gestión de Proyectos Especiales

  Proyectos de esquemas asociativos, cadenas de valor, etc.

  Proyectos Emprendimientos Inclusivos

Centro de Servicios al Emprendedor

- Asistencia técnica a proyectos incubados

  Centro de Innovación Empresarial

- Fortalecimiento de empresas existentes (asistencia técnica)

  Desarrollo de las TICs, Productividad, Competitividad y Asociatividad.

INN-SOCIAL

Objetivos:

Promover, generar y acompañar el desarrollo de empresas que tengan responsabilidad social empresarial e impacto positivo en la región.

Apoyar a grupos vulnerables, y con capacidades diferentes.

Cartera de Servicios:

- Gestión y Ejecución de Proyectos Especializados
- Proyectos de Economía Solidaria
- Proyectos de Desarrollo Rural
- Proyectos apoyados por Ong´s, Fundaciones, Agencias de Cooperación, etc.
- Proyectos de Desarrollo Económico Local.[11]

[11] Corporación Incubadora de Empresas del Austro (INNPULSAR) www.innpulsar.com

CAPITULO II

2 ESTUDIO DEL PROCESO DE CAPACITACIÓN A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MULTIEMPRESARIAL.

2.1 ANÁLISIS DEL CONVENIO DE COOPERACIÓN SUSCRITO ENTRE LAS INSTITUCIONES PARTICIPANTES.

Dentro del programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito, intervienen en la celebración del presente convenio, por una parte la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur, en su calidad de Unidad Ejecutora del Proyecto conjuntamente con la Cooperativa de Ahorro y Crédito MULTIEMPRESARIAL, a las que se les denomina simplemente “las Entidades”, legalmente representadas por el Sr. Eco. Juan Pablo Guerra Galán en su calidad de Gerente General, con facultad y representación legal, judicial y extrajudicial; en compañía del Sr. Eco. Marco Augusto Zumba Lema, en su calidad de Coordinador del Proyecto, y el Sr. Ing. Com. Juan Francisco Cordero López en calidad de Consultor, o el Profesional.

El 23 de julio del 2007 se suscribió el Convenio de Cooperación Técnica no Reembolsable por el Banco Interamericano de Desarrollo BID y la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur- UCACSUR con el objeto de financiar la ejecución del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito.

El 11 de febrero del 2009, el BID manifestó su conformidad a la selección del Consultor y al proyecto de contrato a ser suscrito.

Duración del contrato

Los servicios de consultoría serán ejecutados de acuerdo con el cronograma de actividades acordado en el plazo total de 16 meses calendarios, a partir de la fecha de vigencia del contrato.

Lugar de prestación de los servicios

El Consultor realizará sus actividades, con sede en la ciudad de Cuenca de manera puntual en el lugar donde funcionan las oficinas de la cooperativa de ahorro y crédito MULTIEMPRESARIAL.

Perfil del Consultor Requerido

a) Profesional con título universitario en Economía, Ingeniería en Administración de Empresas, Sociólogo o ramas afines.

b) Experiencia General de por lo menos 5 años, contados a partir de la fecha de graduación correspondiente al primer título profesional obtenido.

c) Experiencia especifica de por lo menos 4 años correspondiente a la prestación de servicios de consultoría en programas vinculados a cooperativas de ahorro y crédito o por lo menos estén destinados a instituciones que están dentro del sistema financiero o afines.

La carga horaria para estos talleres será aplicada de la siguiente manera, 16 horas por cada taller; de las cuales 6 horas teóricas y 10 horas de asesoría técnica personalizada.

Cada taller deberá tener como mínimo 20 personas como asistentes.

Con la realización de estos talleres se espera motivar al socio y su familia para que emprenda en un negocio propio con el siguiente contenido:

a) Espíritu Emprendedor:

-Principales características del perfil emprendedor.

-Creatividad e innovación.

b) Generación de Empresas

-Plan de negocios: de la idea al emprendimiento.

c) Asesoría Técnica:

- Acompañamiento técnico para las ideas de emprendimiento a través de un plan de asesoría personalizada por el consultor.

d) Metodología:

El taller se basa en un enfoque activo participativo, donde se involucra a los /las participantes en experiencias significativas que promuevan cambios en sus competencias a nivel afectivo, cognitivo, conductual y actitudinal. La metodología promueve la construcción de conocimientos de las propias experiencias, esto con el uso de las siguientes herramientas:

- Role Playing
- Técnicas de Coaching
- Evaluaciones
- Estudio de casos
- Dinámicas grupales
- Psicodramas
- Estrategias creativas
- Fichas de diseño y planes de acción.

Información y facilidades que brindará la Entidad (Apoyo logístico)

La cooperativa MULTIEMPRESARIAL dotará de las facilidades necesarias al consultor para llevar a buen término su trabajo, de manera puntual será la responsable de la conformación de los grupos de los socios asistentes de acuerdo a las fechas establecidas.

El consultor del proyecto estará en continuo contacto con la gerencia de la Cooperativa de ahorro y crédito MULTIEMPRESARIAL, quien directamente supervisara y someterá a la aprobación de los trabajos realizados, para luego remitir al Coordinador del Proyecto, quien convalidara dicha información y remitirá al banco para la aprobación de cumplimento del respectivo contrato**.**

2.1.1 OBJETO DEL CONVENIO

- Promocionar Productos de Microcrédito, desarrollando en los participantes una actitud emprendedora y pro-negocios a través de una enseñanza de aprendizaje vivencial.
- Desarrollar destrezas y habilidades en los participantes para potenciar y/o fortalecer su espíritu emprendedor.
- Dictar las herramientas básicas para la formulación de un plan de negocios.
- Brindar asesoría personalizada a los emprendedores en temas de gestión empresarial de acuerdo a sus necesidades.

2.1.2 DESARROLLO DEL CONVENIO.

Para el cumplimiento de sus obligaciones, el Consultor se compromete a desarrollar su trabajo en forma coordinada con el Gerente de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL, otros profesionales y personal de la Entidad.
La Supervisión de las actividades del Consultor estará a cargo de la máxima autoridad de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL o de su delegado designado para el efecto, a quién el Consultor debe reportar sobre el cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

Como resultado de la consultoría se espera la realización de 20 talleres, los cuales se realizaran bajo un cronograma establecido.

Las entidades participantes aceptan el contenido de todas y cada una de las Cláusulas del presente Contrato y en consecuencia se comprometen a cumplirlas en toda su extensión, en fe de lo cual y para los fines legales correspondientes, lo firman en tres ejemplares del mismo tenor y efecto, en la ciudad de Cuenca a los 16 días del mes de Febrero del 2009.[12]
Convenio: (Ver anexo 2)

[12] Formato de Contrato para Consultor Individual para la Capacitación a Socios para acceso a microcréditos de la Cooperativa Multiempresarial, dentro del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito.

2.2 IMPORTANCIA Y ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR.

Se puede definir el emprendimiento como la manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de, iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismo factores endógenos como capacidad en talento humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida, por medio del desarrollo de un plan de negocio o la creación de empresas.

El emprendimiento a demás de ser una alternativa para la creación de nuevas empresas, sirve como medio para mejorar y consolidar aquellas iniciativas productivas que han iniciado sin una planeación, y por lo cual subsisten en medio de los tropiezos y con muchas dificultades en sus actividades empresariales, lo que no ha permitido que estas iniciativas logren consolidarse como verdaderas empresas auto sostenibles, productivas, generadoras de riqueza.[13]

En estudios de ecología, el termino ecosistema hace referencia a la comprensión de organismos integrados por lo que el mundo de los negocios se asimila a un ecosistema. Desde una perspectiva muy general, los ecosistemas están conformados por seres vivos y un ambiente no vivo.

En el ecosistema de negocios se generan diversas funciones, las empresas son los seres vivos, de diferentes tipos y tamaños, que interactúan entre sí y con su entorno para mantener el equilibrio del sistema.

Ecosistema de Negocios:

Es una comunidad de negocios soportada por una base de organizaciones e individuos interactuantes que producen bienes y servicios de valor para clientes que

[13] MIGUEZ, Daniel, 2007[6] EL Emprendedor Profesional editorial Copyright, Buenos Aires.

son a su vez parte del mismo ecosistema. Las partes del ecosistema incluyen proveedores, productores líderes, competidores entre otros.[14]

Emprendedor profesional.- Es alguien que hace de esta forma de ser emprendedor una forma de carrera profesional; buscan construir empresas y agregar valor de manera cada vez más eficiente y responsable.[15]

Start up:

Compañía de reciente creación, de entre 1 y 12 meses de existencia.

Networking:

Es la práctica de acceder a terceras personas (no pertenecientes a los círculos familiares o de amistades más cercanas) con el fin de iniciar algún tipo de relación de negocios o de intercambio de conocimiento. La practica continua de networking conlleva a la creación de redes de contactos es decir grupos de personas que sin tener relaciones de amistad profunda son contactables para realizar negocios

Emprendimiento Dinámico (ED):

Es una empresa que después de facturar alrededor de USS100.000 el primer año de operación, logra alcanzar tasas de crecimiento sostenidas de 35% (como mínimo) en la facturación anual durante los primeros 5-6 años.

El Emprendimiento Dinámico representa solo una pequeña proporción de toda la actividad emprendedora. No obstante explica la mayor parte del crecimiento y los nuevos empleos esperados por distintas generaciones de Emprendimientos nacientes y de reciente creación. Ello se nota en que, dependiendo del país y la región en el mundo, entre el 1% y 7% de las nuevas empresas esperan emplear 50 o más empleados en los próximos cinco años. La significancia de su potencial económico se verifica también en que esta categoría de Emprendimientos

[14] Información proporcionada por INNPULSAR

[15] MIGUEZ, Daniel, 2007[6] EL Emprendedor Profesional editorial Copyright, Buenos Aires.

combinados esperan crear. Si bien un emprendimiento Dinámico tiene efecto en el empleo, lo que caracteriza a una compañía que ha llegado a esta categoría, es la dinámica de ventas que presenta crecimientos sostenidos en el tiempo de 35% anual como mínimo en sus ventas anuales.[16]

Empresas dinámicas

No existe una definición universalmente aceptada de empresa dinámica. Kantis (2004) definieron como dinámica a aquella empresa que contara por lo menos con quince empleados y no más de trescientos al momento del estudio. Otras investigaciones definen como firmas dinámicas a aquellas que duplicaron su número de empleados en cinco años y crearon al menos cinco puestos de trabajo.

Variables explicativas del dinamismo empresarial en Ecuador

Por ser las empresas dinámicas las que inciden en el crecimiento económico de un país, resulta interesante plantear esta pregunta de investigación: ¿De qué depende que una empresa ecuatoriana sea dinámica o no? ¿De los factores que motivaron al emprendedor a convertirse en empresario o de su perfil educativo y laboral?, ¿Depende del apoyo recibido de sus redes de contactos?, o ¿De haber elaborado un plan de negocios?

Algunos autores coinciden en la relevancia de algunas variables en el dinamismo empresarial. Shane, Locke y Collins (2003) indican que las motivaciones pueden influir en la superación de las etapas a través del proceso de emprendimiento, por supuesto complementado con el conocimiento y habilidades del emprendedor, como por ejemplo, la toma de decisiones, el trabajo en equipo, la comunicación, la resolución de problemas, el manejo de conflictos, etc. Cassar (2006) encontró que el ingreso esperado por ventas y el tamaño de la empresa son influenciados por el nivel de ingresos actuales, el grado de educación y la experiencia gerencial del emprendedor. También Meginstae (2006) explica el crecimiento y supervivencia de las empresas a partir de la experiencia en negocios del emprendedor y el número de

[16] Información tomada por INNPULSAR (Modulo: Ecosistemas de Negocios para el Desarrollo de Emprendimientos Dinámicos).

años de estudio, sin embargo, también incluye el tipo de sector donde opera el negocio.

Sobre la importancia de hacer un plan de negocios, los resultados son inconsistentes. Delmar y Shane (2003) argumentaron que el plan de negocios es importante para la creación de nuevas empresas, ya que reduce la probabilidad de fracaso y acelera el desarrollo de productos y la organización de actividades operacionales. Corroborando lo anterior, varios estudios han encontrado evidencia de que existe una relación positiva entre la planificación de un negocio y su desempeño.[17]

DIAGNÓSTICO DEL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR

Se entiende el ecosistema emprendedor como una comunidad de negocios, apoyada por un contexto público de leyes y prácticas de negocios formada por una base de organizaciones e individuos interactuantes que producen y asocian ideas de negocios, habilidades, recursos financieros y no financieros que resultan en empresas dinámicas.

Entonces la noción de ecosistema, aplicada para el caso de los Emprendimientos Dinámicos, brinda un marco de pensamiento que permite intervenciones con el fin de estimular el surgimiento y desarrollo de los mismos.

En este sentido:

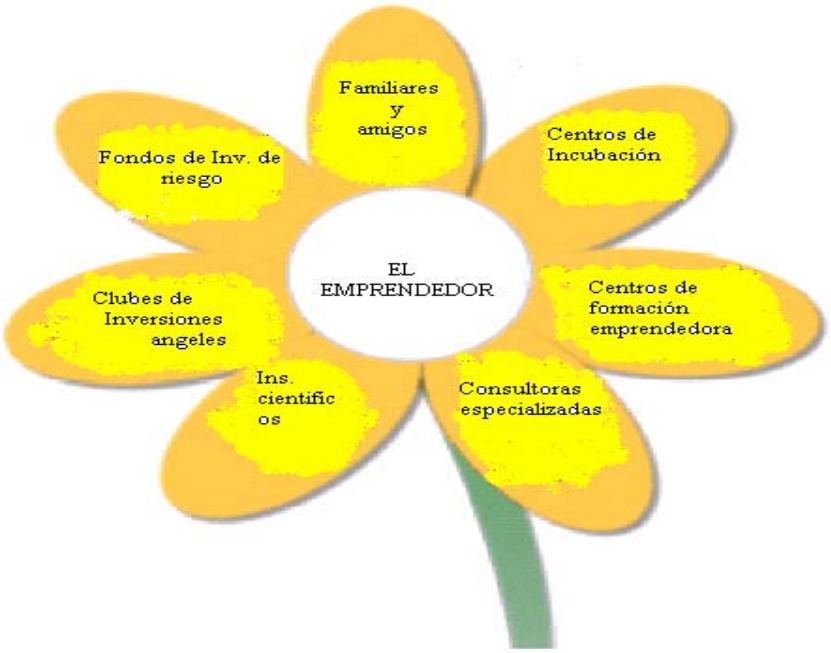
- El desarrollo de los Emprendimientos Dinámicos ocurre en el contexto de referencia de una comunidad de negocios, no aparece “en el vacío”.
- El desarrollo de los Emprendimientos Dinámicos no depende únicamente de la disposición de capital, sino de un conjunto de “nutrientes” tangibles e intangibles, provistos por diferentes agentes o actores que son a su vez parte del ecosistema.

[17] INNPULSAR (Academia, Revista Latinoamericana de Administración, 42, 2009, 1-19. Copyright 2009 de http://revistaacademia Cladea,.cladea.org)

- A semejanza de los ecosistemas naturales, dependiendo de sus limitaciones y características, cada ecosistema va a permitir o inhibir la creación y desarrollo de nuevas empresas hasta cierto grado de crecimiento.
- Es posible, mediante intervenciones en el ecosistema de negocios, crear un contexto que sea fértil o propicio para el desarrollo de Emprendimientos Dinámicos.
- A manera de ilustración se muestra el ecosistema de negocios de Silicon Valley, quizá la zona más competitiva del planeta en cuanto a la creación de Emprendimientos Dinámicos. Silicon Valley **no** es una organización o institución, sino un ecosistema de negocios que se retroalimenta.

Redes de Apoyo a Emprendedores "El Ecosistema Emprendedor".

Silicon Valley ,USA: Ecosistema[18]



[18] Información tomada por INNPULSAR (Modulo: Ecosistemas de Negocios para el Desarrollo de Emprendimientos Dinámicos).

Como podremos vislumbrar en la figura, muestra la evolución de un emprendimiento dinámico, durante la primera fase del emprendimiento, sobre todo el emprendedor profesional, recurre a captar recursos monetarios y a realizar alianzas estratégicas (lo que común mente se denomina en la jerga emprendedora "Boostrapping"). En el punto siguiente trataremos el tema de quienes son los actores que conforman el ecosistema emprendedor, del cual el emprendedor se nutre para realizar este Boostrapping para potenciar su desarrollo emprendedor para llegar a escalar el negocio eficientemente hasta lograr una empresa de mucho valor social y económico.

Los emprendedores se van nutriendo de una serie de actores, que se van reconociendo año tras año; los más reconocidos son:

- **Familiares y amigos**: Suelen brindar apoyo emocional para que la persona esté contenida y animada a encarar a nuevos desafíos, por lo general cargados de incertidumbre y ambigüedad. También suelen aportar los primeros desembolsos de dinero para que el emprendedor pueda desarrollar los primeros pasos de los emprendimientos.

- **Centros de Formación Emprendedora:** Son centros, por lo general basados en centros de conocimiento, como ser institutos, universidades y colegios, que están preparados para recibir a personas con aspiraciones emprendedoras, para apoyarlas en su formación profesional y para canalizar sus energías emprendedoras a través de evaluación y feedback de sus proyectos, para luego asistirlo en el proceso de incubación, que podrá ser propio o tercerizado.

- **Centros de Incubación:** Muy similar al anterior, pero en este caso, ya reciben a una persona que inicio una actividad emprendedora y necesita estar incubado para poder testear y madurar su propuesta de negocio en fase temprana del negocio. Estos centros de incubación suelen brindar espacio físico (oficinas, comunicaciones, insumos relacionados) y relacionar con consultoras especializadas, que pueden ser propias o tercerizadas. Muchas veces también los conectan con inversores formales e informales.

- **Consultoras especializadas:** Preparadas para brindar uno o varios servicios que suelen necesitar los emprendedores, como puede ser asesoramiento legal, contable, impositivo, tecnológico, administrativo, estratégico, comercial, entre otros (temas que trata sobre los recursos para emprender)

- **Institutos Científicos:** Dichos institutos están destinados por lo general a producir nuevos conocimientos, patentes, innovaciones, entre otros. Pero sólo cuando están conectados con alguna fuerza empresarial, es cuando se consigue que esas nuevas fuentes de conocimiento se lleven a la práctica. Por tanto son parte del ecosistema que necesita un emprendedor, pues de ahí se nutre para buscar innovación y capitalizar conocimientos.

- **Clubes de Inversores Ángeles:** Son clubes que convocan a personas que están interesadas en invertir, solas o en conjunto con otros, en nuevos emprendimientos. Luego estos clubes realizan un llamado de proyectos o emprendimientos para que se presenten al club y sean evaluados por sus miembros, potenciales inversores.

- **Fondos de Inversión de Riesgo:** Son empresas dedicadas a invertir en emprendimientos que han avanzado en su proceso emprendedor, que han podido iniciar sus actividades, conseguir clientes, demostrar que tienen una propuesta de valor de alto potencial con indicadores económicos muy interesantes, pero que no tienen los recursos económicos para seguir avanzando, y por lo tanto estos fondos pueden otorgárselos si es que pasan por su proceso de auditoría.

- **Organizaciones No Gubernamentales:** Son organizaciones que nacen para atender la problemática del desarrollo emprendedor de un país o una región. Muchas de ellas generan actividades para que se vaya creando el ecosistema emprendedor, ya sea a través de eventos sociales, alianzas con universidades,

institutos, inversores, consultoras, entre otros, de manera tal de ir construyendo todos los eslabones.[19]

2.3 ÁREAS Y PROCESOS FUNCIONALES MÁS IMPORTANTES PARA LA CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE UNA PYME.

Será Política de Estado el desarrollo de las capacidades de emprendimiento, y el fomento a la creación de empresas innovadoras que utilicen el conocimiento como base de la creación de nuevos productos y servicios. Estas capacidades servirán para el incremento de la productividad, mejoramiento de la gestión y generación de nueva riqueza en el país.

Esta política hará que el Estado sea el líder integrador de un sistema nacional orientado a estimular y coordinar los esfuerzos de las Universidades y Escuelas Politécnicas, los gobiernos seccionales, PYMES y las empresas en general, tendientes a alcanzar objetivos de innovación, desarrollo de tecnología y emprendimiento.

Pequeña y Mediana Industria (PYMES)

Las PYME son Pequeñas y Medianas Empresas, con un número no muy grande de trabajadores, y con una facturación moderada.

Una organización PYME, es un ente productivo o de servicios, que genera empleo y productividad en el país y permiten abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven al Ecuador.

Son entidades que no tienen obligación pública de rendir cuentas y publican estados financieros con propósitos de información general para usuarios externos. Es una expansión del término microempresa, es una empresa con características distintivas, tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los

[19] MIGUEZ, Daniel, 2007[6] EL Emprendedor Profesional editorial Copyright, Buenos Aires.

Estados. Son agentes con lógicas, culturas, intereses y espíritu emprendedor específico.[20]

Ventajas e inconvenientes

La mayor ventaja de una PYME es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.

- Financiación. Las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un costo y plazo adecuados debido a su mayor riesgo.
- La pequeña empresa crece principalmente a través de la reinversión de utilidades, ya que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas ni del gobierno.
- La mayoría de las pequeñas empresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones, es decir, se mantienen en el mismo donde se iniciaron. Tratan de conservar su mercado y desean tener una relación estrecha con su clientela, ya que el dueño estima que ésta le va a ser fiel por mucho tiempo.
- El mercado local o regional es el objetivo predominante de la pequeña empresa. Esta característica depende de la habilidad del empresario para ofrecer un producto o servicio excelente o de mejor calidad en un mercado particular.[21]
- Empleo. Son empresas con mucha rigidez laboral y que tiene dificultades para encontrar mano de obra especializada. La formación previa del empleado es fundamental para éstas.

---

20 GUILLEN, Johanna, ORELLANA, Adriana, 2010, Análisis de la NIC12: Impuesto a las Ganancias aplicado a las PYMES, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Cuenca.

[21] ANZOLA, Sérvulo,1993[1] Administración de Pequeñas Empresas, editorial Miembro de la Cámara Nacional de la Industria.

- Tecnología. Debido al pequeño volumen de beneficios que presentan estas empresas no pueden dedicar fondos a la investigación, por lo que tienen que asociarse con universidades o con otras empresas.
- Acceso a mercados internacionales. El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Desde las instituciones públicas se hacen esfuerzos para formar a las empresas en las culturas de otros países

Para que las PYMES sean consideradas como tales, tienen que tener como número uno, menos de 250 empleados contratados. Y nos referimos a los de planta, como también a los empleados externos que se puedan llegar a subcontratar. [22]

Áreas Funcionales de una PYME

Generalmente una empresa consta de al menos 5 áreas funcionales básicas de trabajo.

- Área de Dirección General de la empresa
- Área de Administración
- Área de Mercadeo y Ventas
- Área de Producción
- Área Contable y Financiera.

Área de Dirección General de la Empresa

Esta consiste en la cabeza de la empresa. En las pequeñas empresas es el propietario.

Es quien sabe hacia dónde va la empresa y establece los objetivos de la misma, se basa en su plan de negocios, sus metas personales y sus conocimientos por lo que toma las decisiones en situaciones críticas. Muchas veces es el representante de la empresa y quien lleva las finanzas de la misma. Además debe mantener unidad en el equipo de trabajo y un ambiente de cordialidad y respeto en la empresa para motivar a los trabajadores de la misma.

[22] http://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa

Muchas empresas exitosas se deben a una excelente relación entre el equipo de trabajo y una comunicación constante, respetuosa y honesta entre los miembros que conforman la empresa. Recuerde que muchas veces, las personas pasan más tiempo de su vida en la empresa donde trabajan que en sus propios hogares. Un trabajador que se identifica y se siente orgulloso de trabajar en un lugar, transmitirá ese orgullo hacia los clientes.

Área de Administración y Operaciones

Esta área toma en cuenta todo lo relacionado con el funcionamiento de la empresa. Es la operación del negocio en su sentido más general. Desde la contratación del personal hasta la compra de insumos, el pago del personal, la firma de los cheques, verificar que el personal cumpla con su horario, la limpieza del local, el pago a los proveedores, el control de los inventarios de insumos y de producción, la gestión del negocio son parte de esta área. Por lo general, es el emprendedor o propietario quien se encargará de esta área en su fase inicial.
Mas adelante puede contratar un administrador para que lleve la operación del negocio sin que usted, como propietario esté presente todo el tiempo.

Área Contable y Financiera

Toda empresa debe llevar un sistema contable en el que se detallen los ingresos y egresos monetarios en el tiempo. Además, se debe declarar y cancelar periódicamente los impuestos según los resultados de los libros contables que la empresa lleva. La emisión de facturas, las proyecciones de ingresos por ventas y los costos asociados con el desarrollo del negocio son tomados en cuenta en esta área. La empresa puede escoger ser una empresa individual o comerciante individual, por lo que el mismo propietario puede llevar los registros contables o bien contratar a una persona dedicada a esta disciplina: Un contador o contadora.

Área de Mercadeo y Ventas

En esta área se detallarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo del negocio, es

decir, la publicidad, el diseño del empaque y la marca del producto o servicio, la distribución del mismo y el punto de venta, la promoción y la labor de ventas. Aquí se podrá incluir a la persona que atenderá en el mostrador a las personas o bien quien se dedique a vender el producto de puerta en puerta si esa es la forma de venta establecida en el negocio.

Área de Producción

La función de producción o técnica, comprende todo el proceso productivo que se realiza en la empresa, desde que entran los insumos (los primeros materiales, los materiales auxiliares, la maquinaria, las herramientas, el personal) hasta que, mediante la conversión adecuada de todos ellos, se obtiene un producto apto para ser consumido.

La función productiva es un problema de equilibrio de costos. La "eficiencia" de la producción es un término relativo que depende del grado de eficiencia de nuestro empleo de los recursos disponibles para una unidad dada de producto.

Un sistema de producción eficiente dentro de una economía subdesarrollada será, entonces, el que emplee mucha mano de obra y poco capital para obtener un costo mínimo de capital, mano de obra y materia prima por unidad producto.

El sistema de producción optimiza, los bienes y servicios para generar utilidades, las que a su vez fluyen retornando y así comienza otra vez el ciclo.[23]

Proceso de Creación de una PYME

Cuando se desea establecer una empresa, surgen dos alternativas que analizar detalladamente:

La primera consiste en definir si habrá que iniciar una empresa nueva.

La segunda consiste en definir si hay que comprar una empresa ya operando.

[23] [23] www.infomipyme.com/.../**areafuncional**.htm

La información requerida para tomar la decisión de iniciar una empresa, o bien, comprar una ya existente y los métodos para captar tal información, es de alguna manera parte de la administración de una empresa.

Los factores a analizar antes de comprar una empresa, a fin de efectuar una adquisición prudente, es necesario que el interesado analice varios factores existentes de ésta:

- Por qué desea vender el actual propietario.
- Condiciones financieras.
- Cuál es su mercado actual.
- Situación de las instalaciones físicas.
- Aspectos legales
- Valor de la empresa.

Existen dos razones válidas que justifican el establecer una nueva empresa en donde existen similares. Estas son las siguientes:

a) Una expansión real y permanente del mercado que haga que éste no esté siendo cubierto adecuadamente por las empresas ya existentes.

b) Una administración deficiente de las empresas existentes son el resultado de que el mercado no esté cubierto adecuadamente por éstas.

El estudio y el análisis de una empresa nueva son mucho más difíciles y mucho menos precisos que el estudio de la compra de una empresa existente. La realidad es que, no existen estadísticas anteriores de las operaciones de la empresa, las cuales permitan realizar una evaluación de la misma.

El éxito en las empresas requiere efectividad tanto en la producción como en la mercadotecnia. Al formular un programa de mercadotecnia, la empresa pequeña o mediana deberá tomar en consideración: línea de productos, precios, publicidad y promoción de ventas.

La pequeña y mediana empresa produce varios bienes que constituyen una línea de productos. Con frecuencia se requiere tomar decisiones respecto a si una línea de productos debe mantenerse constante, reducirse o ampliarse.

Todo tipo de empresa tiene la necesidad imperativa de una buena ubicación; sea pequeña o mediana, requiere de una adecuada ubicación. Un negocio bien ubicado, cualquiera que sea su tipo, tendrá mayor probabilidad de éxito.

Es frecuente observar que el propietario de una empresa no hace un análisis detallado del lugar donde se ubicará ésta basándose en ciertos factores, en muchas ocasiones esta decisión es muy superficial. Con frecuencia estas razones le parecen al propietario suficientes y no procede a realizar un análisis objetivo de la ubicación de la empresa.

Por tanto, es necesario hacer un análisis técnico que garantice una adecuada ubicación, ya que la supervivencia y éxito de una pequeña o mediana empresa es el resultado de una combinación de factores.

El establecimiento de una empresa depende en gran parte del mercado. Ya sea pequeño o mediano comerciante en ventas al menudeo, mayoreo, servicios o fabricante; la importancia del mercado para el éxito de la empresa jamás puede subestimarse.

El crecimiento de los mercados en países en proceso de desarrollo como el nuestro, ha sido un factor determinante para el incremento de oportunidades que tiene el pequeño o mediano empresario para iniciar negocios a nivel nacional e internacional.

La adquisición o renta de un edificio es sólo el primer paso para contar con las facilidades físicas para iniciar una empresa. Las instalaciones físicas para manejar las operaciones industriales, comerciales o de servicio incluyen edificios, distribución, equipo, etc. Cada una de ellas es esencial para la operación de la empresa.

En la fábrica o el comercio, también hay necesidad de máquinas y equipo para manejo de materiales, enseres y herramientas. Las máquinas de una fábrica pueden ser para propósitos generales específicos.

Un pequeño empresario debe conservar el costo inicial, el costo de mantenimiento del equipo, la depreciación permitida, su duración, el costo de conversión por unidad de producto resultante del uso de su equipo para propósito general o especial.

Iniciar una empresa requiere varias decisiones que implican considerar aspectos legales. Habrá que conocer la naturaleza del problema y utilizar una asesoría jurídica competente.

En la "acción de organizar", el empresario siempre debe reconocer que está organizando el trabajo de personas. En realidad, es el desempeño efectivo y coordinado del personal lo que constituye el propósito de diseñar una estructura organizacional.

La empresa no puede ser mejor que las personas que la componen. En consecuencia, el recurso humano es de vital importancia para la pequeña y mediana empresa. Las empresas requieren de personal a diversos niveles para que desarrollen las actividades planeadas y lograr los resultados requeridos. Cada uno de los empleados ayuda con su trabajo en la operación de la empresa y, en consecuencia, influye en el futuro de ésta.

Si el pequeño y mediano empresario no puede compartir directamente con las grandes empresas en la contratación, debe tomar en cuenta a los que son capataces pero que están excluidos de la contratación de la empresa grande.

En una empresa, el propietario debe intentar obtener individuos para su personal inicial y cuyas capacidades y aptitudes complementen sus propias habilidades.

Los empleados son un activo valioso. El éxito en las empresas dependerá en alto grado de la pericia y juicio que se ejerza para atraer, seleccionar, contratar y capacitar gente adecuada para la empresa de que se trate. Bien sea que el propietario lo haga personalmente, o que delegue la responsabilidad en su jefe de personal.

Conviene preparar una descripción y especificación de cada puesto en la empresa. La "descripción" debe delinear brevemente toda función principal que comprenda el puesto; mientras que la "especificación" describirá al individuo más apropiado para llenarlo en términos de experiencia, destreza y educación.

Además se deben determinar las necesidades financieras y reunir el capital inicial necesario, ya que son los pasos básicos para iniciar una empresa nueva. Y requieren una atención y un cuidadoso estudio para asegurar el éxito. Cuesta dinero promover y organizar una empresa. Un peligro común en el establecimiento de nuevas empresas, es no realizar una cuidadosa estimación y planeación de las necesidades financieras.

Igual que la investigación previa a la compra de una empresa existente, el estudio de las potencialidades de una empresa requiere de inversión de tiempo, esfuerzo y dinero. Pero hay que considerar qué inversión aumenta en gran medida las oportunidades de éxito de una nueva empresa.

Una de las actividades más inquietantes y potencialmente gratificante en que puede participar todo tipo de gente es el de iniciar y operar una empresa propia. En términos de nivel de vida y nivel de satisfacción, es ilimitado lo que se puede lograr a través de una pequeña o mediana empresa.

De manera general, se puede expresar que existen cuatro etapas en el desarrollo de una empresa:

a) Etapa preliminar.

b) Iniciación de la empresa.

c) Etapa de crecimiento.

d) Etapa de expansión-consolidación.[24]

2.4 DESCRIPCIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA IMPARTIDA EN ESTE PROCESO.

El proceso de capacitación a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Multiempresarial se describe de la siguiente manera:

En lo que se refiere a los temas impartidos en dicho proceso son:

[24] www.monografias.com/.../**creacion-empresa**s/**creacion-empresa**s

- Motivación al Emprendimiento
- Plan de Negocios
- Marketing, Servicio al cliente y Programa Neuro Lingüístico
- Contabilidad
- Financiamiento, Costos y Tributación

Para el desarrollo de los temas mencionados anteriormente se considero que los expositores cumplan con los siguientes requerimientos:

Que el expositor posea título universitario en las carreras de Economía, Ingeniería en Administración de Empresas, Sociólogo o ramas afines, que disponga una experiencia mínima de 5 años, contados a partir de la fecha de graduación. Además experiencia especifica de por lo menos 4 años correspondientes a la prestación de servicios de consultoría en programas vinculados a cooperativas de ahorro y crédito o por lo menos estén destinados a instituciones que están dentro del sistema financiero o afines.

Lo que se espera como resultado de esta capacitación es promocionar Microcréditos desarrollando en los participantes una actitud emprendedora, además a desarrollar destrezas y habilidades en los participantes para potenciar y/o fortalecer su espíritu emprendedor, dando a conocer las herramientas básicas con temas de gestión empresarial de acuerdo a sus necesidades para la creación y/o fortalecimiento de su negocio.

Dentro de este proceso se estableció la realización de 20 talleres, los cuales se realizaron de acuerdo al cronograma establecido.

En cuanto a la carga horaria se aplicó de la siguiente manera, 16 horas por cada taller; de las cuales 6 horas teóricas y 10 horas de asesoría técnica personalizada, las fechas para el acompañamiento técnico es variable de acuerdo al horario que necesite el solicitante del Microcrédito.

Para desarrollar los temas en cada taller debía contar con una asistencia mínima de 20 personas.

La Metodología impartida en cada taller se baso en un enfoque activo participativo, donde se involucro a los participantes en experiencias significativas que promuevan cambios en sus competencias a nivel afectivo, cognitivo, conductual y actitudinal. La metodología promueve la construcción de conocimientos de las propias experiencias, esto con el uso de las siguientes herramientas: Role Playing, Técnicas de Coaching, Evaluaciones, Estudio de casos, Dinámicas grupales, Psicodramas, Estrategias creativas.

La información del manejo de los informes se llevaron acabo de acuerdo a las clausulas establecidas en el contrato.

La cooperativa Multiempresarial brindo apoyo logístico brindando, las facilidades necesarias al consultor para llevar a buen término su trabajo. El consultor del proyecto estuvo en continuo contacto con la gerencia de la Cooperativa de ahorro y crédito Multiempresarial, quien directamente superviso los trabajos realizados.

El costo de la capacitación tuvo un precio accesible, dando la oportunidad de que participaran familiares de los socios. Cabe recalcar que a la culminación de cada taller se entregaba un certificado a cada uno de los participantes.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE LOS SEMINARIOS DICTADOS

3.1 ORGANIZACIÓN, TEMAS TRATADOS, EXPOSITOR, COMODIDAD, COSTO, HORARIOS.

En cuanto a la **organización**, con el objetivo de que el proceso de formación contribuya a desarrollar o potenciar habilidades y destrezas en los participantes para el manejo de temas claves que se requieren para la gestión empresarial de una pequeña empresa durante el proceso se han aplicado metodologías adecuadas de manera que permita que los conocimientos recibidos sean asimilados y puestos en práctica.

Para llevar a cabo este proceso el Programa de Capacitación tuvo tres fases:

La primera fase consistía en la utilización de videos de emprendedores ecuatorianos, casos de estudio y de éxito, dinámicas, trabajos en grupo, fue muy apropiado para despertar en los participantes el interés en emprender una microempresa ofreciendo un producto innovador y no únicamente para iniciar un negocio sino también se brindaron herramientas para aquellos que ya tenían un negocio y querían mejorarlo innovando en el servicio o en el producto ofrecido.

Para la segunda fase se considero que una vez consolidada la idea de emprender era necesario brindar herramientas para una adecuada gestión empresarial, es así que también se realizaron talleres de tributación, marketing y diseño grafico, en donde los participantes realizaron tareas aplicadas a sus empresas, en cada área.

Para la última fase y de complemento, los participantes recibieron talleres sobre Programación Neurolingüística PNL en donde aprendieron a manejar situaciones de conflicto, Atención al cliente para mejorar la atención y atraer nuevos clientes, Normas Internacionales de Información Financiera NIIF para conocer su aplicación práctica, Comercio Exterior se alcanzo conocimientos prácticos sobre los procesos de importaciones, exportaciones y los diferentes documentos que se deben llenar, sus requisitos y usos.

Para mayor satisfacción de los socios y sus familiares directos al finalizar los talleres los participantes que deseaban profundizar más el tema recibían tutoría personalizada, con el objetivo de sensibilizar en la importancia de la creación y puesta en marcha de unidades productivas familiares como complementos a los ingresos de los socios de la Cooperativa, con el fin de mejorar el ingreso familiar.

Los **temas tratados** en este proceso de capacitación fueron los siguientes:

- Motivación al Emprendimiento, Generación de Microempresas con tutorías en Tributación, Marketing y Diseño Grafico.
- Diseño Grafico Aplicado y Publicidad
- Tributación Aplicada y Costos
- Marketing Aplicado y Ventas
- Programación Neurolingüística PNL enfocado a la resolución de conflictos
- Comercio Exterior
- Normas de Información Financiera NIIF
- Gerencia de Ventas y Relaciones Interpersonales

Listado de los **expositores** en los diferentes talleres:

- LCDO. Juan Fernando Ñauta, CPA Jorge Heras, Mathias Villacis, Daniela Marín "Motivación al Emprendimiento y Plan de Negocios"
- DISEÑADOR. Fabián Arias, Mathias Villacis "Diseño Grafico Aplicado y Publicidad".
- CPA. Jorge Heras, "Tributación Aplicada y Costos".
- ING. Andrés Ugalde, Fernando Villavicencio, Patricia Tapia "Marketing Aplicado y Ventas".
- ING. Xavier Molina, "Programación Neurolingüística PNL".
- ING. Carlos Durazno, "Comercio Exterior".
- CPA Jorge Heras, "Normas de Información Financiera NIIF".
- ING. Fernando Ugalde, "Gerencia de Ventas y Relaciones Interpersonales".

En lo que se refiere a la **comodidad** según encuestas realizadas anteriormente a los participantes en los talleres, el 58% de los encuestados estuvieron complacidos con

la ubicación y las instalaciones para el desarrollo del taller, y el 42% nos comunicaron que el lugar establecido era muy pequeño y se encontraba en un lugar alejado de la ciudad por lo que resultada difícil llegar a tiempo o completar plenamente el taller.

El **Costo** del taller se estructuro de la siguiente manera:

- Para 1 participante (socio, cónyuge o hijo mayor de 18 años) $5,00
- Para 2 participantes (de la misma familia del socio) $8,00
- Para 3 participantes (de la misma familia del socio) $10,00
- No socio $10,00 y si desea ingresar como Socio a la Cooperativa pagaría $5,00 más para completar el valor del C.A.

El valor indicado anteriormente es por los tres días, incluye materiales, refrigerio.

La formación fue presencial de 13 horas por cada taller con los siguientes **horarios** y según la fecha que correspondía a cada uno. Cada taller se desarrollaba en 3 días, dando inicio el sábado con una duración de 5 horas de 08:00 a 13:00 el cual se realizaba en INNPULSAR (Quinta de Balzay U. Cuenca), el día miércoles continuaba en la Cooperativa Multiempresarial Ed. Cámara de Industrias 4to piso con una duración de 3 horas de 18:30 a 21:30, finalizando el día sábado en INNPULSAR (Quinta de Balzay U. Cuenca), con una duración de 5 horas de 08:00 a 13:00.

3.2 MOTIVACIÓN AL EMPRENDIMIENTO Y PLAN DE NEGOCIOS

3.2.1 Contenido

Espíritu Emprendedor

- ✓ Principales características del perfil emprendedor.
- ✓ Motivación a la Generación de Microempresas.
- ✓ Creatividad e Innovación.

Generación de empresas

- ✓ De la idea a la práctica: Estructura de un Plan de Negocios.

Para mayor conocimiento de los participantes INNPULSAR ha elaborado el siguiente Plan de Negocios con el propósito de que los emprendedores puedan desarrollar el proyecto que tengan en mente.

Formulario de Plan de Negocios para Emprendedores INNPULSAR

1. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

Nombre del Proyecto:

Objetivo General:

Descripción del Producto y/o servicio:

Mercado Objetivo:

Inversión Inicial:

Aporte propio:

Monto a financiar:

1.1 Registro de Datos del Representante

Nombre:	RUC/CI:
Dirección:	Ciudad:
Teléfono:	E-mail
Profesión/Carrera/Año:	
Actividad Actual :	

1.2 Registro de datos de los Socios. (Utilizar los cuadros necesarios por cada socio, de ser el caso):

Nombre	RUC:
Dirección	Ciudad, Provincia
Teléfono	E-mail
Profesión	
Actividad Actual	

1.3 Señale por qué el emprendedor y/o los socios constituyen el equipo idóneo para ejecutar el proyecto (Habilidades, Estudios y Experiencia):

1.4 Elabore un Organigrama Funcional de su empresa (Tentativo)

* **Organigrama:** Cuadro descriptivo del personal requerido para el funcionamiento de la empresa.

1.5 Señale las áreas en las que necesita asistencia por parte de INNPULSAR:

- ☐ Acceso al financiamiento

Acompañamiento técnico en:

- ☐ Gestión Financiera
- ☐ Gestión de Personal
- ☐ Gestión Administrativa
- ☐ Análisis de costos

- ☐ Gestión tributaria y contable
- ☐ Imagen Corporativa
- ☐ Mercadeo
- ☐ Aspectos legales
- ☐ Otros. Especifique: _____

2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO / SERVICIO

2.1 Descripción de su producto/ servicio (Características, funcionalidades, presentación y usos del producto).

2.2 Problema o necesidad de mercado que satisface su producto o servicio.

2.3 Descripción del proceso productivo (en caso de transformación de materias primas), de comercialización (en caso de ventas exclusivamente) o de prestación del servicio.

3 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1 Mercado Objetivo*

- **Mercado Objetivo** Se entiende por mercado objetivo el segmento del mercado al que está dirigido un producto. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.

En esta sección señale:

3.1.1 Delimitación geográfica (Provincia, Cantón, Ciudad),

3.1.2 Segmentos de mercado específicos a los que se va a dirigir su producto (Nivel de ingresos, género, edad)

3.1.3 Perfil de clientes que demandarán su producto

3.2 Enumeración e Identificación de la competencia:

- **Competencia Directa:** Negocios que ofrezcan productos o servicios iguales al suyo.
- **Competidores potenciales:** Negocios que ofrezcan productos o servicios similares o que puedan reemplazar al suyo.

Competencia Directa				Competidores potenciales			
No.	Nombre	Características producto/servicio	Precio de venta	No.	Nombre	Características producto/servicio	Precio de venta

3.5 Política de Marketing que aplicará a su negocio (producto, precio, distribución y promoción).

4 ANTECEDENTES FINANCIEROS

4.1 Elabore un presupuesto real con la inversión inicial en la que incurrirá para la puesta en marcha de su negocio, (Muebles, equipos, maquinaria, permisos, trámites legales, estudios, inventario inicial – mercadería, materia prima, adecuación de local, etc.) e indique el origen de los mismos con sus respectivos valores. (Hacer doble clic en la tabla).

		Origen de los fondos	
Descripción	**Valor**	**Crédito/Capital Semilla**	**Aporte Emprendedor**
Muebles			
Equipos			
Maquinaria			
Permisos legales			
Patentes			
Mercadería			

Determine los costos de operación mensual para su funcionamiento (incluir costos fijos y variables)*. (Hacer doble clic en la tabla).

Descripción	Valor
Arriendos	
Salarios	
Servicios básicos	
Promoción y publicidad	
Transporte	
Otros	
TOTAL	

- **Costos Fijos:** Tienen un valor determinado y no dependen del volumen de producción o ventas. (ej.: Arriendos, alícuotas, sueldos administrativos).
- **Costos Variables:** Relacionados directamente con el volumen de producción o ventas (El.: Materias primas, mano de obra, insumos, comisiones en ventas).

4.3 Defina cómo obtendrá los recursos para llevar a cabo el proyecto (fuentes de financiamiento)

4.4 Posibles riesgos que se pueden presentar en el desarrollo del proyecto (producción comercialización, mercado, otros) y planes de contingencia considerados para los mismos.

4.5 Elabore un cronograma de planificación con actividades para seis meses.

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6

4.6 Elabore un cuadro de ingresos por ventas mensuales para el primer año (Hacer doble clic en el cuadro e ingresar la información requerida).

			VALORES VENDIDOS EN CADA MES											
No.	Artículo	Precio Unitario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1														
2														
3														
4														
5														
TOTAL			$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00

A partir de los ingresos y gastos proyectados para un mes elabore un Punto de Equilibrio para su emprendimiento.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Ventas} - \text{Costo Variable}} \times 100$$

Fecha de Presentación (espacio llenado por Innpulsar)

Día / Mes / Año

Cláusula de Compromiso:

Yo, (escribir aquí el nombre del emprendedor), me comprometo a cancelar los valores acordados previamente por la asistencia en la elaboración del presente Plan de Negocios y entiendo que su elaboración no implica necesariamente recibir aval de Innpulsar, ni tampoco el financiamiento previsto por parte de las entidades a las que sea presentado y en las que este documento constituya un requisito, por lo que en ningún caso solicitaré reembolso del pago realizado.

Innpulsar se compromete a mantener la confidencialidad sobre la presente idea de negocio así como asistir al emprendedor en la elaboración del Plan de Negocios siempre y cuando el emprendimiento sea considerado viable.[25]

--- ---

Emprendedor **Innpulsar**
C.I. No. **RUC 019326969001**

3.3 MARKETING APLICADO Y VENTA, TRIBUTACION APLICADA Y COSTOS, DISEÑO GRAFICO APLICADO Y PUBLICIDAD.

3.3.1 Contenido

MARKETING APLICADO Y VENTA

a. **Investigación de Mercados**
   - ✓ La investigación y etapas.
   - ✓ Técnicas de investigación y muestreo.
   - ✓ Técnicas de recolección de información.
   - ✓ Procesamiento de datos

[25] Plan Estratégico elaborado por INNPULSAR

b. Plan de Marketing

- ✓ Formulación del Plan de Marketing.
- ✓ Desarrollo de una estrategia comercial.
- ✓ Problemas y tendencias del mercado.
- ✓ Segmentación y Posicionamiento.
- ✓ Estrategia de Marca, Producto, Precio, Distribución.

c. Ventas

- ✓ Estrategias de Ventas.
- ✓ Precios de venta de productos-servicios.
- ✓ Posicionamiento del producto o servicio, en el mercado.
- ✓ Procedimientos adecuados de la comunicación comercial hacia su target de mercado

TRIBUTACION APLICADA Y COSTOS

a. RUC, IVA, Renta

- ✓ Registro Único de Contribuyentes.
- ✓ Impuesto al Valor Agregado.
- ✓ Régimen Impositivo Simplificado, RISE.
- ✓ Comprobantes de Venta.

b. Costos

- ✓ Definición y clasificación de Costos.
- ✓ Clasificación de los costos.
- ✓ Sistemas de costos.
- ✓ Fijación de precios.

DISEÑO GRAFICO APLICADO Y PUBLICIDAD.

a. Diseño Gráfico

- ✓ Introducción al diseño básico, operatorias y técnicas de diseño básicas, manejo de formas y consecución de nuevas formas.
- ✓ Conceptualización
- ✓ Cromática
- ✓ Tipografía
- ✓ Técnicas para el desarrollo de ideas.
- ✓ Ejercicios de aplicación.

b. Publicidad

- ✓ Roles de la publicidad.
- ✓ Marketing objetivo.
- ✓ La agencia de publicidad, servicios, medios y otros servicios.
- ✓ Operación publicitaria.
- ✓ Uso de medios.
- ✓ Investigación publicitaria.

3.4 PROGRAMACION NEURO LINGÜÍSTICA (PNL)

3.4.1 Contenido

- ✓ Historia, concepciones e ideas generales sobre PNL.
- ✓ Presupuestos esenciales de la PNL
- ✓ Sistemas de Representación, submodalidades
- ✓ Actos lingüísticos básicos, metamodelo de Lenguaje
- ✓ Nociones de Conflicto, Negociación
- ✓ Comunicación no violenta
- ✓ Estrategias de Resolución de Conflictos
- ✓ Recapitulación y conclusiones

3.5 COMERCIO EXTERIOR

3.5.1 Contenido

- ✓ Terminología Internacional (Incoterms)

- ✓ Tramitología para realizar una importación
- ✓ Tramitología para realizar una exportación

3.6 NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACION FINANCIERA NIIF

3.6.1 Contenido

PARTE 1. **Las NIIF en el Ecuador**

- ✓ Las NIIF en el mundo
- ✓ Aplicación del cuerpo normativo en el Ecuador
- ✓ Algunos datos interesantes

PARTE 2. **Marco Conceptual**

- ✓ Objetivos y alcance
- ✓ Usuarios y las necesidades de Información
- ✓ Postulados Básicos
- ✓ Los Estados Financieros: características cualitativas, elementos, reconocimiento de los elementos, medición,

PARTE 3. **NIC 8. Políticas Contables**

- ✓ Políticas contables
- ✓ Estimaciones Contables
- ✓ Corrección de Errores Contables
- ✓

PARTE 4.**NIC 2 Inventarios**

- ✓ Definiciones
- ✓ Valoración del Inventario
- ✓ Sistemas de valoración de los costos
- ✓ Revelación en los Estados Financieros

PARTE 5. **NIC 16: Propiedad Planta y Equipo**

- ✓ Marco Conceptual de la Norma
- ✓ Reconocimiento
- ✓ Valoración Inicial
- ✓ Provisión por desmantelamiento, retiro o rehabilitación del emplazamiento físico.
- ✓ Valoración Posterior
- ✓ Disposición del Inmovilizado Material

PARTE 6. **Instrumentos Financieros**

- ✓ Tratamiento contable de cuentas y documentos por cobrar en la contabilización de inventarios y activos fijos.

PARTE 7. **Deterioro de valor de los activos**

- ✓ Tratamiento contable del deterioro en la contabilización de inventarios y activos fijos.

Parte 8. **NIIF 1 Adopción por primera vez**

- ✓ Asuntos relevantes
- ✓ Transición
- ✓ Estados Financieros transformados a NIIF.

3.7 GERENCIA DE VENTAS Y RELACIONES INTERPERSONALES

3.7.1 Contenido

GERENCIA DE VENTAS

- ✓ Las ventas de hoy
- ✓ Enfoque administrativo
- ✓ ¿Es importante el cliente?

- ✓ Proceso de compra
- ✓ Proceso de ventas
- ✓ Técnicas de relacionamiento con el cliente
- ✓ Organización del equipo de ventas
- ✓ Análisis y oportunidades del mercado
- ✓ Pronostico de ventas
- ✓ Cuotas de ventas
- ✓ Método de carga de trabajo

RELACIONES INTERPERSONALES

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Las edades influyen en el trabajo
- ✓ Ser mujer y ser hombre
- ✓ Como formar un equipo de trabajo[26]

3.8 INCIDENCIA DE LOS SEMINARIOS HACIA LOS NEGOCIOS DE LOS SOCIOS.

Los temas desarrollados en cada taller tuvo como objetivo capacitar a socios actuales y potenciales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Multiempresarial, dentro del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito (UCACSUR – BID), con el fin de promocionar a la Cooperativa y sus productos en particular el Producto CREDI FAMILIA (Microcrédito), desarrollando en los participantes una actitud emprendedora y pro-negocios a través de una enseñanza de aprendizaje vivencial y el desarrollar destrezas, habilidades, y las herramientas básicas para la formulación de un Plan de Negocios, brindando

[26] Contenidos facilitados por INNPULSAR y los expositores de cada tema.

asesoría personalizada a los emprendedores en temas relevantes a su gestión empresarial.

Para conocer con certeza la incidencia que tuvo cada uno de los seminarios, en el siguiente capítulo analizaremos detalladamente el impacto del proceso de capacitación a los socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Multiempresarial.

CAPITULO IV

4 ESTUDIO DEL IMPACTO DEL PROCESO DE CAPACITACION A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MULTIEMPRESARIAL.

Para el desarrollo de nuestra investigación realizamos encuestas a las personas que participaron en este proceso de capacitación, con el propósito de conocer el impacto que tuvo el desarrollo de los talleres, además determinar y plantear medidas correctivas para en el futuro mejorar nuevos convenios sobre capacitaciones.(Ver Anexo 1)

Tomando en consideración 92 personas encuestadas como la muestra de una población de 407 participantes, la cual fue calculada aplicando la siguiente formula.

Fórmula para encontrar la muestra:

$$n = \frac{(Z^2)\ N.p.q}{(E^2)\ (N - 1) + (Z^2).\ p.q}$$

Datos para el cálculo de **n**:

Z = 95% ⟶ 1.96

N = 407

p= 50%

q= 50%

E= 9%

Se considero este porcentaje para el error muestral debido a que nuestra población es finita.

Aplicando la formula obtenemos como resultado una muestra de 92 personas.

n= 92

4.1 CUANTOS SOCIOS INICIARON UN NEGOCIO PROPIO Y/ O FORTALECIERON SU EMPRESA Y EN QUE AREAS.

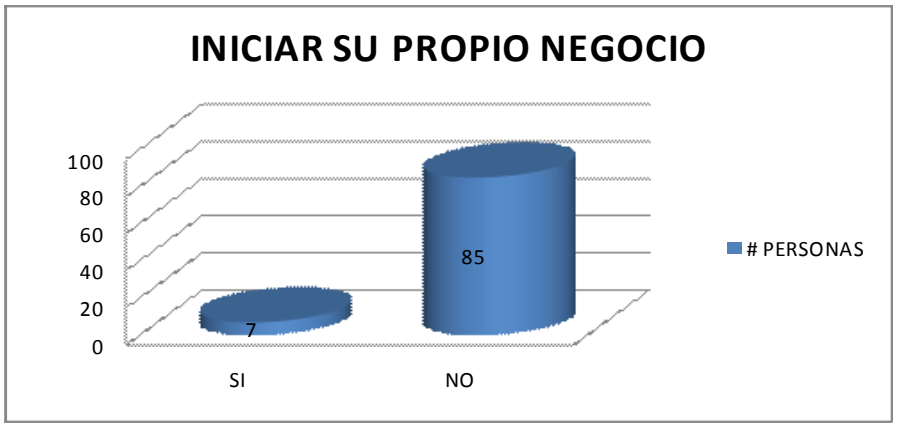
Personas que iniciaron un negocio propio.

Los socios que iniciaron un negocio propio luego de haber participado de este proceso de capacitación, de acuerdo a las encuestas realizadas de una muestra de 92 personas, se obtiene como resultado que 7 personas emprendieron su actividad económica propia que representa un 8% como se puede observar en el siguiente grafico.

Los Negocios propios son:

- ✓ Cafetería “DELIPOZO”
- ✓ Criadero de pollos
- ✓ Taller de costura
- ✓ Distribuidora San Nicolás
- ✓ Agronomía
- ✓ INTOP
- ✓ Que Delicia

INICIAR SU PROPIO NEGOCIO	# PERSONAS	%
SI	7	8
NO	85	92
TOTAL	92	100



También se conoce que un 92% (85 participantes) no emprendieron un negocio propio luego de participar de las capacitaciones realizadas. Esto se justifica por razones tales como: Personas que están laborando ya en empresas públicas o privadas, por la falta de financiamiento, no tienen aun proyectos en mente , otras por que están estudiando y algunas de ellos ya contaban con su negocio.

Pero para la mayoría de los participantes los temas recibidos lo ayudaron para incrementar sus conocimientos ya que lo aplicaron en la empresa que laboran y para otros le sirvió para la elaboración de proyectos que piensan ponerlos en marcha a futuro.

Personas que fortalecieron su empresa y en qué áreas.

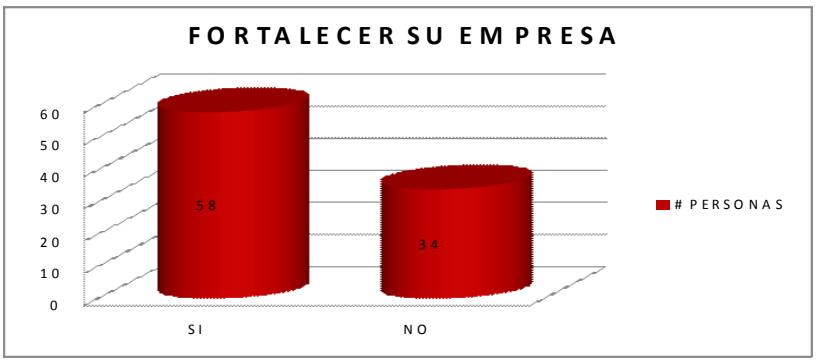
Las personas que participaron de los talleres desarrollados los mismos que fueron encuestados se observa que un 63% que representa a 58 personas le sirvieron parar fortalecer su empresa en diferentes áreas como: producción, ventas, finanzas, contabilidad, recursos humanos, y otros.

- En lo que se refiere a ventas un 25% de los participantes fortalecieron ésta área tomando correctivos en los procesos, mejorando la atención al cliente, actualizar conocimientos para mejorar la venta del producto, mejorar la exhibición del producto para atraer a nuevos clientes, finalmente mejorar las estrategias de ventas.

- Con un porcentaje del 14% tenemos la opción de otros, en el cual mencionan que los seminarios les sirvió para incrementar sus conocimientos, para mejorar la organización en el trabajo, fortalecer su carrera, tener una mejor visión a futuro.
- El área de contabilidad obtuvo un porcentaje del 11% ya que mencionaban las personas que les sirvió para organizar la contabilidad de una manera técnica, conocer con más profundidad Costos y Tributación.
- Con un porcentaje del 7% está el área de producción ayudando a tener una mejor organización y distribución de la materia prima fabricando con una mejor calidad el producto.
- En lo que se refiere al área de recursos humanos un 7% de los asistentes a seminarios mejoraron la relación con sus compañeros de trabajo, escuchando sus necesidades, incentivándolos a trabajar en mejores condiciones.
- El 33% de personas encuestadas no aplicaron sus conocimientos adquiridos en ninguna área.
- Finalmente el 3% de participantes fortalecieron su empresa en diferentes áreas en general.

Como podemos visualizar el grafico aquí se presenta el número de personas que fortalecieron su empresa.

FORTALECER SU EMPRESA	# PERSONAS	%
SI	58	63
NO	34	37
TOTAL	92	100

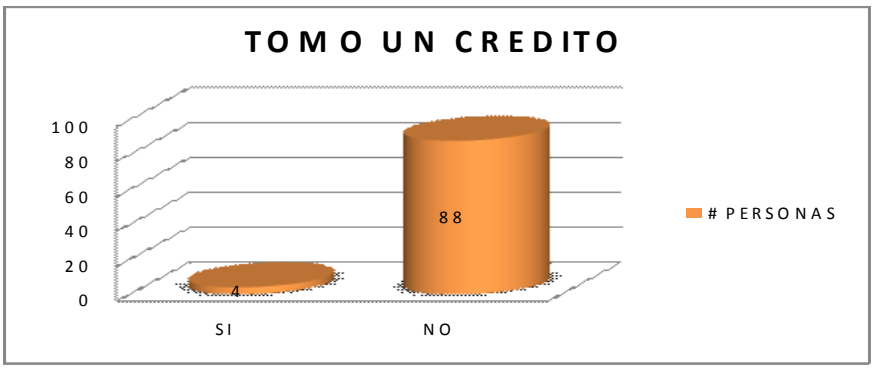


Mientras que para un 37% (34 personas) no aplicó sus conocimientos adquiridos en los talleres desarrollados ya que los temas le sirvieron más para profundizar sus conocimientos y para otros los temas fueron muy básicos de lo esperado.

4.2 SOCIOS QUE TOMARON UN CRÉDITO

Los socios que tomaron un crédito de la Cooperativa Multiempresarial para poner en práctica sus conocimientos (Crear o Fortalecer una empresa) luego de haber participado de la capacitación, representan un 4% del total de personas que fueron encuestadas. Como podemos observar el siguiente grafico.

TOMO UN CREDITO	# PERSONAS	%
SI	4	4
NO	88	96
TOTAL	92	100



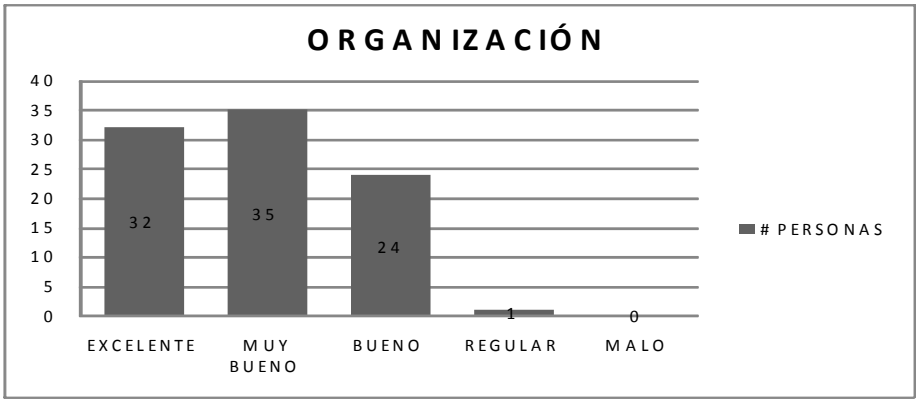
EL 96% no tomó un crédito de la Cooperativa, por lo que se demuestra que no emprendieron un negocio o no cuentan con una actividad económica propia como para que se les presente la necesidad de hacerlo, pero si están dispuestos a tomar un crédito a futuro para poner en marcha su proyecto y otros para mejorar su negocio ya sea en la compra de activos fijos, mejorar la infraestructura, contratar personal, incrementar el capital de trabajo, compra de materia prima y otros (eventualidades que se presenten).

4.3 CALIDAD DE ASESORÍA QUE RECIBIERON EN LA CAPACITACIÓN BRINDADA.

Para conocer la calidad de asesoría que recibieron en la capacitación brindada se tomo en cuenta los siguientes aspectos: **la organización, los temas tratados, el expositor, la comodidad, el costo, los horarios y la invitación a seminarios,** para que las personas encuestadas lo califiquen de acuerdo a su criterio.

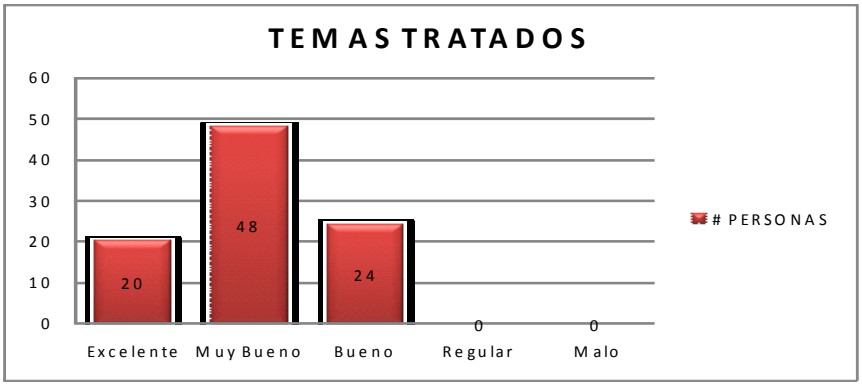
Luego de realizar las encuestas se obtuvo los siguientes resultados como se visualiza en los siguientes gráficos.

ORGANIZACIÓN	# PERSONAS	%
Excelente	32	35
Muy Bueno	35	38
Bueno	24	26
Regular	1	1
Malo	0	0
TOTAL	92	100



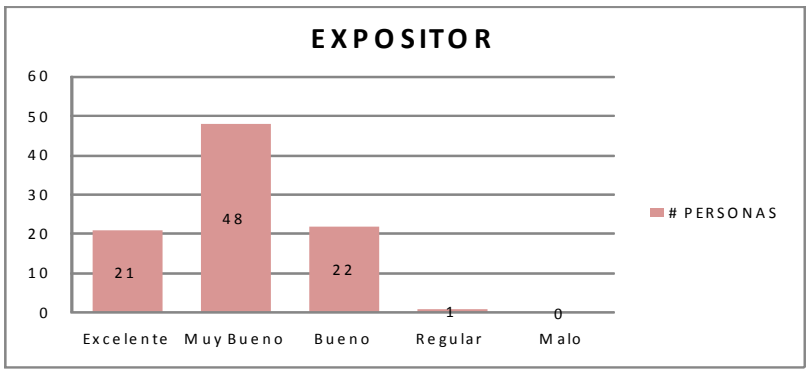
La organización tuvo una calificación más alta como Muy Bueno representada con un 38% (35 personas), y para un 35% (32 personas) lo calificaron como excelente, el 26% (24 personas) lo califican como muy bueno y tan solo un 1% lo califica como regular.

TEMAS TRATADOS	# PERSONAS	%
Excelente	20	22
Muy Bueno	48	52
Bueno	24	26
Regular	0	0
Malo	0	0
TOTAL	92	100



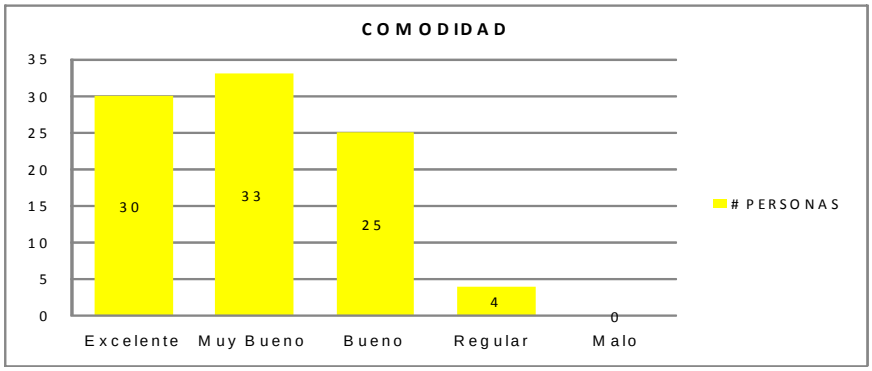
En lo que se refiere a los temas tratados durante este proceso de capacitación, los participantes lo califican de la siguiente manera: 52% Muy Bueno puesto que los temas tratados fueron interesantes y cubrieron sus expectativas, el 26% Bueno, el 22% Excelente.

EXPOSITOR	# PERSONAS	%
Excelente	21	23
Muy Bueno	48	52
Bueno	22	24
Regular	1	1
Malo	0	0
TOTAL	92	100



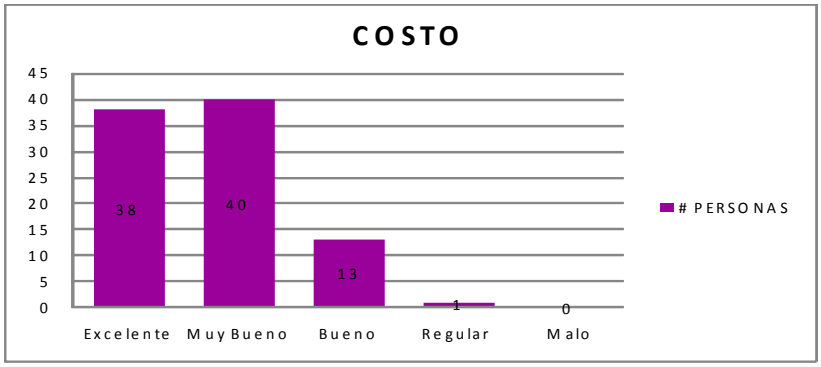
En lo que se refiere al expositor las personas a las que se realizo las encuestas lo calificaron de la siguiente manera: el 52% como Muy Bueno ya que consideraron que los expositores fueron personas preparadas y capaces, el 24% como Bueno, el 23% como Excelente y finalmente el 1% como Regular, tomando en cuenta que esta calificación se dio por razones como: los expositores fueron poco entendibles, para otros les pareció que iban muy rápido, además la puntualidad por parte de algunos de los expositores no fue buena y para otros asistentes las clases fueron más teóricas que prácticas.

COMODIDAD	# PERSONAS	%
Excelente	30	33
Muy Bueno	33	36
Bueno	25	27
Regular	4	4
Malo	0	0
TOTAL	92	100



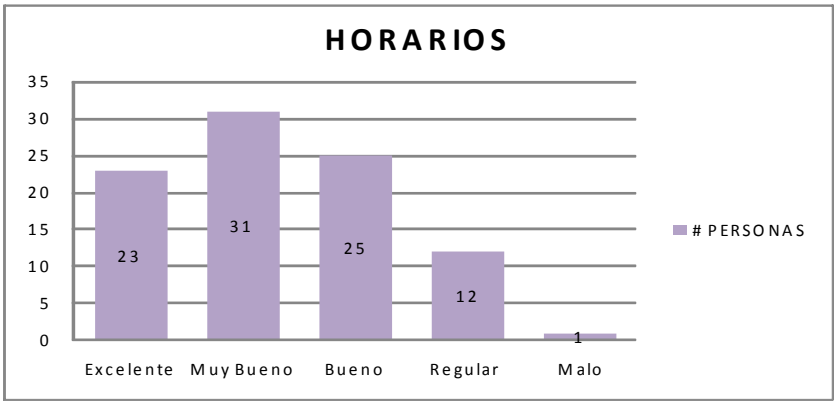
La Comodidad para los participantes encuestados la calificaron de la siguiente forma: Muy Bueno con el 36% ya que se sentían complacidos con la ubicación y las instalaciones para el desarrollo del taller, Excelente con 33%, Bueno con 27% y Regular con el 4%, considerando que para los asistentes el lugar establecido era pequeño y se encontraba lejos de la ciudad lo que dificultaba llegar a tiempo o completar plenamente el taller.

COSTO	# PERSONAS	%
Excelente	38	41
Muy Bueno	40	43
Bueno	13	14
Regular	1	1
Malo	0	0
TOTAL	92	100



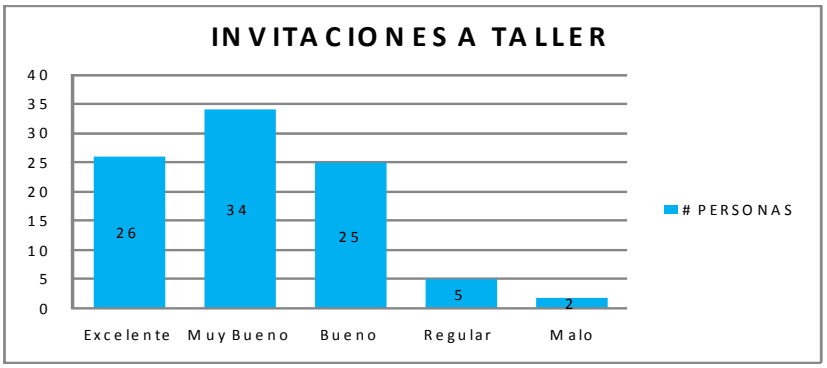
De la encuesta que se realizo a 92 personas, para un 43% les pareció que el costo era Muy Bueno ya que era un precio accesible para ellos, para un 41% les pareció Excelente, para un 14% les pareció Bueno y para un 1% les pareció Regular, esta calificación se obtuvo debido a que manifestaron que el costo por ser bajo los talleres no tendrían importancia por lo que algunas personas optaban a no completar todo el seminario.

HORARIOS	# PERSONAS	%
Excelente	23	25
Muy Bueno	31	34
Bueno	25	27
Regular	12	13
Malo	1	1
TOTAL	92	100



Podemos observar según el grafico la calificación que los asistentes dieron a este aspecto es la siguiente: 34% Muy Bueno por lo que estuvieron de acuerdo con los horarios establecidos, 27% Bueno, 25% Excelente, 13% regular y tan sólo el 1% Malo, cabe recalcar que se obtuvo este resultado por lo que mencionaban los participantes que por cuestiones de trabajo no podían culminar todo el seminario al que se inscribían en especial los días sábados, también les parecía pocas horas como para profundizar más el tema que se trataba en cada taller.

INVITACIONES A TALLER	# PERSONAS	%
Excelente	26	28
Muy Bueno	34	37
Bueno	25	27
Regular	5	5
Malo	2	2
TOTAL	92	100



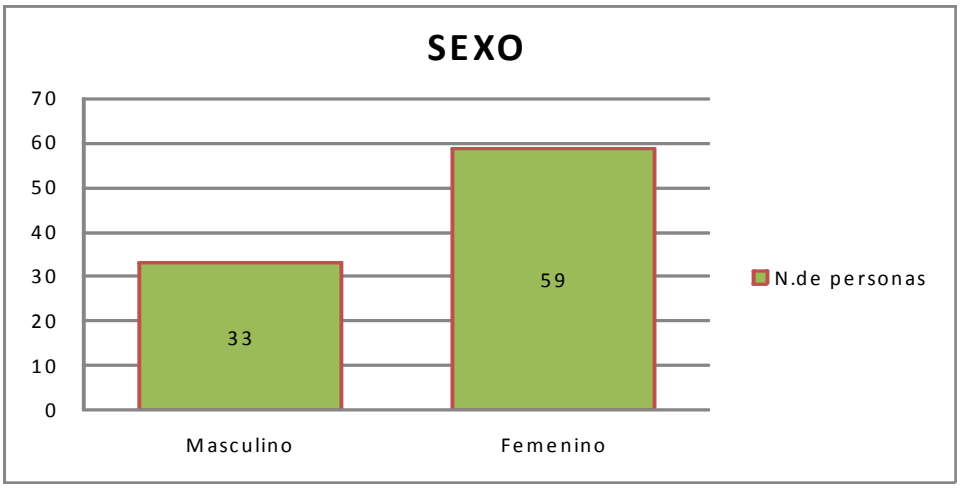
Las invitaciones que recibían para participar en los seminarios tuvo la siguiente calificación con un porcentaje de: 37% Muy Bueno debido a que los medios

utilizados son los más adecuados para recibir una comunicación directa, 28% Excelente, 27% Bueno, 5% Regular y 2% Malo, otras personas consideraban que era incomodo recibir llamadas en horas de trabajo o no conocían bien el contenido del tema a tratarse, por lo que mencionaron que les gustaría seguir participando en otros seminarios pero que la invitación a estos nuevos seminarios se comunicar a través de teléfono celular en horas especificas o por internet mediante el mail.

4.3.1 ESTUDIO DEMOGRÁFICO DE LOS SOCIOS QUE ASISTIERON A LOS SEMINARIOS.

De un universo de 407 personas, se tomó una muestra de 92 para encuestarlos en la cual se presentan los resultados que se ilustra en los siguientes gráficos:

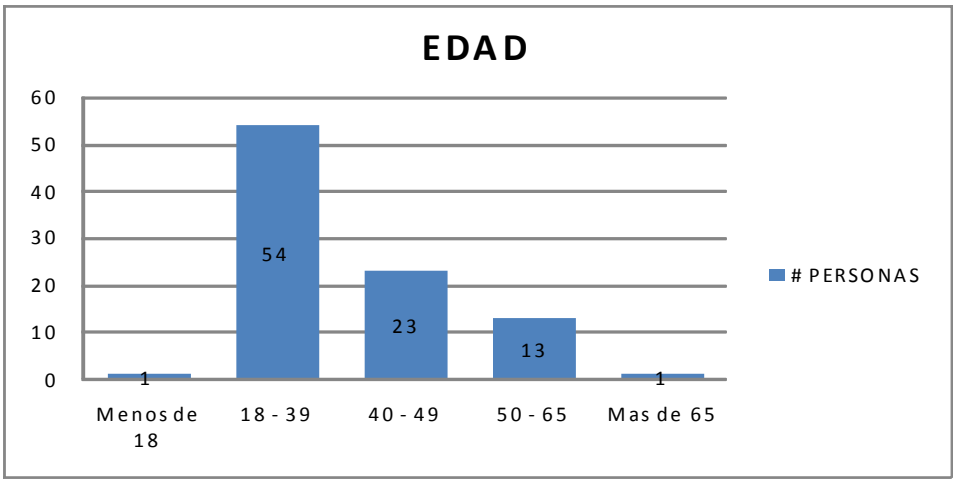
SEXO	# PERSONAS	%
Masculino	33	36
Femenino	59	64
TOTAL	92	100%



De las 92 personas encuestas que asistieron a los seminarios, el 64% corresponden al sexo femenino, mientras que el 36% corresponde al sexo masculino.

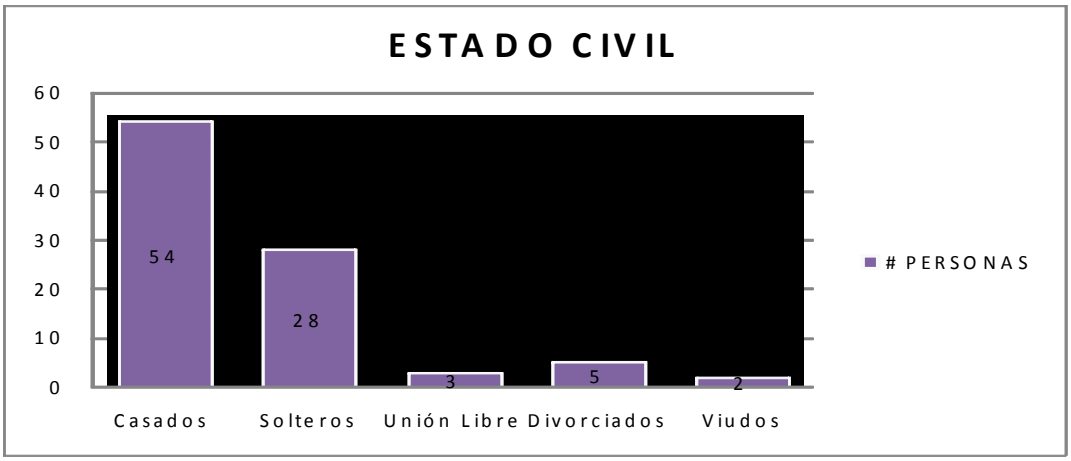
EDAD	# PERSONAS	%
Menos de 18	1	1
18 – 39	54	59
40 – 49	23	25

50 – 65	13	14
Más de 65	1	1
TOTAL	92	100



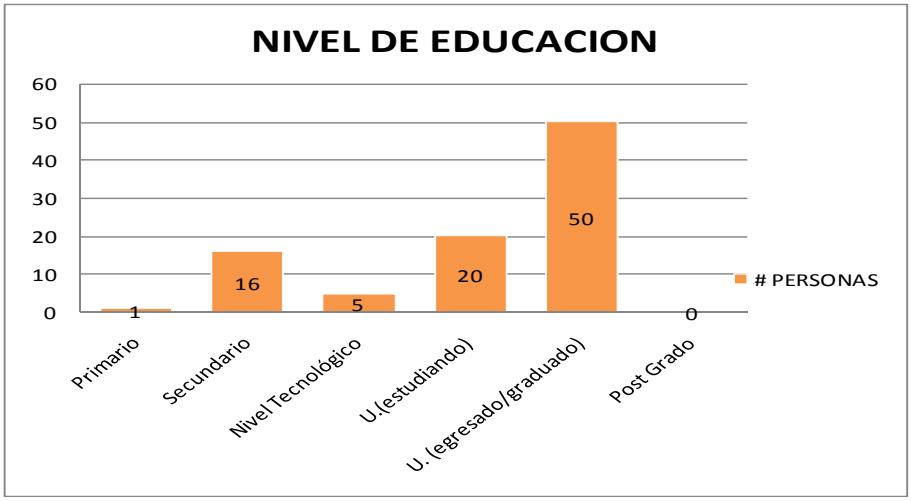
Del total de participantes encuestados, el 59% corresponde a una edad de 18 a 39 años, el 25% corresponde a una edad de 40 a 49 años, el 14% corresponde a una edad de 50 a 65 años, un 1% corresponde a personas menores a 18 años y el otro 1% corresponde a personas mayores a 65 años.

ESTADO CIVIL	# PERSONAS	%
Casados	54	59
Solteros	28	30
Unión libre	3	3
Divorciados	5	5
Viudos	2	2
TOTAL	92	100



El 59% de los encuestados son casados, el 30% son solteros, el 5% son divorciados, el 3% unión libre, mientras que el 2% son viudos.

NIVEL DE EDUCACION	# PERSONAS	%
Primario	1	1
Secundario	16	17
Nivel Tecnológico	5	5
Universidad (estudiando)	20	22
Universidad (egresado/graduado)	50	54
Post Grado	0	0
TOTAL	92	100



Del total de la muestra tomada el 54% de los participantes tienen un nivel de educación superior, el 22% de los participantes cursan la universidad, el 17% de los participantes pertenecen a un nivel de educación secundario, el 5% de los participantes alcanzan a un nivel tecnológico y tan solo el 1% alcanzo a un nivel primario.

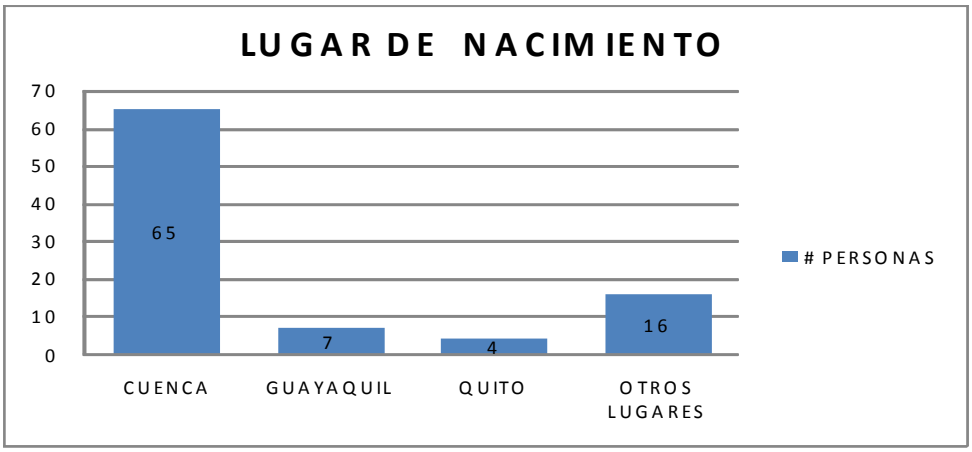
Nombre de la Empresa y área en la que labora:

De acuerdo a la encuesta realizada los participantes trabajan para empresas públicas, privadas y negocios propios (familiares) tales como:

EMPRESA	AREA
Gaby Disfraz	Gerente
PROQUINATO	Laboratorio
Particular	Gerente
Comercial JCEV	Contable/Ventas
Yambal	Ventas
Negocio Propio	Gerente/Contadora
Familiar	Gerente
INDUGLOB	Bodega
CG. Paute	Administración
DICONSUR	Producción
Unidad Educativa	Secretaria General
Fundación Mundo Nuevo	Pintura/Arte
Joyería Guillermo Vásquez	Publicidad y Diseño
Distribuidora Barrera	Ventas
AGROTA	Ventas/Recursos Humanos/Contabilidad
FINCAVIC	Veterinaria
ECUAQUIMICA	Auxiliar de Seguridad General
Estudiante	
Sabor de ZEN	Ventas
Óptica Nueva Visión	Asesoría
INTOP(Negocio Propio)	
Productos Consumo Masivo(Negocio Propio)	Gerente
Comercial RIVAS	Administración/Ventas
JAHER	Chofer/Ventas
E&A Brokers	Finanzas
Distribuidora Laura Narváez	Contable
PHARMACIS	Auxiliar de Farmacia
Productora NEXO	Marketing
Taller Artesanal	Gerente
Colegio Carlos Cueva Tamariz	Profesora

Colegio CEDFI	Profesora
MIDUVI	Saneamiento
Abacería CUATRO ESQUINAS	Gerente
AEROPUERTO MARISCAL LAMAR	Servicio al Cliente
Guardería MANCHITAS DE COLORES	Personal
Jubilada	
SG. Distribuciones	Gerente Propietario
Farmacia JUAN CARLOS	Gerente Propietario
El Mercurio	Contable
Clínica Humanitaria	Laboratorio
Banco de Guayaquil	Servicios/ Operaciones
Embotelladora AZUAY	Producción
MARCIMEX	Sistemas
Escuela Antonio Morales	Profesora
MEGAPAN	Empleado
Publicidad Gráfica	Diseño
Pinturas VHP	Jefe de Planta
Las Fragancias	Marcas
ENDULZARTE	Ventas
MACLON	Secretaria
Balnearios Durán	Auxiliar Contable
Editorial DON BOSCO	Impresión
RIOS ORTIZ de Comercio	Contable
GRAIMAN	Laboratorio

LUGAR DE NACIMIENTO	# PERSONAS	%
CUENCA	65	71
GUAYAQUIL	7	8
QUITO	4	4
OTROS LUGARES	16	17
TOTAL	92	100



De los 92 encuestados, el 71% nacieron en Cuenca, el 8% nacieron en Guayaquil, el 4% Quito, y el 17% nacieron en diferentes lugares tales como: San Isabel, Sigsig, Esmeraldas, Machala, Bellavista, Provincia de Bolívar, Loja, Provincia del Oro, y Chunchi. Países: Chile y Taiwán.

4.4 EXPECTATIVAS DE LOS SOCIOS

Una vez realizada la encuesta se pudo conocer las expectativas de las personas que asistieron a los seminarios las cuales se describe a continuación:

- Un 41% de participantes dijeron que la capacitación les sirvió de mucha ayuda para incrementar sus conocimientos que los aplicarán en las empresas que laboran y en los negocios que tienen.
- Un 37% mencionaron que tienen un proyecto a futuro en mente tales como: laboratorio, minimarket, restaurante, manufacturación de balanceados, servicios de nutrición, distribuidora de productos veterinarios, ferretería, joyería, servicios topográficos, empresa de publicidad, importadora de caracoles, pintura y serigrafía de camisetas, bazar, boutique, cyber, gerencia de publicidad y consultoría, repostería, asesoría contable, venta de ropa, repuestos de carros, venta de bisutería, lavandería, almacén de telas, imprenta y papelería, pero no cuentan aún con los recursos necesarios.
- El 14% de personas opinaron que luego de participar de la capacitación sus expectativas son mejorar su negocio existente.

- El 5% de los encuestados mencionaron que sus expectativas son: generar fuentes de trabajo, mantener estable su puesto, obtener y mejorar las herramientas de trabajo necesarias.
- Un 3% de los participantes no tienen aún expectativas a futuro.

Como se puede observar en el gráfico:

EXPECTATIVAS DE LOS SOCIOS	%
Negocio Propio	37
Mejorar su Negocio	14
Incrementar Conocimientos	41
Otros	5
Sin Expectativas	3
TOTAL	100

4.4.1 TEMAS NUEVOS DE ADMINISTRACIÓN A FORTALECER EN LOS SEMINARIOS.

A las personas encuestadas a más de que se dicten temas nuevos de Administración, les gustaría que se fortalezcan los temas ya dictados como son Tributación, Contabilidad, Marketing, Estrategias de Ventas, Comercio Exterior, Relaciones Interpersonales, Elaboración de Plan de Negocios, Diseño Grafico, Gestión Empresarial, Seguridad Industrial, Gestión Ambiental, Relaciones Públicas,

Auditoría, Finanzas Internacionales, Computación, Producción, PNL, NIIF, y algunos mencionaron que les gustaría conocer temas administrativos de actualidad.

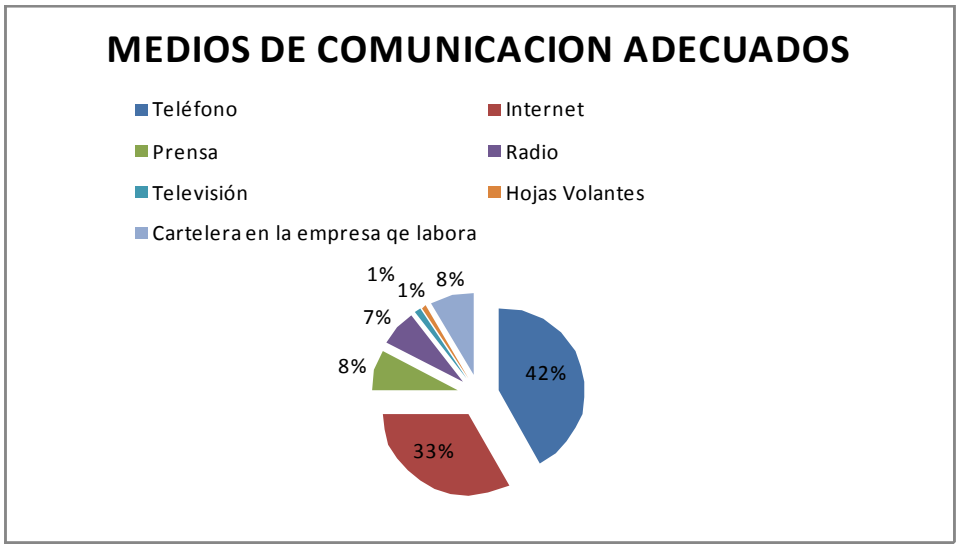
4.4.2 SUGERENCIAS PARA EL PROCESO DE CONVOCATORIA A SEMINARIOS.

Una vez encuestados los participantes indicaron que, en lo que se refiere al proceso de convocatoria a seminarios se encuentran conformes ya que lo califican como muy bueno el mismo que representa un 47% y mencionan que los medios con los cuales se llevó a cabo este proceso son los más adecuados como son el teléfono celular con un 42% y el internet con un 33% ya que les facilita una comunicación más rápida y precisa y la colocación de una cartelera en la empresa que laboran el 8%.

- Las sugerencias que plantean es que se envíe mensajes de texto a través del celular y mensajes por internet al facebook de todos los socios.
- Las llamadas deben realizarse en horas no laborables.
- Dar a conocer de una manera más clara el contenido de los temas a desarrollarse en los seminarios.

Para conocer el medio de comunicación más adecuado se tomó las siguientes opciones como se presentan los resultados a continuación en el gráfico:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN ADECUADOS	%
Teléfono	42
Internet	33
Prensa	8
Radio	7
Televisión	1
Hojas Volantes	1
Cartelera en la empresa que labora	8
TOTAL	100



Según el gráfico se observa que el medio de comunicación más adecuado de convocatoria a seminarios es por teléfono con un porcentaje de 42%, mientras que 33% opinan que se debe comunicar a través de internet, también un 8% opina que se debería comunicar mediante la prensa y la cartelera en la empresa que labora, el 7% dice que se debe realizar a través de la radio y finalmente el 1% opina que debería ser mediante la televisión y las hojas volantes.

4.5 RECOMENDACIONES DE LOS SOCIOS A CERCA DE LOS SEMINARIOS DICTADOS.

Las recomendaciones que dieron los participantes a cerca de los seminarios dictados son las siguientes:

- Se debería establecer horarios más flexibles en cada taller, representando un 33% del total de los encuestados.
- En un 13% los participantes recomiendan que los talleres sean más prácticos que teóricos.
- Profundización de temas tratando que los mismos sean más específicos y de actualidad, que representa un 13%.
- Un 13% del total de encuestados opinan que exista más puntualidad de los expositores, que los mismos tengan experiencia académica y práctica en

cada tema tratado para que les facilite mayor entendimiento a los participantes.

- El 7% recomiendan que el local en donde se dictan los seminarios en especial los días sábados debería ser reubicado ya que se encuentra alejado de la ciudad.
- Las recomendaciones de un 7% de los encuestados es que se debería realizar un análisis del nivel de educación de los participantes, también que se debería cumplir el horario de planificación de talleres y la agilidad en la entrega de certificados una vez culminado el seminario.
- Finalmente un 14% de personas no mencionan ninguna recomendación para este proceso de capacitación.

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

- Al concluir nuestro trabajo de investigación hemos podido conocer que un porcentaje pequeño de personas que asistieron a los seminarios si iniciaron un negocio propio, los mismos que son de tipo comercial.
- La mayor parte de asistentes no emprendieron un negocio propio ya que no cuentan con los recursos económicos, ya están laborando, están estudiando y algunos de ellos ya tenían un negocio
- Las personas que participaron de los talleres desarrollados manifiestan que los seminarios les sirvió para fortalecer e incrementar conocimientos.
- Los talleres sirvieron de mucha ayuda para fortalecer el desempeño de las personas en las áreas de ventas, producción, finanzas, contabilidad, recursos humanos, otros y de esta manera contribuir positivamente a la empresa.
- Un 4% de personas tomaron un crédito de la Cooperativa Multiempresarial para iniciar o fortalecer su empresa.
- En cuanto a la calidad de asesoría que recibieron en los seminarios la mayor parte de los asistentes se encuentran conformes en los siguientes aspectos: organización, temas tratados, expositor, comodidad, costo, horarios, invitaciones a taller.
- Según el Estudio demográfico el 64% de personas que asistieron son de sexo femenino, son personas que se encuentran en una edad promedio de 18 a 39 años de edad, la mayor parte son casados, poseen un nivel de educación superior y nacieron en la ciudad de Cuenca.
- Las expectativas de los socios en su gran mayoría es sobresalir en el mercado iniciando su propio negocio.
- A más que se adicione nuevos temas de administración, a los participantes les gustaría que se profundicen los temas ya tratados.
- Los participantes sugieren que las invitaciones y convocatorias a talleres se deben realizar a través de mensajes de texto al celular y al facebook.

- Las recomendaciones que se dan por parte de los socios es que exista mayor flexibilidad en los horarios ya que se debe considerar los horarios de trabajo, viajes entre otros.
- También recomiendan que los talleres deben ser más prácticos que teóricos.
- Se menciona que el lugar en donde se dictan los seminarios los días sábados no es el adecuado ya que está alejado de la ciudad.
- Finalmente se concluye que la mayor parte de personas que participaron en este proceso de capacitación felicitaron la labor de la Cooperativa ya que ayudan al fortalecimiento de las microempresas y a la creación de las mismas, dando la oportunidad a las personas para que puedan administrar sus propios negocios.

5.2 RECOMENDACIONES

- Recomendamos que se dicten temas según el nivel de educación de los participantes ya que muchas veces los contenidos son muy básicos para unos y complejos para otros.
- Se debe dar un seguimiento a los proyectos que los asistentes plantearon durante este proceso de capacitación.
- Se debe incrementar las horas de exposición de los talleres para ser tratados con mayor profundidad y de esta manera cubrir las inquietudes que se presenten en los espectadores.
- Profundización y desarrollo de nuevos temas administrativos de actualidad.
- Exigir mayor puntualidad tanto a los expositores como a los asistentes.
- Cumplir con el cronograma de taller establecido.
- Los certificados se deben entregar al finalizar cada seminario.
- Las invitaciones a los seminarios se recomienda realizarse en horas no laborables.
- Dar a conocer de una manera clara y precisa los contenidos de los temas a desarrollarse en cada taller.
- La Cooperativa Multiempresarial debería contar con un lugar fijo dentro de la ciudad para la mejor comodidad de los participantes.
- En los seminarios se debe dar a conocer la cartera de servicios y beneficios que ofrece la Cooperativa ya que algunas personas que asisten a los seminarios no son socios.

ANEXOS

5.3 ANEXOS

1. ASPECTOS LEGALES

ESTATUTOS DE LA CORPORACION INCUBADORA DE EMPRESAS DEL AUSTRO (INNPULSAR).

1.- DE LA CONSTITUCIÓN, DENOMINACIÓN Y DOMICILIO

Art. 1.- Constituyese con domicilio en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, República del Ecuador, la **Corporación Incubadora de Empresas del Austro**, como persona jurídica de derecho privado, 'independiente de la de sus miembros, sin fines de lucro, sujeta a las disposiciones del Titulo XXIX del Libro I del Código Civil y a las demás leyes, acuerdos, o resoluciones aplicables a este Estatuto y sus Reglamentos Internos.

Art. 2.- La Corporación Incubadora de Empresas del Austro, es una institución de carácter permanente, de duración indefinida y podrá disolverse por las causas y formas establecidas en la Ley y en el presente Estatuto.

2.- DE LOS OBJETIVOS Y FINES ESPECIFICOS DE LA CORPORACION

OBJETIVOS GENERALES

Art. 3.- Son objetivos de la Corporación:

Promover el desarrollo de los emprendimientos en marcha o a iniciarse, mediante asesoramiento técnico y gerencial, apoyo para el acceso preferente a financiamiento, redes de información, sistemas de capacitación, infraestructura física, fomentando una cultura emprendedora;

Generar un entorno propicio para la creación de nuevos negocios a través de un proceso dinámico de desarrollo de compañías innovadoras y consolidando proyectos empresariales que fortalezcan el tejido productivo local y regional. Los emprendimientos obedecerán preferiblemente a la demanda existente en mercados ubicados por la propia incubadora o por terceros;

Crear y sostener un espacio de contacto entre la academia, representada por las universidades, escuelas politécnicas e institutos superiores técnicos y el sector productivo en la búsqueda de soluciones integrales en las áreas de docencia, investigación y desarrollo;

Apoyar o ejecutar la investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios, en función de las necesidades prioritarias de la región procurando alcanzar efectos multiplicadores, de alto impacto social, mediante la formación de una base sostenida de empresas incubadas que al término de su entrenamiento se constituyan en negocios financieramente viables y generadores de importantes plazas de empleo y fomentar el espíritu emprendedor en la región.

FINES ESPECIFICOS

Art. 4.- Son fines específicos de la Corporación:

1. Dotar al emprendedor de servicios especializados a fin de garantizar el éxito de la futura empresa.

2. Apoyar y fomentar procesos de estandarización de productos, enfocándose en la calidad, reducción de costos y normalización de los insumos;

3. Apoyar el mejoramiento de la calidad de la educación superior, buscando la actualización de la oferta académica y sus pensums, fomentando el espíritu emprendedor de los educandos, proveyéndoles de habilidades prácticas para planear y poner en marcha un proyecto productivo;

4. Apoyar el desarrollo y uso de tecnología, insumos y procesos para las empresas productivas de la región, potenciando las industrias existentes;

5. Dotar a la región de encadenamientos productivos o "clusters" competitivos y sostenibles que aprovechen los recursos existentes;

6. Facilitar la creación y consolidación dé empresas que apliquen la innovación como factor diferenciador en la producción de bienes y servicios comercializables y competitivos, de tal manera que se incremente el valor agregado generado en la región.
7. Promover la transferencia de conocimientos de vanguardia en diferentes ramas del saber humano y tecnología de punta aplicables al desarrollo empresarial a fin de que los emprendimientos sean rentables y generadores de empleo;

8. Generar sinergias y alianzas estratégicas con personas naturales o jurídicas, otras incubadoras, entidades, u organizaciones que permitan el funcionamiento de redes de apoyo y cooperación en el ámbito nacional e internacional; y,

9. Fomentar emprendimientos de base tecnológica.

Art. 5.- La Corporación Incubadora de Empresas del Austro podrá, para el cumplimiento de sus fines, adquirir, enajenar, arrendar y gravar bienes muebles e inmuebles; obtener préstamos de uso o de consumo; suscribir convenios de cooperación y asistencia técnica y financiera; efectuar inversiones; abrir sucursales dentro y fuera del país y cualesquiera otros que sean pertinentes.

Se le asigna a la Corporación, plena capacidad legal para todos los actos civiles, comerciales y de cualquier otra naturaleza, que fueren necesarios para el cumplimiento de sus fines.

Podrá invertir y formar parte de compañías que se encuentren legalmente constituidas o por constituirse.

3.- DE LOS MIEMBROS

Art. 6- La Corporación Incubadora de Empresas del Austro está integrada por las siguientes clases de miembros:
Fundadores, honorarios y miembros adherentes.

Art.7.- Son miembros fundadores aquellos que hubiesen firmado el Acta Constitutiva.

Art. 8.- Son miembros honorarios las personas e instituciones que se identifiquen con los fines de la Corporación y que sean designados como tales por la Junta General, por considerar que prestan o han prestado servicios relevantes en las áreas que cubre la Corporación.

Art. 9.- Miembros adherentes, la Corporación podrá contar con nuevos miembros, los mismos que luego de manifestar su voluntad de serlo, hayan sido aceptados por la Junta General o Directorio según el reglamento y realizado su aporte respectivo.

4.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS MIEMBROS

Art. 10.- Son derechos y obligaciones de los miembros:

1. Participar con voz en las sesiones de la Junta General y con voto en el caso de ser Fundadores o Adherentes;

2. Elegir y ser elegidos para las funciones directivas de la Corporación e integrar los Consejos y Comisiones permanentes y temporales;

3. Fijar un sistema proporcional de aportes, y entregar el aporte económico ordinario y extraordinario que fije la Junta General por mayoría;

4. Colaborar activamente para que se cumplan los fines generales y específicos de la Corporación;

5. Proponer y aceptar miembros honorarios;

6. Solicitar informes sobre el funcionamiento de la Corporación;

7. Cumplir lo establecido en los Estatutos y Reglamentos, así como los acuerdos de la Junta General en cuanto estén válidamente adoptados;

8. Garantizar la estabilidad y sostenibilidad de la Corporación, así como el de los proyectos en incubación.

9. Respetar la propiedad intelectual, confidencialidad y derechos de cada uno de los proyectos presentados; y,

10. Los demás que se determinen en los reglamentos o disposiciones internas.

5.- REGIMEN DISCIPLINARIO Y CAUSALES PARA LA PÉRDIDA DE CALIDAD DE MIEMBRO.

Art. 11.- En caso de que un miembro incurriera en, acciones u omisiones que afecten el patrimonio, el buen nombre, el prestigio de la Corporación, la Junta General procederá a sancionarlo de acuerdo al reglamento respectivo.

DE LA SEPARACION DE UN MIEMBRO *

Art. 12.- La condición de Miembro se perderá por las siguientes causas:

1. Renuncia voluntaria, comunicada por escrito por el representante legal;
2. Baja disciplinaria, ocasionada por el incumplimiento de las obligaciones exigidas para el funcionamiento de la Corporación, por acuerdo del pleno de la Junta Directiva adoptado por las tres cuartas partes de sus componentes, previa instrucción del expediente, y en el que se dará audiencia al interesado;

Art. 13.- El miembro que se separa no tiene derecho al reembolso económico de los aportes que haya realizado ni de indemnización alguna sobre bienes o servicios aportados a la Corporación, salvo que así se haya establecido previamente mediante convenio o contrato.

6.- REGIMEN DE SOLUCION DE CONTROVERSIAS

Art. 14.- Para la resolución de controversias se estará a lo dispuesto en las leyes respectivas, pudiendo someterse a métodos alternativos como la mediación y arbitraje.

7.- ESTRUCTURA Y ORGANIZACION INTERNA

Art. 15.- La Corporación Incubadora de Empresas del Austro, se gobierna de la siguiente manera:

1. Junta General;
2. Directorio; y
3. Gerencia.

DE LA JUNTA GENERAL

Art. 16.- La Junta General es el máximo organismo de la Corporación, está constituida por el representante legal de cada miembro o su delegado.

Art. 17.- Las sesiones de la Junta General son Ordinarias y Extraordinarias.

La Junta General Ordinaria se reúne una vez al año, en el transcurso del primer trimestre y en el domicilio de la Corporación.
La Convocatoria a la Junta General Ordinaria la efectuará el Presidente o quien hiciera sus veces, por lo menos con ocho días de anticipación a la fecha de la reunión.
La Junta General Extraordinaria sesionará cada vez que convoque el Presidente de la Junta, por su iniciativa o por pedido de la cuarta parte o más de sus miembros, para tratar asuntos específicos que obligatoriamente deberán constar en la convocatoria para así dar validez a la Junta. Excepcionalmente, si el Presidente no atendiera el pedido de convocatoria, el grupo podrá convocar directamente a Junta General haciendo constar nombres y firmas de los que convocan. La convocatoria se realizará por lo menos con dos días de anticipación a la fecha de la reunión.
Tanto para las Juntas Ordinarias como Extraordinarias las convocatorias a los miembros, serán realizadas a través de una citación personal entregada a cada miembro, adjuntado a la misma el correspondiente orden del día.

Art. 18.- Para que haya quórum en las reuniones de Junta General se requiere de la concurrencia de la mitad más uno de los miembros de la Corporación.
Si no hubiere quórum en la primera convocatoria, la Junta General se reunirá en segunda convocatoria, con los miembros que se encuentren presentes, una hora

después de la señalada para la primera convocatoria, de conformidad con el presente Estatuto.

Art. 19.- La Junta General será dirigida por el Presidente y actuará como Secretario el Gerente, a falta de estos las personas que de conformidad con estos Estatutos les deben subrogar o las personas que designe la Junta.

Art. 20.-. Cada miembro activo tendrá derecho a un voto en la Junta. Los acuerdos y resoluciones de la Junta General serán tomados por la mayoría simple de votos de los asistentes, excepto cuando se requiera de otra mayoría. El Presidente de la Junta tendrá voto dirimente, de ser el caso.

Art. 21.- Las Resoluciones de la Junta General son obligatorias para todos los miembros, hayan estado o no presentes en la respectiva reunión.

Art. 22.- Son atribuciones y deberes de la Junta General:

1. Controlar el cumplimiento de los fines de la Corporación;
2. Conocer y resolver sobre los informes del Gerente, el Balance General, el Estado de Resultados, el Presupuesto, el Plan Estratégico para el respectivo ejercicio económico, así como sobre los aspectos propios de la Corporación.
3. Elegir la Directiva de la Corporación y el Comisario;
4. Conocer y resolver sobre la separación de los miembros;
5. Remover de sus funciones por causas debidamente justificadas al Gerente y a los Vocales; y,
6. Las demás que se juzguen necesarias para la buena marcha de la corporación.

DEL PRESIDENTE DE LA CORPORACION.

Art. 23.- El Presidente de la Corporación será elegido por la Junta General, durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegido.

Art. 24.- Atribuciones y Deberes del Presidente.

1. Convocar y Presidir las sesiones de Junta General y Directorio;
2. Llevar a conocimiento de la Junta General, todos los asuntos que le fueren sometidos a su consideración y especialmente el informe del Gerente y el Directorio;
3. Vigilar y gestionar el cumplimiento de los fines de la Corporación;
4. Legalizar con su firma las Actas de la Junta General;
5. Subrogar al Gerente con todas sus atribuciones y deberes, en caso de falta, ausencia o impedimento; y,
6. Las demás contempladas en este: Estatuto y Reglamentos pertinentes.

DEL DIRECTORIO

Art. 25.- El Directorio está compuesto de la siguiente manera:

1. Por el Presidente de la Corporación;
2. Por cinco vocales elegidos de entre los miembros de la Corporación;
3. Por dos vocales representantes del Consejo Técnico-Académico.

El Gerente actuara como secretario sin derecho a voto.

Art. 26.- Los vocales serán elegidos para un período de dos años, pudiendo ser reelegidos.

Art. 27.- La Convocatoria a las sesiones ordinarias y extraordinarias del Directorio las efectuará el Gerente, con tres días de anticipación a la fecha de la reunión.

Art. 28.- El quórum para las sesiones de Directorio se lo determinará con la presencia de la mitad más uno de sus integrantes.

Art. 29.- Cada miembro tendrá derecho a voz y voto y las decisiones se tomarán por mayoría simple de los asistentes. El Presidente tendrá voto dirimente, de ser el caso.

Art. 30.- Las Resoluciones del Directorio se podrán apelar ante la Junta General en segunda y definitiva instancia.

Art. 31.- Son atribuciones y deberes del Directorio:

1. Cumplir con las políticas y programas de la Corporación, aprobados por la Junta General;

2. Nombrar al Gerente;
3. Analizar y aceptar los planes y presupuesto anual de trabajo, que serán presentados a la Junta General Ordinaria para su análisis y aprobación;
4. Sesionar ordinariamente, por lo menos una vez al mes;
5. Conocer el movimiento administrativo y financiero de la Corporación;
6. Nombrar a los miembros de los Consejos Técnico y Académico y dar los lineamientos generales;
7. Aprobar los criterios de selección de los proyectos a incubarse;
8. Las demás contempladas en este Estatuto y Reglamentos pertinentes.

Art. 32.- El Gerente ejercerá sus funciones para un periodo de dos años y sus deberes y atribuciones serán los siguientes:

1. Representar legal, judicial y extrajudicialmente a la Corporación en todas sus actividades y relaciones con los organismos nacionales e internacionales;
2. Convocar y redactar el Acta de las sesiones de Directorio;
3. Administrar la Corporación de conformidad con el Estatuto y Reglamentos;
4. Celebrar convenios y contratos, hasta el monto que le autorice el Directorio, necesarios para el cumplimiento de los fines de la Corporación;
5. Presentar cada año a la Junta General un informe de sus labores y poner en conocimiento el Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias;
6. Proponer al Directorio y Desarrollar Planes de Trabajo;
7. Gestionar con el Consejo Técnico-Académico el proceso de evaluación y selección de los emprendimientos presentados;
8. Hacer una evaluación constante del trabajo de las empresas incubadas y sugerir consultorías o asesorías;
9. Estimular y apoyar las actividades de capacitación de los recursos humanos de las empresas incubadas;
10. Estimular y apoyar la interacción de las empresas incubadas con el mercado nacional e internacional con vistas a la identificación de oportunidades de negocios;
11. Administrar los servicios ofrecidos en la sede de la Incubadora de Empresas;
12. Articular a la Incubadora de Empresas con una red de asesores y recursos externos;

13. Promover la presentación de proyectos a incubarse;

14. Promover mecanismos de inversión y de garantía, para las empresas incubadas;

15. Captar recursos para investigación, tecnología, desarrollo de proyectos y crecimiento de la Incubadora;

16. Disponer de los recursos necesarios para la conformación del Banco de Proyectos e Información; y,

17. Las demás contempladas en este Estatuto y Reglamentos pertinentes.

8.- CONSEJOS TÉCNICO Y ACADEMICO.

Art. 33.- El Directorio normará la constitución y funcionamiento del o de los Consejos Técnico y Académico, mediante reglamento.

9.- DEL PATRIMONIO Y REGIMEN ECONOMICO

Art. 34.- El patrimonio de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, estará compuesto por:

1. Aporte inicial realizado por los miembros fundadores o adherentes;
2. Aportes que recibiere de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras para el cumplimiento de sus fines;
3. Por los bienes muebles e inmuebles que adquiera o reciba en donación, herencia o legado;
4. Derechos que perciba como consecuencia de asesoramiento o servicios que preste a los incubados o a terceros;
5. Derechos de patentes, marcas, regalías, propiedad intelectual que se registren a su nombre;
6. Rentas o frutos de sus bienes patrimoniales; y,
7. Otros ingresos que recibiere por cualquier concepto.

10.- DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Art. 35- La Corporación Incubadora de Empresas del Austro, se disolverá por disposición de la Junta General, acordada en *dos sesiones* convocadas expresamente para el efecto y, previa recomendación del Directorio, por no cumplir sus finalidades.

Es causal de disolución el incumplir o desviar los fines para los cuales fue constituida la Corporación.

Los bienes de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro o el producto de los mismos, serán traspasados, una vez pagado el pasivo, a una institución sin fines de lucro que determine la Junta General.

DISPOSICION GENERAL

Art. 36.- La Corporación Incubadora de Empresas del Austro por su naturaleza y fines, no podrá involucrarse en cuestiones políticas o religiosas.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera. La Junta General Constitutiva de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, designará un directorio provisional y se le encarga al Secretario para que realice el trámite de aprobación de estos Estatuto ante el Ministerio de Industrias, Comercio Exterior, Pesca y Competitividad (MICIP).

Segunda. Dentro de los treinta días posteriores a la aprobación de los Estatutos el Directorio Provisional convocará a Junta General Extraordinaria para ratificar al Directorio Provisional o nombrar uno nuevo.

Tercera. En el plazo de sesenta días contados desde la aprobación del presente estatuto se procederá a la elaboración del Reglamento Interno de la Corporación.

Certificación:

El presente Estatuto de la Corporación Incubadora de Empresas del Austro, fue discutido y aprobados por votación unánime en dos sesiones celebradas los días diez de mayo y dos de julio del dos mil cuatro.

2. FORMATO DE CONTRATO PARA CONSULTOR INDIVIDUAL PARA LA CAPACITACIÓN A SOCIOS PARA ACCESO A MICROCREDITOS DE LA COOPERATIVA MULTIEMPRESARIAL, DENTRO DEL PROGRAMA FORTALECIMIENTO DE REDES LOCALES DE COOPETATIVAS DE AHORRO Y CREDITO.

Intervienen en la celebración del presente Contrato, por una parte la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur, en su calidad de Unidad Ejecutora del Proyecto ATN/ME-10264-EC, conjuntamente con la Cooperativa de Ahorro y Crédito MULTIEMPRESARIAL, a las que en este contrato se les denomina simplemente "las Entidades" , legalmente representadas por el Sr. Eco. Juan Pablo Guerra Galán en su calidad de Gerente General, con facultad y representación legal, judicial y extrajudicial; en compañía del Sr. Eco. Marco Augusto Zumba Lema, en su calidad de Coordinador del Proyecto; con facultad para contratar, avaluado por el Reglamento Operativo del Proyecto; el Sr. Hernán Borrero Arizaga, en la calidad de Gerente General de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL; Y, por otra parte el señor Ing. Com. Juan Francisco Cordero López, de nacionalidad Ecuatoriano, con cédula de identidad Nº.- 0102118247, por sus propios y personales derechos, a quien en adelante se le denominará "el Consultor", o el "Profesional", quienes convienen en celebrar este contrato de prestación de servicios de consultoría, contenido en las siguientes cláusulas:

Primera: definiciones

Los siguientes términos serán interpretados como se indica a continuación:

- Servicios de Consultoría son servicios profesionales de diversa índole tales como asesoría dictámenes de expertos y servicios relacionados con alguna ciencia, arte u oficio que requiera la aplicación del intelecto humano.

- "BID" es el Banco Interamericano de Desarrollo. Institución financiera multilateral de carácter regional, con sede en Washington DC de los Estados Unidos de Norte América.

FOMIN es el Fondo Multilateral de Inversiones.

- “La Entidad”, “Contratante” es la institución que requiere los servicios del Consultor.

- “Consultor”, “Consultor Individual”, “Experto”, es toda persona natural especializada en alguna ciencia, arte u oficio que ofrezca servicios de consultoría que requieren la aplicación del intelecto humano. El Consultor no adquiere la condición de empleado del BID; tampoco de la Entidad. Puede ser un experto nacional o internacional, dependiendo de si reside permanentemente en Ecuador o fuera de él.

- “Concurso” es el proceso que tiene por objeto seleccionar y contratar al Consultor.
- “Documentos Precontractuales”, “Bases”, son los documentos que contemplan las disposiciones para el proceso de selección y contratación del Consultor, los términos de referencia y las condiciones del contrato. Constituyen “La ley del concurso”.
- “Contrato” es el convenio celebrado entre la Entidad y el Consultor. Incluye las Bases, sus apéndices y todos los documentos incorporados a él por referencia.
- “Precio del contrato” es el precio pagadero al Consultor por la prestación de sus servicios.
- “Honorarios” es el pago por la prestación de los servicios realizados por el Consultor.

  Por la naturaleza del contrato, no admite relación de dependencia laboral alguna y por tanto reconocimiento de ningún beneficio de orden social.
- “Remuneración” incluye los honorarios y los gastos incurridos por la prestación de los servicios.

- “Programa” es aquel que se financia con los recursos del Préstamo o Cooperación Técnica.

- “Proyecto” es el objeto del contrato.

- “Financiamiento” se entenderá como los fondos financiados por el BID o el FOMIN.

- “Fuerza mayor” o “Caso Fortuito” es el imprevisto al que no es posible resistir, como un naufragio, terremoto, apresamiento de enemigos, los actos de autoridad ejercidos por un funcionario público, etc.

- “Plazo”, periodo en días calendario sucesivos, incluyendo sábados, domingos y feriados.

Segunda: antecedentes

El 23 de julio del 2007 se suscribió el Convenio de Cooperación Técnica no Reembolsable No. ATN/ME- 10264-EC ENTRE EL Banco Interamericano de Desarrollo BID y la Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Sur- UCACSUR con el objeto de financiar la ejecución del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Con comunicación No. Cec-4130/2008 del 2 de diciembre del 2008. El BID manifestó su conformidad a los justificativos y dio la No Objeción para que se realicen contrataciones directas en este tipo de consultorías.

Con comunicación No. CEC-472/2009 del 11 de febrero del 2009, el BID manifestó su conformidad a la selección del Consultor y al proyecto de contrato a ser suscrito.

Tercera: documentos que integran el contrato

Forman parte integrante del presente contrato los siguientes documentos:

- El nombramiento del Eco. Juan Pablo Guerra Galán como representante de la UCACSUR.

- El contrato de servicios profesionales del Eco. Marco Augusto Zumba Lema, donde se le faculta intervenir como representante legal de la UCACSUR dentro de estos contratos.

- El nombramiento del Sr. Ing. Hernán Borrero Arízaga, en calidad de Gerente General de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL.

- Los Términos de Referencia Incluidos en las Bases y/o acordados con el Profesional.

- El currículum vitae del Profesional y la(s) copia(s) de su(s) titulo(s) profesional(es). Oferta Económica.

- La carta de no objeción del BID al proceso de selección del Profesional y al proyecto de contrato.

- La Certificación de Elegibilidad, suscrita por el Consultor.
- La Certificación de disponibilidad de recursos.

Cuarta: objeto del contrato

Con los antecedentes mencionados, la Entidad contrata al Profesional, para que realice las actividades descritas en los Términos de Referencia y que resumidamente son:

- Promocionar Productos de Microcrédito, desarrollando en los participantes una actitud emprendedora y pro-negocios a través de una enseñanza de aprendizaje vivencial.
- Desarrollar destrezas y habilidades en los participantes para potenciar y/o fortalecer su espíritu emprendedor.
- Dictar las herramientas básicas para la formulación de un plan de negocios.
- Brindar asesoría personalizada a los emprendedores en temas de gestión empresarial de acuerdo a sus necesidades.

Quinta: ejecución del contrato y supervisión del contrato

Para el cumplimiento de sus obligaciones, el Consultor se compromete a desarrollar su trabajo en forma coordinada con el Gerente de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL, otros profesionales y personal de la Entidad.

La Supervisión de las actividades del Consultor estará a cargo de la máxima autoridad de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL o de su delegado designado para el efecto, a quién el Consultor debe reportar sobre el cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

Sexta: informes

Es obligación del Consultor presentar a las Entidades los informes señalados en los Términos de Referencia, con los ajustes acordados en la negociación, los mismos que forman parte del contrato.

El Consultor debe suministrar a las Entidades cualquier otro informe que razonablemente se le solicite en relación con el desarrollo de su trabajo, siendo también obligación del Consultor proporcionar las aclaraciones y/o ampliaciones que las Entidades estimen necesarias en cualquiera de los informes anteriormente indicados.

El plazo para solicitar las indicadas aclaraciones al Consultor es de 5 días, contados desde la presentación de los informes. De no solicitarlas en el plazo señalado, se entenderá que las Entidades, de manera puntual, la Cooperativa aprobó tales informes. A su vez, el Consultor tendrá un plazo de hasta 5 días para satisfacer las aclaraciones solicitadas. Sin embargo de lo indicado, el Informe Final necesariamente debe contar con la aprobación expresa y por escrito del BID.

Las opiniones y recomendaciones del Consultor no comprometen a las Entidades ni al Banco, que se reservan el derecho de aplicarlas o no.

Séptima: calidad y responsabilidad técnica de los servicios

El Consultor se compromete a prestar sus servicios de acuerdo con las normas más elevadas de competencia e integridad ética, moral y profesional, aplicando en forma eficiente y efectiva sus conocimientos y experiencia y utilizando los métodos y procedimientos más convenientes para el logro del objeto del contrato.

Asimismo, el Consultor reconoce su responsabilidad profesional directa ante la Entidad por la utilización y aplicación de métodos, procedimientos o elementos que fuesen de propiedad de terceros, así como por casos de negligencia, error u omisión en el desempeño de sus actividades, liberando a la Entidad de cualquier acción judicial o extrajudicial por estos conceptos.

Octava: prohibiciones de participar en licitaciones o concursos

El Consultor no podrá participar en licitaciones o concursos para la ejecución del Programa relativo a estos servicios ni para la provisión de equipos o materiales que pudieren necesitarse para o como consecuencia de sus servicios de consultoría.

Novena: duración del contrato

Los servicios de consultoría serán ejecutados de acuerdo con el cronograma de actividades acordado en el plazo total de 16 meses calendarios, a partir de la fecha

de vigencia del contrato, o durante cualquier otro periodo que las partes pudieran convenir posteriormente.

Decima: prorrogas y modificaciones

10.1 Prorrogas

Previa conformidad del BID, se podrá prorrogar el contrato del Consultor siempre y cuando se cumplan con los siguientes requisitos:

a) La prorroga sea consistente con los objetivos de la operación;
b) La evaluación del desempeño del Consultor hasta la fecha sea satisfactoria
c) Que el contrato no se haya vencido
d) Para los contratos por productos, por suma global alzada (valor total fijo), la eventual prórroga no implica incremento alguno de costos.

La prórroga del contrato se debe tramitar siguiendo los mismos procedimientos del contrato original, contando con:

a) La justificación detallada de la necesidad de extensión y la evaluación del grado de progreso del contrato.
b) Los términos de Referencia y cronograma para las actividades prorrogadas
c) La aprobación previa del BID al proyecto del Addendum al Contrato principal y
d) Finalmente, la suscripción de Addendum.

10.2 Modificaciones

En caso de requerirse modificar los términos de referencia o las condiciones de prestación de los servicios de consultoría, la tramitación de las modificaciones se deben observar los mismos procedimientos descritos en 10.1.

Decima Primera: lugar de prestación de los servicios

El Consultor realizará sus actividades, con sede en la ciudad de Cuenca de manera puntual en el lugar donde funcionan las oficinas de la cooperativa de ahorro y crédito MULTIEMPRESARIAL. Sin embargo, de ser necesario, en razón de los servicios objeto del contrato, podrá movilizarse a otras ciudades del país, que se encuentren dentro de la incidencia, contexto de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL.

Decima Segunda: valor del contrato y moneda de pago

El valor del contrato asciende a la suma total fija de ocho mil cuatrocientos dólares con 00/100, (US$ 8400,00), IVA excluido.

Todos los pagos se realizarán en US dólares.

Decima Tercera: forma de pago

El valor del contrato se pagará al Consultor de la siguiente manera:

- El 85% del valor proporcional por cada taller, ósea la cantidad de trescientos cincuenta y siete dólares ($357,00), se cancelará luego de la entrega y aceptación por las Entidades de los respectivos informes correspondientes a cada uno de los talleres ejecutados, tal cual describe los términos de referencia; valores que si corresponden a la contraparte de fondos FOMIN, serán reintegrados previa justificación; mediante una transferencia interbancaria a la cuenta que la COAC nos indique.
- El 15%, ósea la cantidad de mil doscientos sesenta dólares ($ 1260,00), como pago final dentro de los 5 días siguientes a la fecha de aprobación del informe final por parte del BID, considerándose esta aprobación como Entrega Definitiva de las obligaciones del Contrato; valores que si corresponden a la contraparte de fondos FOMIN, serán reintegrados previa justificación; mediante una transferencia interbancaria a la cuenta que la COAC nos indique.

Decima cuarta: multas

En caso de que el Consultor demore injustificadamente la entrega de los Informes (productos) contractualmente pactados, por su incumplimiento pagará a las Entidades en calidad de multa por cada día de retraso el dos por mil del (0,2%o) valor del producto; y por la demora injustificada de la entrega del Informe Final, la multa diaria del dos por mil (0,2%o) del valor del contrato. Las multas serán descontadas por la Entidad de los valores por pagar y una vez aplicadas no serán

revisadas ni devueltas. Si las multas acumuladas superan en el cinco por ciento (5%) la Entidad podrá declarar la terminación unilateral y anticipada del contrato.

Decima Quinta: impuestos, contribuciones, retenciones, garantías

15.1 Impuestos

El Consultor se obliga a pagar todos los impuestos, contribuciones y derechos que le fueren aplicables de acuerdo con las leyes ecuatorianas. De conformidad con la Ley, la Cooperativa actuará como agente de retención, en cumplimiento de la Ley Tributaria vigente.

15.2 Fondo de Consultoría

NO APLICA

15.3 Retenciones en concepto de Garantías

En concepto de garantías, se constituirá el último pago, el mismo que estará sujeto a la aceptación del informe final por parte de las Entidades y del BID; así como la garantía entregada contra la entrega del anticipo, y por el fiel cumplimiento del contrato, mismas que deberán tener vigencia hasta la aceptación del informe final de parte de las Entidades y del BID.

Estas retenciones constituirán el régimen de garantías aplicables al contrato del Consultor; que permitirán asegurar el correcto cumplimiento del contrato.

Decima Sexta: viáticos y gastos de viaje

Los viáticos y gastos de viajes nacionales, de ser necesarios; serán considerados bajo la normativa interna que por este concepto mantiene la cooperativa contratante, por lo que corresponde a estos conceptos.

Decima Séptima: apoyo logístico

Se estará a lo dispuesto en los Términos de Referencia, que forman parte del contrato.

Decima Octava: terminación anticipada del contrato

En caso de incumplimiento del contrato imputable al Consultor, éste dispondrá de 7 días contados a partir de la notificación de parte de las Entidades para justificar o enmendar el incumplimiento de cualquiera de las estipulaciones contractuales. Si no lo hiciste, o no justificare o enmendare adecuadamente el incumplimiento, la Entidad declarará anticipada y unilateralmente terminado el contrato.

Será también causa para que las Entidades procedan a declarar la terminación anticipada y unilateral del contrato, cuando el Consultor incurriere en prácticas corruptivas (soborno, extorsión o coerción, fraude, colusión), desmerezca en el concepto público o resulte sancionado por tribunales de justicia con privación de libertad por delito grave. Cuando el contrato termine por las causas indicadas en éste párrafo, el Consultor perderá el derecho de percibir los pagos por los trabajos no realizados, así como el porcentaje de sus pagos que le tenga retenidos las Entidades de acuerdo a lo dispuesto en la cláusula Décima Tercera. En caso de haberse causado perjuicio a las Entidades, el Consultor estará sujeto a las acciones legales que correspondan, además de asumir la responsabilidad total por daños y perjuicios causados.

El incumplimiento de las Entidades respecto a sus obligaciones, que afecte de manera importante al desarrollo del trabajo del Consultor, le da derecho a éste a demandar la terminación del contrato con indemnización de daños y perjuicios.

Cuando el contrato termine de mutuo acuerdo, el convenio correspondiente deberá tramitarse legalmente y contendrá el tratamiento de todos los aspectos relacionados con la liquidación contractual. Previamente a su celebración, se requerirá el pronunciamiento del BID (si aplica revisión ex ante). La terminación por mutuo acuerdo no implicará renuncia a derechos causados o adquiridos a favor de las Entidades o del Consultor. Las Entidades no podrán celebrar con el mismo Consultor contrato posterior que contemple el mismo objeto.

Para el caso de terminación de mutuo acuerdo, el Consultor se compromete a presentar los informes que eventualmente estén pendientes de entrega, así como a

elaborar y presentar un informe final en el que dé cuenta de las actividades realizadas y resultados obtenidos. La presentación de los informes periódicos o de alguna de las fases que puedan estar pendientes y del informe final antes mencionado, a entera satisfacción de las Entidades y del BID (si aplica revisión ex ante), será condición indispensable para cancelar los pagos a que tenga derecho el Consultor, incluyendo las sumas que tenga retenidas, desde el momento que se haya invocado las causas para la terminación anticipada del contrato. Consecuentemente, las Entidades a partir de tal fecha, suspenderá cualquier pago que adeude al Consultor hasta tanto éste presente los informes a que esté obligado y los mismos hayan sido aprobados por la Entidad y el informe final también por el BID (si aplica revisión ex ante).

En todo caso de terminación, el Consultor deberá devolver a las Entidades todo el material que se le hubiere entregado para la realización de su trabajo y todos los documentos que hubiese producido hasta la fecha de terminación; y, las Entidades, por su parte, reembolsarán al Consultor todas las cantidades a que éste tenga derecho bajo el presente Contrato, pero sólo hasta el día efectivo de cancelación o terminación anticipada.

Decima Novena: propiedad y confidencialidad de los documentos

Todos los informes y documentos que resulten del trabajo del Consultor serán de propiedad exclusiva de las Entidades y, por otra parte, toda información obtenida por el Consultor dentro del cumplimiento de sus obligaciones, así como sus informes y toda clase de documentos que se produzcan relacionados con la ejecución de sus labores serán considerados confidenciales, no pudiendo ser divulgados sin autorización expresa por escrito de la Entidad.

Vigésima: ausencia de incompatibilidades

Las Entidades y el Consultor declaran que no existe ninguna condición o circunstancia que sea incompatible con la celebración del presente contrato.

Vigésima Primera: participación del BID

Queda formalmente establecido que el BID no es parte del presente contrato y que por lo tanto no asumirá responsabilidad alguna con respecto al mismo.

Vigésima Segunda: solución de controversias

Negociaciones directas: Las Entidades y el Consultor harán todo lo posible para resolver las controversias que surjan en virtud del contrato o en relación con él, en forma amistosa, de buena fe, mediante negociaciones directas informales y agotando todas las instancias.

Arbitraje: De no existir entendimiento después de diez (10) días desde el inicio de las negociaciones directas (condición que se entenderá cumplida cuando una de las partes rechace por escrito la reclamación de la otra), las partes acuerdan someter las controversias al procedimiento de arbitraje en derecho y al Centro Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de la ciudad de Cuenca, de conformidad con el procedimiento previsto en la Ley de Arbitraje y Mediación y al reglamento de dicho centro.

Renuncia a la Jurisdicción Ordinaria: Las partes libre y voluntariamente resuelven renunciar a la jurisdicción ordinaria, para llevar a cabo el Arbitraje en derecho aquí pactado. Por tanto, se

Vigésima Tercera: cesión del contrato y subcontratos

El contrato es intransferible y no podrá cederse a terceras personas total o parcialmente. Previa autorización de las Entidades, el Consultor puede subcontratar con terceros ciertas actividades de apoyo. Las Entidades no asumen ninguna responsabilidad con los subcontratistas.

Vigésima Cuarta: notificaciones

A los efectos de cualquier aviso o notificación que las pates deban dirigirse en virtud del presente Contrato, el mismo se efectuará por escrito y se considerará dado, entregado o realizado desde el momento en que el documento correspondiente se entregue al destinatario en su respectiva dirección. Entidades: UCACSUR, INNPULSAR,COPERATIVA MULTIEMPRESARIAL.

Cualquier cambio de dirección deberá ser notificado por escrito a la otra parte para que surta sus efectos legales; de lo contrario tendrán validez los avisos efectuados a las direcciones antes indicadas.

Vigésima Quinta: vigencia del contrato

El presente Contrato entra en vigencia a partir de su suscripción.

Vigésima Sexta: aceptación

Las partes aceptan el contenido de todas y cada una de las Cláusulas del presente Contrato y en consecuencia se comprometen a cumplirlas en toda su extensión, en fe de lo cual y para los fines legales correspondientes, lo firman en tres ejemplares del mismo tenor y efecto, en la ciudad de Cuenca a los 16 días del mes de Febrero del 2009.

Sección 3

Términos de referencia para selección de consultor individual para la capacitación a socios para el acceso a microcréditos de la Cooperativa Multiempresarial, dentro del programa de fortalecimiento de redes locales de cooperativas de Ahorro y Crédito.

3.1 Perfil del Consultor Requerido

d) Profesional con título universitario en Economía, Ingeniería en Administración de Empresas, Sociólogo o ramas afines.

e) Experiencia General de por lo menos 5 años, contados a partir de la fecha de graduación correspondiente al primer título profesional obtenido.

f) Experiencia especifica d por lo menos 4 años correspondiente a la prestación de servicios de consultoría en programas vinculados a cooperativas de ahorro y crédito o por lo menos estén destinados a instituciones que están dentro del sistema financiero o afines.

3.2 Objetivo de los servicios de consultoría:

- Promocionar el Producto CREDI FAMILIA (Microcréditos) desarrollando en los participantes una actitud emprendedora y pro-negocios a través de una enseñanza de aprendizaje vivencial.
- Desarrollar destrezas y habilidades en los participantes para potenciar y/o fortalecer su espíritu emprendedor.
- Dictar las herramientas básicas para la formulación de un plan de negocios.
- Brindar asesoría personalizada a los emprendedores en temas de gestión empresarial de acuerdo a sus necesidades.

3.3 Producto(s) esperado(s) e Informes Se espera que la consultoría deje como resultado:

Realización de 20 talleres, los cuales se estarán realizando bajo el siguiente cronograma de fechas:

En el año 2009: Marzo 7, Marzo 28, Abril 18, Mayo 16, Junio 20, Julio 18, Sept 12, Sept 26, Oct. 17, Nov. 17, Nov. 28 y Dic. 12.

En el año 2010: Enero 16, Feb. 20, Marzo 27, Abril 17, Mayo 8, Mayo 22, y junio 19.

La carga horaria para estos talleres será aplicada de la siguiente manera, 16 horas por cada taller; de las cuales 6 horas teóricas y 10 horas de asesoría técnica personalizada.

Las fechas para el acompañamiento técnico es variable de acuerdo al horario que necesite el solicitante del Microcrédito.

Cada taller deberá tener como mínimo 20 personas como asistentes.

Con la realización de estos talleres se espera motivar al socio y su familia para que emprenda en un negocio propio con el siguiente contenido:

b) Espíritu Emprendedor:

-Principales características del perfil emprendedor.

-Creatividad e innovación.

b) Generación de Empresas

-Plan de negocios: de la idea al emprendimiento.

c) Asesoría Técnica:

- Acompañamiento técnico para las ideas de emprendimiento a través de un plan de asesoría personalizada por el consultor.

d) Metodología:

El taller se basa en un enfoque activo participativo, donde se involucra a los /las participantes en experiencias significativas que promuevan cambios en sus competencias a nivel afectivo, cognitivo, conductual y actitudinal. La metodología

promueve la construcción de conocimientos de las propias experiencias, esto con el uso de las siguientes herramientas:

-Role Playing
-Técnicas de Coaching
-Evaluaciones
-Estudio de casos
-Dinámicas grupales
-Psicodramas
-Estrategias creativas
-Fichas de diseño y planes de acción.

En torno al manejo e informes mismos que serán presentados a los Representantes de la COAC ULTIEMPRESARIAL, quienes luego de revisarlos, en un término de no más de cinco días; remitirá por intermedio del Coordinador al BID para su aprobación, mismos que se entregarán de la manera siguiente:

a) Un informe inicial dentro de los primeros cinco días de la firma del contrato, en el cual debe incluir el plan de trabajo que describa el ámbito de las labores que realizará, con su correspondiente cronograma de ejecución.

b) Un informe al final de cada taller donde referenciara los resultados de la capacitación; el número de asistentes, acompañada de las copias respetivas de las listas de asistencia; a partir del informe del segundo taller deberá también adjuntar el número de horas de asesoría personalizada así como el número de personas que han tenido esta asesoría; informe que deberá primeramente ser abalizado por el gerente de la COAC Multiempresarial, y luego remitido al Coordinador del Proyecto.

c) Un informe consolidado al final del proyecto, cumplido el plazo del contrato; al mismo que adjuntará los productos acompañados con las aprobaciones emitidas por los representantes de la COAC; mismo que referenciara: el número total de personas capacitadas, número total de horas asesoradas, número de capacitaciones realizadas.

d) Informes adicionales que en caso fortuito se pudieran en el desarrollo del proyecto.

e) El informe final deberá ser presentado a mas tardar dentro de los cinco días siguientes a la fecha de terminación del contrato el cual contendrá una relación de los trabajos realizados y los logros alcanzados, incluyendo en el mismo las recomendaciones especificas que fueren del caso. La aprobación de este informe por la COAC, la Unidad Ejecutora del Proyecto y el BID, de manera simultánea; será condición previa indispensable para que la COAC entregue al consultor el pago final.

f) Los informes a ser presentados, deben de indicar el cumplimiento de los trabajos, el estado del cumplimiento del cronograma, las causas de los posibles atrasos, en caso de haberse dado y las medidas correctivas que se aplicaron para recuperarlos, las condiciones del trabajo.

3.4 Información y facilidades que brindará la Entidad (Apoyo logístico)

La cooperativa MULTIEMPRESARIAL dotará de las facilidades necesarias al consultor para llevar a buen término su trabajo, de manera puntual será la responsable de la conformación de los grupos de los socios asistentes de acuerdo a las fechas establecidas.

El consultor del proyecto estará en continuo contacto con la gerencia de la Cooperativa de ahorro y crédito MULTIEMPRESARIAL, quien directamente supervisara y someterá a la aprobación de los trabajos realizados, para luego remitir al Coordinador del Proyecto, quien convalidara dicha información y remitirá al banco para la aprobación de cumplimento del respectivo contrato**.**

3.5 Equipos y Programas Especiales del consultor

Para la coordinación del proyecto en mención, no requiere de la entrega de equipos y programas por parte del consultor.

3.6 Duración de los trabajos

La elaboración de este plan de Capacitación dirigido a los socios de la COAC MUTIEMPRESARIAL se prevé realizarlo por un lado, en máximo de 20 días efectivos de trabajo, distribuidos en un día por cada taller presencial; por otro lado 10 horas de asistencia personalizada que se brinde a cada socio asistente a estos talleres. De esta manera la ejecución del total de este programa de capacitación no sobrepasara los 16 meses calendarios, a partir de la firma del contrato.

Si la entrega del proyecto debiera prolongarse más allá de este tiempo previsto las partes negociarán un mecanismo legal facultativo para estos casos, encuadrado en la normativa aplicada en el país.

3.7 Aspectos generales de la metodología de trabajo

La metodología de trabajo estará en base de las normas y principios internos que para este tipo de relación y proyectos mantienen la COAC, la UCACSUR y el BID.

3.8 Fondo disponible para la consultoría

El fondo total máximo disponible para la ejecución de estos servicios de Consultoría es de ocho mil cuatrocientos dólares, (US$ 8.400,00) IVA excluido.

OBJETO DEL CONVENIO.

Con los antecedentes mencionados, la Entidad contrata al Profesional, para que realice las actividades descritas en los Términos de Referencia y que resumidamente son:

- Promocionar Productos de Microcrédito, desarrollando en los participantes una actitud emprendedora y pro-negocios a través de una enseñanza de aprendizaje vivencial.
- Desarrollar destrezas y habilidades en los participantes para potenciar y/o fortalecer su espíritu emprendedor.
- Dictar las herramientas básicas para la formulación de un plan de negocios.

Brindar asesoría personalizada a los emprendedores en temas de gestión empresarial de acuerdo a sus necesidades.

DESARROLLO DEL CONVENIO.

Para el cumplimiento de sus obligaciones, el Consultor se compromete a desarrollar su trabajo en forma coordinada con el Gerente de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL, otros profesionales y personal de la Entidad.

La Supervisión de las actividades del Consultor estará a cargo de la máxima autoridad de la Cooperativa MULTIEMPRESARIAL o de su delegado designado para el efecto, a quién el Consultor debe reportar sobre el cumplimiento de sus obligaciones contractuales.

Informes

Es obligación del Consultor presentar a las Entidades los informes señalados en los Términos de Referencia, con los ajustes acordados en la negociación, los mismos que forman parte del contrato.

El Consultor debe suministrar a las Entidades cualquier otro informe que razonablemente se le solicite en relación con el desarrollo de su trabajo, siendo también obligación del Consultor proporcionar las aclaraciones y/o ampliaciones que las Entidades estimen necesarias en cualquiera de los informes anteriormente indicados.

El plazo para solicitar las indicadas aclaraciones al Consultor es de 5 días, contados desde la presentación de los informes. De no solicitarlas en el plazo señalado, se entenderá que las Entidades, de manera puntual, la Cooperativa aprobó tales informes. A su vez, el Consultor tendrá un plazo de hasta 5 días para satisfacer las aclaraciones solicitadas. Sin embargo de lo indicado, el Informe Final necesariamente debe contar con la aprobación expresa y por escrito del BID.

Las opiniones y recomendaciones del Consultor no comprometen a las Entidades ni al Banco, que se reservan el derecho de aplicarlas o no.

Calidad y Responsabilidad Técnica de los servicios

El Consultor se compromete a prestar sus servicios de acuerdo con las normas más elevadas de competencia e integridad ética, moral y profesional, aplicando en forma eficiente y efectiva sus conocimientos y experiencia y utilizando los métodos y procedimientos más convenientes para el logro del objeto del contrato.

Asimismo, el Consultor reconoce su responsabilidad profesional directa ante la Entidad por la utilización y aplicación de métodos, procedimientos o elementos que fuesen de propiedad de terceros, así como por casos de negligencia, error u omisión en el desempeño de sus actividades, liberando a la Entidad de cualquier acción judicial o extrajudicial por estos conceptos.

Prohibiciones de participar en licitaciones o concursos

El Consultor no podrá participar en licitaciones o concursos para la ejecución del Programa relativo a estos servicios ni para la provisión de equipos o materiales que pudieren necesitarse para o como consecuencia de sus servicios de consultoría.

Duración del contrato

Los servicios de consultoría serán ejecutados de acuerdo con el cronograma de actividades acordado en el plazo total de 16 meses calendarios, a partir de la fecha de vigencia del contrato, o durante cualquier otro periodo que las partes pudieran convenir posteriormente.

3. MODELO DE LA ENCUESTA

Reciba un cordial saludo, somos egresadas de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad de Cuenca, estamos realizando un estudio para conocer el Impacto que tuvo el Proceso de Capacitación a los socios de la "Cooperativa de Ahorro y Crédito Multiempresarial" llevado a cabo por INNPULSAR. Permítame por favor hacerle unas preguntas.

DATOS PERSONALES:

Sexo: M☐ ☐ F **Estad☐Civi☐** ☐C ☐ ☐
S UL DV V

Edad: menos de 18 ☐
18 39 ☐
40 49 ☐
50 65 ☐
Más de 65 ☐

Nivel de Educación: Primario ☐
Secundario ☐
Nivel Tecnológico ☐
Universidad (estudiando) ☐
Universidad (egresado/graduado) ☐
Post Grado ☐

Lugar de Nacimiento.....

Nombre de la empresa y área en la que labora.....

1.- Califique usted la calidad que recibió en la capacitación y asesoría brindada.

ASPECTOS	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Organización					
Temas Tratados					
Expositor					
Comodidad					
Costo					
Horarios					
Invitaciones a taller					

2.- Señale una de las alternativas. Los talleres dictados le sirvieron para:

2.1 Iniciar su propio negocio ☐ SI Nombre del negocio……

Tipo de negocio: ☐ Agropecuario ☐ Industria ☐ Comercio ☐ Servicio

☐ NO ¿Por qué?.....

2.2 Fortalecer su empresa. ☐ SI Indique en que área:

Producción	Ventas	Finanzas	Contabilidad	R. Humanos	Otros

Comentario de la forma que fortaleció esa área
……
……
……
……..
……
……..

NO ☐

3.- Usted tomo un crédito de la Cooperativa para poner en práctica sus conocimientos (Crear o Fortalecer una empresa).

SI ☐

NO ☐ ¿Le interesaría tomar un crédito en el fu☐o? SI ☐ NO

En caso de ser su respuesta **afirmativa** conteste una de las alternativas, el crédito lo tomo para:

Iniciar su negocio propio ☐
Mejorar su negocio en: Compra de Activos F☐s
Infraestructura ☐
Personal ☐
Capital de Trabajo ☐
Materia prima ☐
Otros ☐

4.- ¿Le gustaría participar en otros seminarios?
SI ☐
Indique que temas de administración empresarial se deben fortalecer en los seminarios.
……
……
NO ☐

5.- Señale sus expectativas a futuro luego de haber participado de la capacitación.
……
……
5.1. Piensa en el futuro crear su propia empresa
SI ☐ Que tipo de negocio……
NO ☐

6.- Califique usted el proceso de invitación a los seminarios.

Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente

7.- ¿Qué medios de comunicación cree que es el adecuado para el proceso de convocatoria a seminarios?

Teléfono ☐ ☐
Televisión ☐ ☐
Internet ☐ Hojas volantes ☐
Prensa ☐ Cartelera en la empresa que labora
Radio

8.- ¿Qué recomendaciones daría usted para mejorar el proceso de capacitación?

……
……

9.- ¿Está de acuerdo con el número de horas realizadas en los talleres?

SI ☐ N☐
¿Porque?.....

10.- ¿Es usted socio de la Cooperativa Multiempresarial?

SI☐ ☐NO

4. TABULACION DE LAS ENCUESTAS

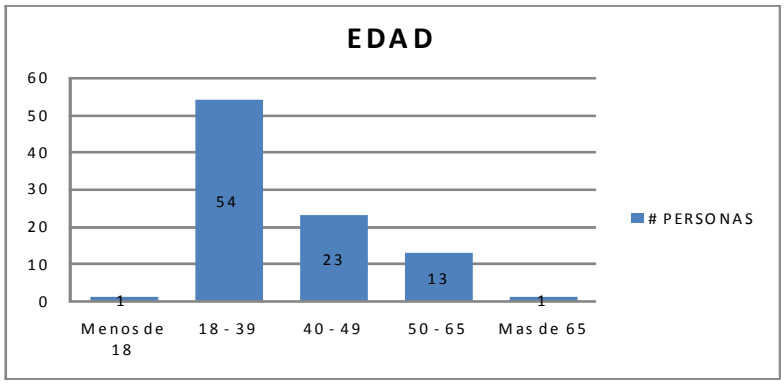
DATOS PERSONALES:

SEXO	# PERSONAS	%
Masculino	33	36
Femenino	59	64
TOTAL	92	100%

INTERPRETACION.

De las 92 personas encuestas que asistieron a los seminarios, el 64% corresponden al sexo femenino, mientras que el 36% corresponde al sexo masculino.

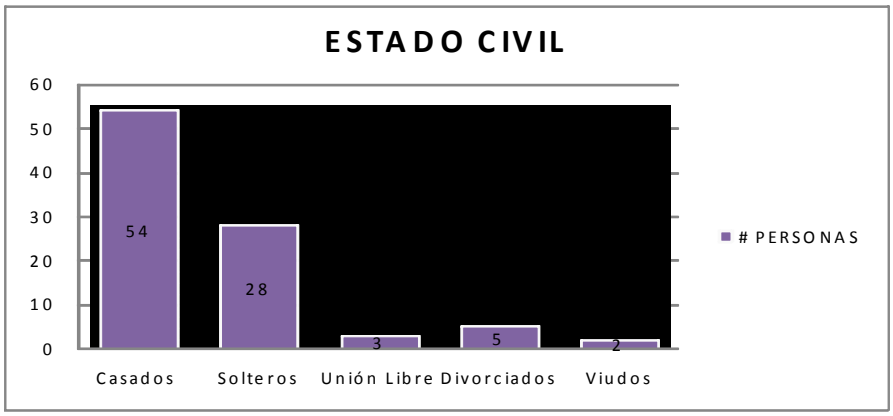
EDAD	# PERSONAS	%
Menos de 18	1	1
18 – 39	54	59
40 – 49	23	25
50 – 65	13	14
Más de 65	1	1
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

Del total de participantes encuestados, el 59% corresponde a una edad de 18 a 39 años, el 25% corresponde a una edad de 40 a 49 años, el 14% corresponde a una edad de 50 a 65 años, un 1% corresponde a personas menores a 18 años y el otro 1% corresponde a personas mayores a 65 años.

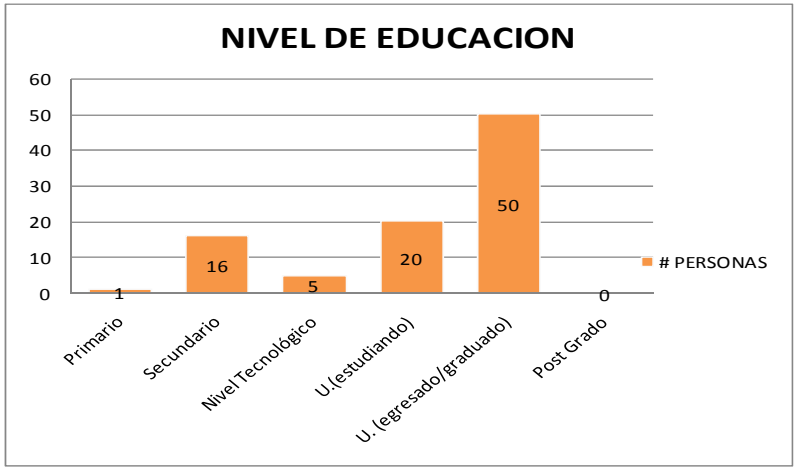
ESTADO CIVIL	# PERSONAS	%
Casados	54	59
Solteros	28	30
Unión libre	3	3
Divorciados	5	5
Viudos	2	2
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

El 59% de los encuestados son casados, el 30% son solteros, el 5% son divorciados, el 3% pertenece a unión libre, mientras que el 2% son viudos

NIVEL DE EDUCACION	# PERSONAS	%
Primario	1	1
Secundario	16	17
Nivel Tecnológico	5	5
Universidad (estudiando)	20	22
Universidad (egresado/graduado)	50	54
Post Grado	0	0
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

Del total de la muestra tomada el 54% de los participantes tienen un nivel de educación superior, el 22% de los participantes cursan la universidad, el 17% de los participantes pertenecen a un nivel de educación secundario, el 5% de los participantes alcanzan a un nivel tecnológico y tan solo el 1% alcanzo a un nivel primario.

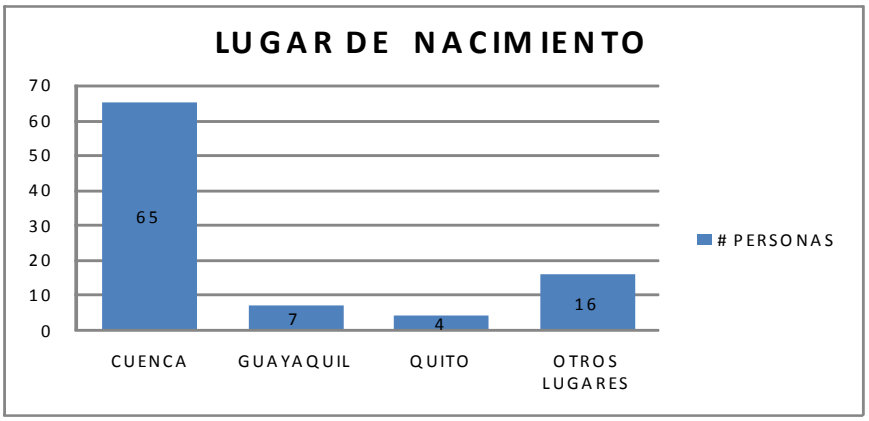
Nombre de la Empresa y área en la que labora:

De acuerdo a la encuesta realizada los participantes trabajan para empresas públicas, privadas y negocios propios (familiares) tales como:

EMPRESA	AREA
Gaby Disfraz	Gerente
PROQUINATO	Laboratorio
Particular	Gerente
Comercial JCEV	Contable/Ventas
Yambal	Ventas
Negocio Propio	Gerente/Contadora
Familiar	Gerente
INDUGLOB	Bodega
CG. Paute	Administración
DICONSUR	Producción
Unidad Educativa	Secretaria General
Fundación Mundo Nuevo	Pintura/Arte
Joyería Guillermo Vásquez	Publicidad y Diseño
Distribuidora Barrera	Ventas
AGROTA	Ventas/Recursos Humanos/Contabilidad
FINCAVIC	Veterinaria
ECUAQUIMICA	Auxiliar de Seguridad General
Estudiante	
Sabor de ZEN	Ventas

Óptica Nueva Visión	Asesoría
INTOP(Negocio Propio)	
Productos Consumo Masivo(Negocio Propio)	Gerente
Comercial RIVAS	Administración/Ventas
JAHER	Chofer/Ventas
E&A Brokers	Finanzas
Distribuidora Laura Narváez	Contable
PHARMACIS	Auxiliar de Farmacia
Productora NEXO	Marketing
Taller Artesanal	Gerente
Colegio Carlos Cueva Tamariz	Profesora
Colegio CEDFI	Profesora
MIDUVI	Saneamiento
Abacería CUATRO ESQUINAS	Gerente
AEROPUERTO MARISCAL LAMAR	Servicio al Cliente
Guardería MANCHITAS DE COLORES	Personal
Jubilada	
SG. Distribuciones	Gerente Propietario
Farmacia JUAN CARLOS	Gerente Propietario
El Mercurio	Contable
Clínica Humanitaria	Laboratorio
Banco de Guayaquil	Servicios/ Operaciones
Embotelladora AZUAY	Producción
MARCIMEX	Sistemas
Escuela Antonio Morales	Profesora
MEGAPAN	Empleado
Publicidad Gráfica	Diseño
Pinturas VHP	Jefe de Planta
Las Fragancias	Marcas
ENDULZARTE	Ventas
MACLON	Secretaria
Balnearios Durán	Auxiliar Contable
Editorial DON BOSCO	Impresión
RIOS ORTIZ de Comercio	Contable
GRAIMAN	Laboratorio

LUGAR DE NACIMIENTO	# PERSONAS	%
CUENCA	65	71
GUAYAQUIL	7	8
QUITO	4	4
OTROS LUGARES	16	17
TOTAL	92	100



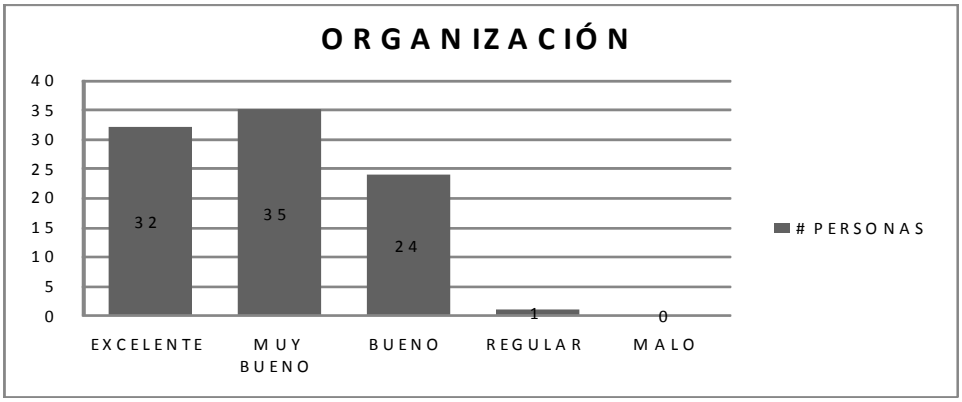
INTERPRETACION

De los 92 encuestados, el 71% nacieron en Cuenca, el 8% nacieron en Guayaquil, el 4% Quito, y el 17% nacieron en diferentes lugares tales como: San Isabel, Sigsig, Esmeraldas, Machala, Bellavista, Provincia de Bolívar, Loja, Provincia del Oro, y Chunchi. Países: Chile y Taiwán.

1.- Califique usted la calidad que recibió en la capacitación y asesoría brindada.

ASPECTOS:

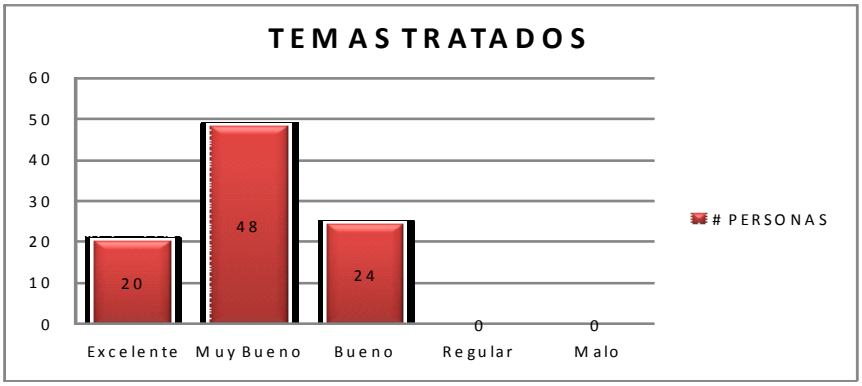
ORGANIZACIÓN	# PERSONAS	%
Excelente	32	35
Muy Bueno	35	38
Bueno	24	26
Regular	1	1
Malo	0	0
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

El 38% de los participantes a los talleres calificaron la calidad de la organización como Muy Bueno, el 35% lo calificaron como Excelente, el 26% como Bueno y el 1% como Regular.

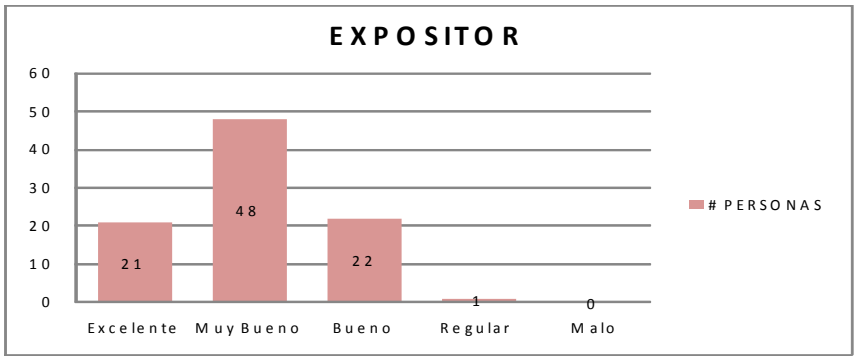
TEMAS TRATADOS	# PERSONAS	%
Excelente	20	22
Muy Bueno	48	52
Bueno	24	26
Regular	0	0
Malo	0	0
TOTAL	92	100



INTERPETACION

En cuanto a los temas tratados los participantes calificaron de la siguiente manera: 52% Muy Bueno, el 26% Bueno, el 22% Excelente.

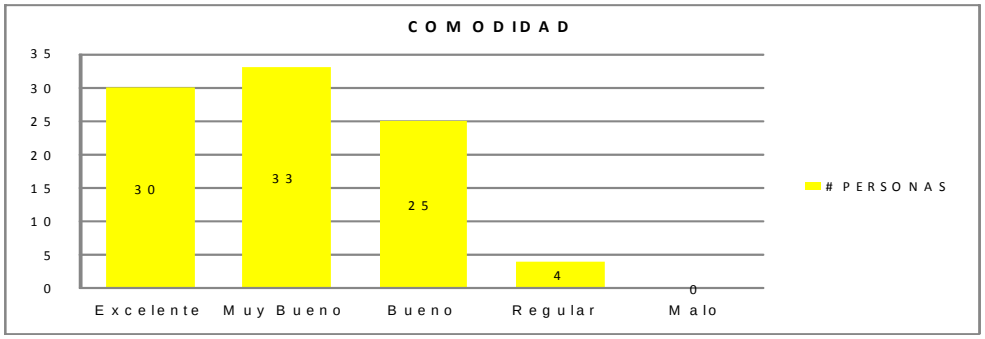
EXPOSITOR	# PERSONAS	%
Excelente	21	23
Muy Bueno	48	52
Bueno	22	24
Regular	1	1
Malo	0	0
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

En lo que se refiere al Expositor, los asistentes a los talleres califican a los expositores de la siguiente manera: el 52% como Muy Bueno, el 24% como Bueno, el 23% como Excelente y finalmente el 1% como Regular.

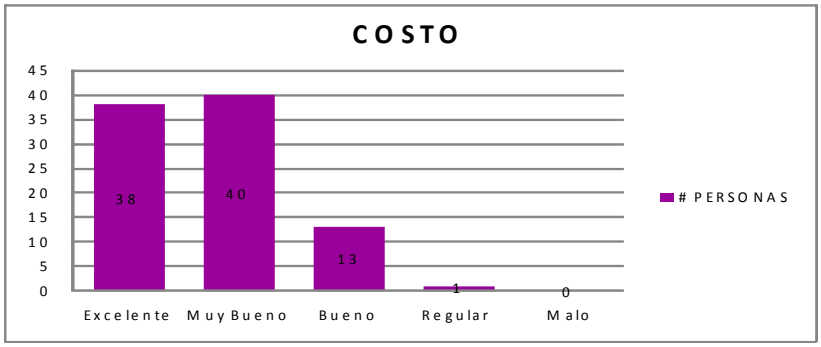
COMODIDAD	# PERSONAS	%
Excelente	30	33
Muy Bueno	33	36
Bueno	25	27
Regular	4	4
Malo	0	0
TOTAL	92	100



I NTERPRETACION

En cuanto a la Comodidad los participantes encuestados dieron la calificación de la siguiente forma: Muy Bueno con el 36%, Excelente con 33%, Bueno con 27% y Regular con el 4%.

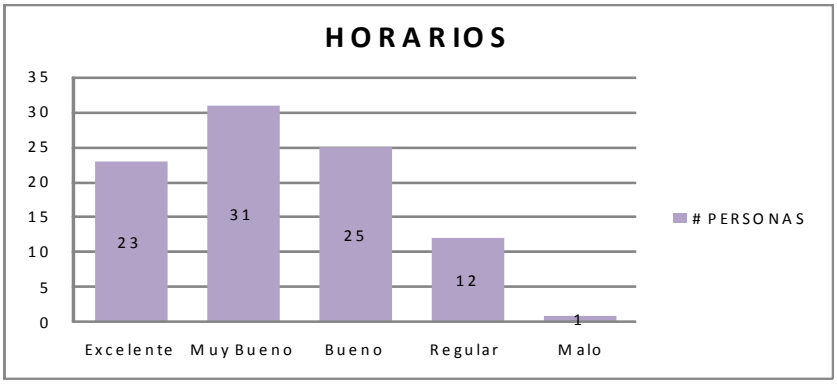
COSTO	# PERSONAS	%
Excelente	38	41
Muy Bueno	40	43
Bueno	13	14
Regular	1	1
Malo	0	0
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

De una muestra de 92 para un 43% de personas les pareció que el costo es Muy Bueno, para un 41% les pareció Excelente, para un 14% les pareció Bueno y para un 1% les pareció Regular.

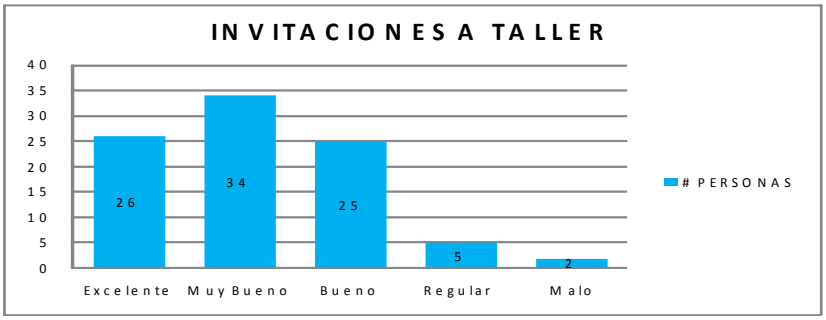
HORARIOS	# PERSONAS	%
Excelente	23	25
Muy Bueno	31	34
Bueno	25	27
Regular	12	13
Malo	1	1
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

En cuanto a los Horarios los participantes lo calificaron de la siguiente manera, 34% Muy Bueno, 27% Bueno, 25% Excelente, 13% regular y tan sólo el 1% Malo.

INVITACIONES A TALLER	# PERSONAS	%
Excelente	26	28
Muy Bueno	34	37
Bueno	25	27
Regular	5	5
Malo	2	2
TOTAL	92	100



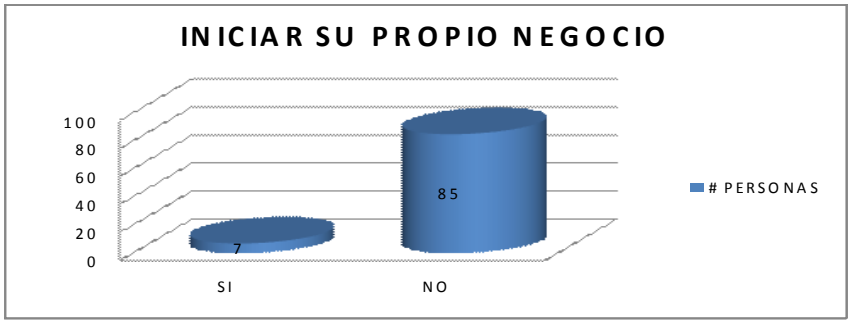
INTERPRETACION

Las personas que asistieron a los seminarios califican las invitaciones a taller con un porcentaje de: 37% Muy Bueno, 28% Excelente, 27% Bueno, 5% Regular y 2% Malo.

2.- Señale una de las alternativas. Los talleres dictados le sirvieron para:

2.1 Iniciar su propio negocio

INICIAR SU PROPIO NEGOCIO	# PERSONAS	%
SI	7	8
NO	85	92
TOTAL	92	100

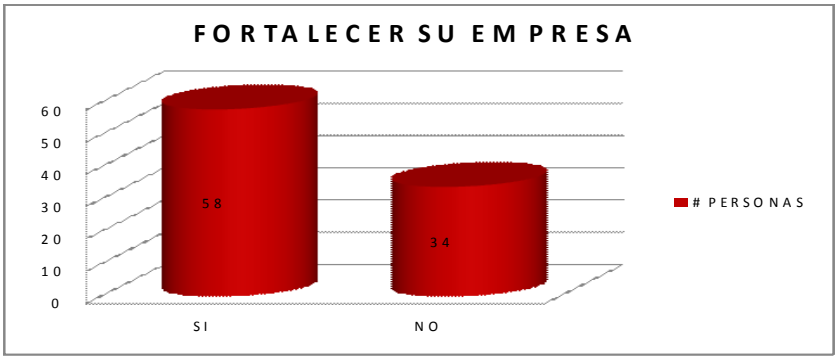


INTERPRETACION

Del total de personas encuestadas se obtuvo como resultado que un 92% luego de haber participado de los seminarios no emprendieron su negocio propio, pero el 8% iniciaron su actividad económica propia.

2.2 Fortalecer su empresa.

FORTALECER SU EMPRESA	# PERSONAS	%
SI	58	63
NO	34	37
TOTAL	92	100

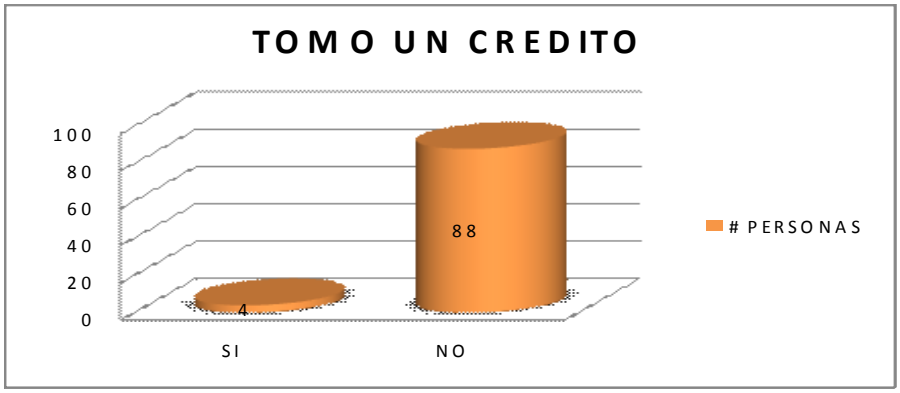


INTERPRETACION

De las personas que asistieron a los talleres un 63% fortaleció su empresa, mientras que un 37% no aplico sus conocimientos.

3.- Usted tomo un crédito de la Cooperativa para poner en práctica sus conocimientos (Crear o Fortalecer una empresa).

TOMO UN CREDITO	# PERSONAS	%
SI	4	4
NO	88	96
TOTAL	92	100

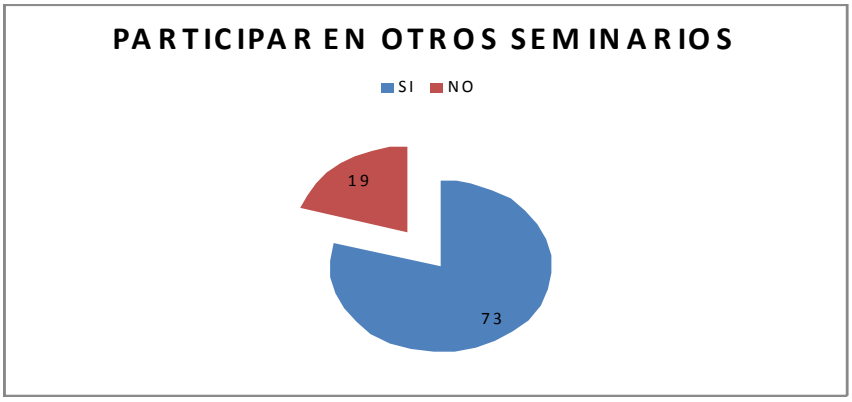


INTERPRETACION

De los 92 encuestados, el 96% no tomó un crédito de la Cooperativa, pero el 4% si accedió a un crédito de la Cooperativa para crear o fortalecer su empresa.

4.- ¿Le gustaría participar en otros seminarios?

PARTICIPAR EN OTROS SEMINARIOS	# PERSONAS	%
SI	73	79
NO	19	21
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

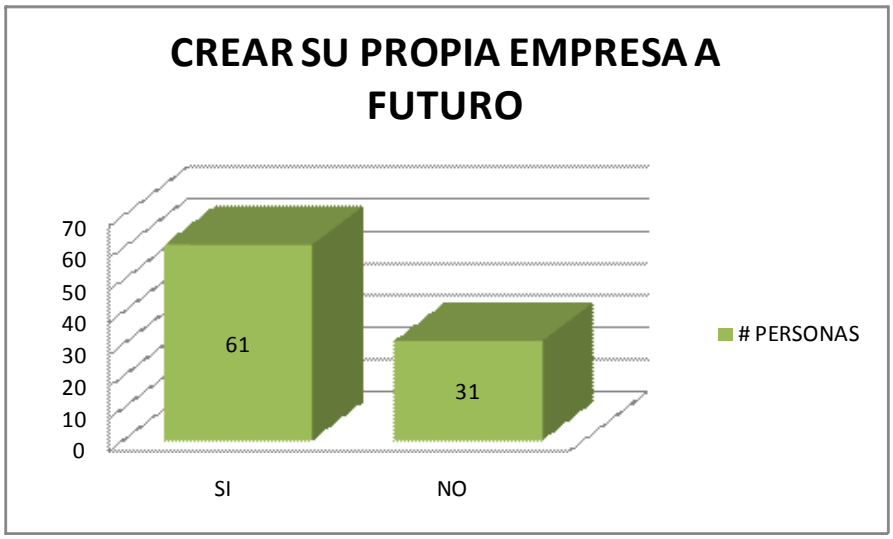
Un 79% de las personas que asistieron a los talleres están de acuerdo en participar en nuevos seminarios, y un 21% opinan que no les gustaría participar en otros seminarios.

5.- Señale sus expectativas a futuro luego de haber participado de la capacitación.

- Según las expectativas de los encuestados la mayor parte, es decir un 37% mencionaron que quisieran emprender su negocio propio a futuro.
- El 14% de personas opinaron que luego de participar de la capacitación sus expectativas son mejorar su negocio existente.
- Un 41% de participantes dijeron que la capacitación les sirvió de mucha ayuda para incrementar sus conocimientos que los aplicarán en las empresas que laboran.
- El 5% de los encuestados mencionaron que sus expectativas son: generar fuentes de trabajo, mantener estable su puesto, obtener y mejorar las herramientas de trabajo necesarias.
- Un 3% de los participantes no tienen aún expectativas a futuro.

5.1. Piensa en el futuro crear su propia empresa

CREAR SU PROPIA EMPRESA A FUTURO	# PERSONAS	%
SI	61	66
NO	31	34
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

Los participantes que desean crear su propia empresa a futuro se ve representado en un 66%, y los que no desean se ve representado en un 34%.

6.- Califique usted el proceso de invitación a los seminarios.

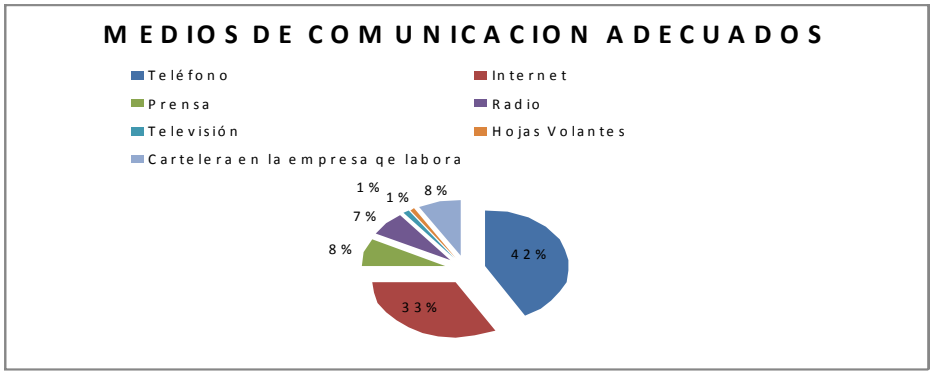
INVITACIONES A TALLER	# PERSONAS	%
Excelente	25	27
Muy Bueno	43	47
Bueno	20	22
Regular	4	4
Malo	0	0
TOTAL	92	100

INTERPRETACION

En cuanto a las invitaciones a seminarios los asistentes lo califican como Muy Bueno que representa el 47%, Excelente que se representa con un 27%, Bueno que se representa con un 22%, regular que se representa con el 4%.

7.- ¿Qué medios de comunicación cree que es el adecuado para el proceso de convocatoria a seminarios?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN ADECUADOS	%
Teléfono	42
Internet	33
Prensa	8
Radio	7
Televisión	1
Hojas Volantes	1
Cartelera en la empresa que labora	8
TOTAL	100



INTERPRETACION

Según el gráfico se observa que el medio de comunicación más adecuado de convocatoria a seminarios es por teléfono con un porcentaje de 42%, mientras que

33% opinan que se debe comunicar a través de internet, también un 8% opina que se debería comunicar mediante la prensa y la cartelera en la empresa que labora, el 7% dice que se debe realizar a través de la radio y finalmente el 1% opina que debería ser mediante la televisión y las hojas volantes.

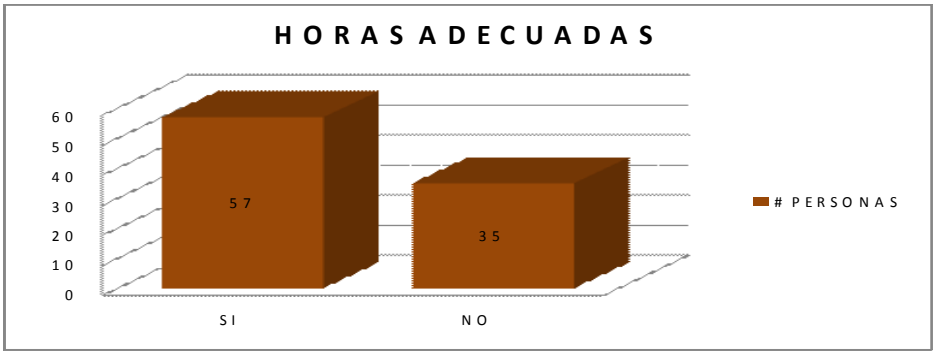
8.- ¿Qué recomendaciones daría usted para mejorar el proceso de capacitación?

Según los encuestados las respuestas fueron las siguientes:

- Se debería establecer horarios más flexibles en cada taller, representando un 33%
  Del total de los encuestados.
- En un 13% los participantes recomiendan que los talleres sean más prácticos que teóricos.
- Profundización de temas tratando que los mismos sean más específicos y de actualidad, que representa un 13%.
- Un 13% del total de encuestados opinan que exista más puntualidad de los expositores, que los mismos tengan experiencia académica y práctica en cada tema tratado para que les facilite mayor entendimiento a los participantes.
- El 7% recomiendan que el local en donde se dictan los seminarios en especial los días sábados debería ser reubicado ya que se encuentra alejado de la ciudad.
- Las recomendaciones de un 7% de los encuestados es que se debería realizar un análisis del nivel de educación de los participantes, también que se debería cumplir el horario de planificación de talleres y la agilidad en la entrega de certificados una vez culminado el seminario.
- Finalmente un 14% de personas no mencionan ninguna recomendación para este proceso de capacitación.

9.- ¿Está de acuerdo con el número de horas realizadas en los talleres?

NUMERO DE HORAS ADECUADAS	# PERSONAS	%
SI	57	62
NO	35	38
TOTAL	92	100

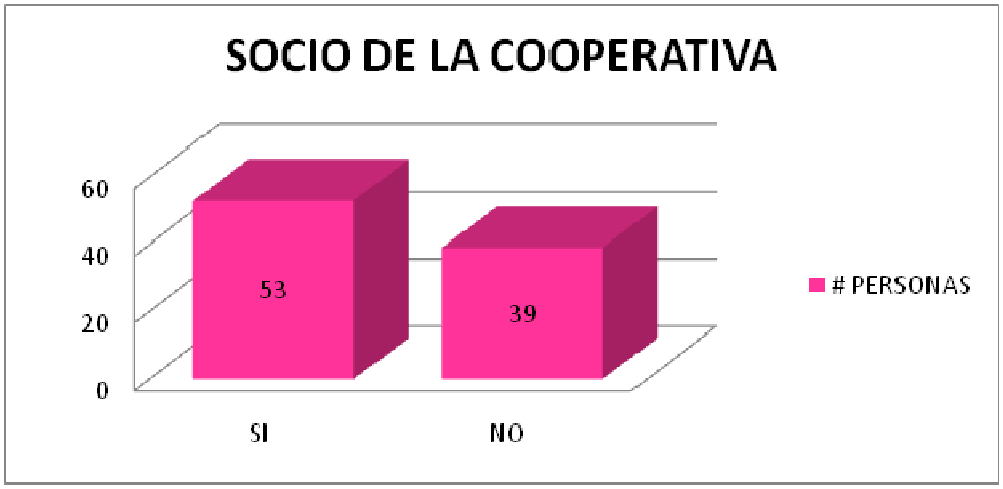


INTERPRETACION

En cuanto a las horas en las que se realizan los talleres las personas piensan que si es suficiente el tiempo, ya que se ve reflejado con un 62% y con un 38% su desacuerdo.

10.- ¿Es usted socio de la Cooperativa Multiempresarial?

SOCIO DE LA COOPERATIVA	# PERSONAS	%
SI	53	58
NO	39	42
TOTAL	92	100



INTERPRETACION

Como se puede observar en el gráfico un 58% de participantes si son socios de la Cooperativa Multiempresarial en cambio un 42% no lo son.

5. Fotos en donde se observa el desarrollo de los talleres llevado a cabo en la Quinta Balzay (INNPULSAR).

BIBLIOGRAFIA:

AUTORAS:
DORIS FABIOLA ORDÓÑEZ BACULIMA
DIANA MAYRA ORELLANA GARCÍA

Cooperativa de Ahorro y Crédito Multiempresarial

Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito (UCACSUR)

Corporación Incubadora de Empresas del Austro (INNPULSAR)

Tutores de los seminarios dictados.

Contrato Consultor Individual para la Capacitación a Socios para Acceso a Microcréditos de la Cooperativa Multiempresarial, dentro del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Plan Estratégico elaborado por INNPULSAR

Contenidos facilitados por INNPULSAR y los expositores de cada tema.

LIBROS:

MIGUEZ, Daniel, 2007[6,] El Emprendedor Profesional, editorial Copyright, Buenos Aires.

ANZOLA, Sérvulo,1993[1] Administración de Pequeñas Empresas, editorial Miembro de la Cámara Nacional de la Industria.

Contrato Consultor Individual para la Capacitación a Socios para Acceso a Microcréditos de la Cooperativa Multiempresarial, dentro del Programa Fortalecimiento de Redes Locales de Cooperativas de Ahorro y Crédito.

Modulo: Ecosistemas de Negocios para el Desarrollo de Emprendimientos Dinámicos.

INNPULSAR (Academia, Revista Latinoamericana de Administración, 42, 2009, 1-19.
Copyright 2009 de http://revistaacademia Cladea,.cladea.org)

TESIS

CÁRDENAS, Miguel, 2010, Emprendimiento y Rasgos de Personalidad, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Cuenca.

BARRIGA, Jeaneth, ÁVILA, Edgar, 1999, Diagnostico y Evaluación Administrativo Financiero de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Educadores del Azuay Ltda, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Cuenca.

GUILLEN, Johanna, ORELLANA, Adriana, 2010, Análisis de la NIC12: Impuesto a las Ganancias aplicado a las PYMES, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Cuenca.

DUEÑAS, Ricardo, SAGARRA, Ramón 2004, Creación de Empresas Teoría y Práctica, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Cuenca.

INTERNET:

www.coopmultiempresarial.com

www.ucacsur.coop

www.innpulsar.com

http://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa

www.infomipyme.com/.../areafuncional.htm

www.monografias.com/.../creacion-empresas/creacion-empresas