

INFORME FINAL

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

*Proyecto: "Programa de Fortalecimiento
de habilidades y destrezas de los
emprendedores –Usuarios de los
servicios MIES- beneficiarios del crédito
de desarrollo humano"*

1 DATOS INFORMATIVOS DEL PROYECTO

1.1 **Programa de Vinculación:** 17 Alianzas para lograr los objetivos.

1.2 **Campo amplio:** 04Administración de empresas y derecho

1.3 **Campo específico:** 041 Educación comercial y administración

1.4 **Campo detallado:** 0413 Gestión y administración

1.5 **Línea de acción:**

Asistencia comunitaria

Educación continua

Servicios de apoyo de las estructuras académicas

Difusión y promoción cultural

Servicios y asesoramiento

1.6 **Nombre del proyecto:**

*"Programa de Fortalecimiento de habilidades y destrezas de los emprendedores –
Usuarios de los servicios MIES- beneficiarios del crédito de desarrollo humano"*

1.7 **Carrera o unidad académica:**

Marketing

1.8 **Equipo de Trabajo**

Docentes (nombre, C.I.) y estudiantes (nombre, C.I) que trabajaron en el proyecto, así como también el número total de horas de vinculación dedicadas al proyecto de vinculación.

DOCENTES PARTICIPANTES

Nombres y Apellidos	No. Cédula	Carrera	Número total de horas de Vinculación
María Verónica Rosales Moscoso	0103983854	Marketing	3h/semana por 6 meses= 78h de vinculación
Carlos Alberto Durazno Silva	0102489424	Marketing	6h/semana por 6 meses = 156h de vinculación

ESTUDIANTES PARTICIPANTES

Nombres y apellidos	No. Cédula	Código de Estudiante	Carrera	Número total de horas de Vinculación
Sara Elizabeth Ortega García	0106657166	90172	Marketing	6h/semana por 4 meses= 100h de vinculación
Rafael Marcos Sarmiento Sarmiento	0105916233	90408	Marketing	6h/semana por 6 meses= 160h de vinculación
William Alexander Moreno Ordóñez	0105973069	86685	Administración	6h/semana por 4 meses= 100h de vinculación
Luis David Reibán Oleas	0105534093	92967	Administración	6h/semana por 4 meses= 100h de vinculación

1.9 Beneficiarios Directos e Indirectos

Directo/Indirecto	Cantidad	Descripción de persona/Grupo de Personas/Entidad	Beneficio Generado
Indirecto	80 personas por mes aprox.	Usuarios del MIES	Capacitación
Directo	80 personas por mes aprox.	Unidad de Inclusión del MIES	Módulos desarrollados

1.10 Plazo de Ejecución del Proyecto

6 meses.

Fecha de inicio de Proyecto: *01/10/2022*

Fecha de fin planeado: 31/03/2023

Fecha de fin real: 31/03/2023

2 RESUMEN DEL PROYECTO

2.1 Alcance territorial del proyecto

- Nacional
- Provincial
- Cantonal
- Parroquial
- Institucional
- Internacional

2.2 Objetivo General

Desarrollar e impartir un programa de capacitación para fortalecer las habilidades, capacidades y destrezas, de los delegados del MIES, en las áreas de especialidad de las carreteras de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay.

2.3 Objetivos Específicos

- Desarrollar un programa de capacitación teórico-práctico de los subtemas amparados en las áreas de Marketing, Contabilidad, Administración, Emprendimiento, Constitución de Empresas, Atención al cliente y Técnicas de ventas, previamente establecidos por el área de Gestión del Conocimiento del MIES, con una duración mínima de 16 horas.
- Capacitar a los usuarios delegados del MIES en los subtemas previamente elaborados por los estudiantes de la Universidad del Azuay con la supervisión de los docentes vinculados al proyecto.
- Establecer un mecanismo de evaluación para medir el impacto generado en los asistentes al programa de capacitación.
- Generar el o los informes con los resultados del proceso de capacitación y evaluación.

2.4 Situación al inicio de la ejecución del proyecto

La Unidad de Inclusión del MIES realiza un proceso de selección de los usuarios que serán beneficiarios del crédito de desarrollo humano, mediante un proceso desarrollado por los mismos funcionarios del MIES. Para quienes superar el primer filtro del proceso, deben cumplir con un ciclo de capacitación proporcionado por las entidades vinculadas con el MIES. En esta etapa, la Universidad del Azuay no tenía desarrollado ningún contenido específico para este propósito, ya que no contaba con información relacionada con los beneficiarios ni los temas que debían impartirse.

2.5 Situación actual de los beneficiarios

La Universidad del Azuay, a través de los docentes y pasantes que formaron parte de esta primera etapa del proyecto, solicitaron al MIES que proporcione información relacionada con los temas que debían investigarse y prepararse para los beneficiarios de los usuarios del crédito de desarrollo humano; de la misma manera se solicitó información de los beneficiarios con la finalidad de desarrollar los módulos acorde a la realidad de los usuarios que recibirían las capacitaciones.

El MIES luego de coordinar con su regional principal proporcionó los temas generales y la información de los usuarios que se beneficiarán de las capacitaciones. A partir de esta información se procedió a investigar y elaborar los contenidos, con sus respectivas presentaciones para enviarlos al MIES y obtener su aprobación. Una vez revisado y aprobados los temas, contenidos y presentaciones, se espera la designación de los primeros usuarios para proceder con la capacitación. De esta manera se dio cumplimiento a lo establecido en el proyecto y al final de esta primera etapa se tiene listo para dar inicio con el plan de capacitación en la segunda fase del proyecto.

2.6 Descripción de las actividades realizadas durante la ejecución del proyecto

Actividad Planificada	Porcentaje de Cumplimiento	Fecha de Ejecución	Responsable de la Ejecución	Documento de Evidencia	Observaciones
Delimitar los contenidos de cada guía	100%	30/11/2022	MIES	Correo electrónico	N/A
Establecer la bibliografía base	100%	10/1/2023	Pasantes	Hoja guía	N/A
Hacer presentaciones para su capacitación	100%	31/1/2023	Pasantes	Presentaciones	N/A
Capacitar en contenidos	100%	01/3/2023	Docentes	Fotografía	N/A
Capacitar las prácticas	100%	01/3/2023	Docentes	Fotografía	N/A
Elaborar mecanismo de evaluación	100%	31/1/2023	Pasantes	Fotografía	N/A
Evaluar los conocimientos	100%	10/3/2023	Docentes	Fotografía	N/A
Elaborar el informe posterior el término de cada temática	100%	31/3/2023	Pasantes	Fotografía	N/A

3 VERIFICACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Impacto Generado

- Impacto Social
- Impacto Científico
- Impacto Económico
- Impacto Político
- Otro Impacto

3.2 Descripción de Impacto Generado

La elaboración del módulo de Emprendimiento y Marketing y del módulo de Finanzas dirigido al fortalecimiento de las capacidades y habilidades de los usuarios del MIES que se beneficiarán del crédito de desarrollo humanos, permite la obtención de financiamiento para la inversión en los micro emprendimientos que poseen los usuarios; de esta manera las condiciones socio-económicas de los emprendedores y de sus familias mejorarán. Al mismo tiempo, al mejorar las condiciones socio-económicas de los beneficiarios, las condiciones económicas de la población y del país, también mejorará.

3.3 Indicadores de Impacto - Métodos/Criterios de Medición

Nro. De Indicador	Descripción	Tipo	Método
1	Al finalizar el proyecto se construirá una guía de herramientas teórico-prácticas para el mejoramiento de las capacidades de un micro-emprendedor.	Cualitativo	Investigación y redacción
2	Se espera una participación del 50% de los delegados del MIES	Cuantitativo	Control de asistencia
3	Al finalizar el proyecto, se espera tener el testimonio positivo del impacto generado en su emprendimiento de al menos el 10% de los participantes.	Cuantitativo	Generación de una memorias del proyecto
4	Al finalizar el proyecto se espera la aprobación de las prácticas de vinculación de todos los estudiantes.	Cuantitativo	Generación del informa de prácticas.

3.4 Resultados de los Indicadores de Impacto

- Se elaboraron, tanto el módulo de Emprendimiento y Marketing, como el módulo de Finanzas, de acuerdo a las instrucciones, revisión y aprobación de la Unidad de Inclusión Económica del MIES, regional 6. Los módulos se elaboraron en dos versiones: la primera está dirigida al Grupo de Inclusión Económica y el segundo está dirigido al Grupo de Empleabilidad y Autoempleo.
- En la primera etapa de capacitación, dirigida al grupo de Inclusión Económica, se tuvo una participación del 90%.
- En la finalización de la primera etapa, se obtuvo una aceptación del 100% de los asistentes.
- Al término de la primera etapa del proyecto los cuatro estudiantes involucrados aprobaron sus prácticas de vinculación.

3.5 Matriz de verificación de indicadores de objetivos

Objetivo Específico	Indicador	Verificación		
		Resultado Planificado	Resultado Obtenido	Observaciones
Desarrollar un programa de capacitación teórico-práctico de los subtemas amparados en las áreas de Marketing, Contabilidad, Administración, Emprendimiento, Constitución de Empresas, Atención al cliente y Técnicas de ventas, previamente establecidos por el área de Gestión del Conocimiento del MIES, con una duración mínima de 16 horas.	Guía	Tener las guías de cada temática	Se elaboraron las guías (Módulo de Emprendimiento y Marketing y módulo de Finanzas) de cada temática para dos grupos de atención (Grupo de Inclusión Económica y Grupo de Empleabilidad y Autoempleo)	N/A
Capacitar a los usuarios delegados del MIES en los subtemas previamente elaborados por los estudiantes de la Universidad del Azuay con la supervisión de los docentes vinculados al proyecto.	Listado de Asistentes	Asistencia de al menos el 50%	Se tuvo una asistencia del 93% de los delegados del MIES	N/A
Establecer un mecanismo de evaluación para medir el impacto generado en los asistentes al programa de capacitación.	Mecanismo de Evaluación	Mecanismo de Evaluación	Se elaboraron actividades presenciales y un mecanismo de evaluación	N/A

Generar el o los informes con los resultados del proceso de capacitación y evaluación.	Informe	Informe	Informe	N/A
--	---------	---------	---------	-----

3.6 Resultados alcanzados / Productos obtenidos:

Los resultados de proyecto en su primera etapa fueron satisfactorios ya que se dio cumplimiento a todo lo programado; es decir, se construyó las guías o módulos para los usuarios del MIES en las temáticas de Emprendimiento y Marketing y de Finanzas, todo esto bajo la dirección supervisión y aprobación del MIES; además, se tuvo una participación del 93% de los delegados. Los asistentes realizaron los talleres de cada módulo y todos los asistentes aprobación el proceso de formación. Finalmente se cuenta con todas las evidencias de esta primera etapa del proyecto.

4 EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

RESUMEN EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA DEL PROYECTO								
PRESUPUESTO REFERENCIAL			EGRESOS REALIZADOS					
N°	RUBROS	PRESUPUESTO	EGRESOS 2022	EGRESOS 2023	EGRESOS 2024	TOTAL EGRESOS	SALDO	% EJECUTADO
1	HONORARIOS	\$ 4.396,08	\$ 1.352,64	\$ 1.352,64	\$ 0,00	\$ 2.705,28	\$ 1.690,80	61,54%
2	VIAJES TÉCNICOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-
3	MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-
4	MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 539,00	\$ 0,00	\$ 14,00	\$ 0,00	\$ 14,00	\$ 525,00	2,60%
5	SUBCONTRATOS Y SERVICIOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	-
TOTAL COSTOS DIRECTOS		\$ 4.935,08	\$ 1.352,64	\$ 1.366,64	\$ 0,00	\$ 2.719,28	\$ 2.215,80	55,10%
COSTOS INDIRECTOS		\$ 1.233,77	\$ 338,16	\$ 341,66	\$ 0,00	\$ 679,82	\$ 553,95	55,10%
TOTAL EGRESOS		\$ 6.168,85	1.690,80	1.708,30	\$ 0,00	3.399,10	2.769,75	55,10%

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El desarrollo proyectos de vinculación con los sectores más necesitados de la población ha proporcionado a todos los involucrados (docentes, estudiantes, beneficiarios e instituciones – educativa y gubernamental-) un sentido de responsabilidad ante la situación vulnerable de los beneficiarios y al mismo tiempo un sentido de pertenencia de los unos con los otros al sentirme ecuatoriano y ser humanos de un mismo planeta. El involucramiento de la academia en todos los sectores del desarrollo del país, contribuye a la formación integral de los profesionales y a la humanización de la sociedad.

5.2 Recomendaciones

El trabajo con instituciones del sector público, implica perseverancia, paciencia y cumplimiento con las normativas gubernamentales, por lo que el equipo de vinculación, debe desarrollar una preparación previa, mediante una orientación o curso de preparación para instruir a todos los involucrados mediante una visión a corto plazo que permita mostrar la consecución de los objetivos en cada etapa del proyecto.

6 ANEXOS

Anexo 1:

EVALUACIÓN A LOS ESTUDIANTES DEL PROYECTO							
<i>(Debe ser llenada por el docente responsable - evaluar a los estudiantes)</i>							
Nomenclatura empleada: Excelente = 5 Muy bien = 4 Bien = 3 Regular = 2 Mal = 1							
Valoración		5	4	3	2	1	Observaciones
Asistencia	La asistencia de los alumnos fue:		X				
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas		X				
	Cumplimiento con los horarios programados		X				
	Disponibilidad de tiempo para desarrollar las actividades		X				
Nivel de satisfacción	Calidad de las actividades desarrolladas		X				
	Cumplimiento de sus necesidades o expectativas		X				
	Satisfacción de la organización con la implementación del proyecto.		X				
	Comportamiento de los alumnos		X				



Firma Director proyecto:

Anexo 2:

Anexo 2:

EVALUACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DEL PROYECTO							
(Debe ser llenada por el representante o directivo de la organización o institución beneficiaria del proyecto)							
Nomenclatura empleada: Excelente = 5 Muy bien = 4 Bien = 3 Regular = 2 Mal = 1							
Valoración		5	4	3	2	1	Observaciones
Asistencia	La asistencia fue:	X					
Programación	Cumplimiento de las fechas programadas	X					
	Cumplimiento con los horarios programados		X				
	Disponibilidad de tiempo para desarrollar las actividades		X				
Nivel de satisfacción	Calidad de las actividades desarrolladas		X				
	Cumplimiento de sus necesidades o expectativas			X			
	Satisfacción de la organización con la implementación del proyecto.		X				
	Comportamiento de los alumnos	X					

Nombre:

Mgs. Lenin Erráez Andrade

Firma:

Cargo:

Responsable Zonal de Inclusión Económica
COORDINACIÓN ZONAL 6 MIES

Lugar y Fecha: Cuenca, 31 de marzo de 2023



Sello

Anexo 3: Documentos que evidencia la entrega/socialización de los resultados del proyecto a los beneficiarios del mismo.



Ministerio
de **Inclusión**
Económica y Social

Construyendo juntos una vida de oportunidades



Módulo Emprendimiento - Escuelas de inclusión económica

1. Emprendedor

7 Definición de emprendedor

Respecto al significado de emprendedor suele entenderse como aquel que se convierte en creador o fundador de una iniciativa de negocios o empresarial. Esto, individualmente o actuando como colaborador en unión a otros individuos ayudando a realizarlo.

Comúnmente, el emprendedor ocupa posiciones en los proyectos empresariales en los que se encarga de dirigir y organizar su nacimiento y posterior funcionamiento. De ese modo, asume una serie de riesgos, en mayor parte, de carácter financiero o económico.

Actuaciones de un emprendedor

- Localiza nuevas oportunidades mediante el estudio y análisis del mercado y sus cambios. Así, conoce las actitudes y preferencias del público.
- Reúne recursos de tipo financiero, tecnológico o humano para poder acometer el nuevo proyecto.
- Pone en marcha el negocio con determinación y afrontando su posición de responsabilidad, teniendo siempre presente una capacidad de innovación y originalidad.



Pregunta 1:

Nombre 4 características que creer que te define como emprendedor

1.
2.
3.
4.

8 Características de un emprendedor

Los emprendedores son quienes cristalizan una simple idea en una gran empresa, es por ello qué es muy importante fortalecer ese espíritu que habita en ellos y qué es el que los motiva en su carrera empresarial.

Una de las características que diferencia a un emprendedor de un gerente típico, es que el emprendedor asume riesgos. El emprendedor está dispuesto a invertir sus recursos en la idea, desde punto de vista financiero, en cuanto a su tiempo, y por ende debe tener muy clara visión de lo que va hacer y del nivel de riesgo que supone, pues no se trata de asumir acciones de modo y desglosable sino de manera calculada.

Un emprendedor se caracteriza por tener una fuerza interna y externa:

8.1 Fuerzas Internas

- Realización Personal:
 - Propone objetivos retadores.
 - Lidera y realiza transformaciones.
 - Percibe insatisfacciones, problemas o dificultades y propone soluciones eficaces.

- Vocación Innovadora:

- Imaginación permanente con formas novedosas de resolver problemas.
 - Analiza y concreta proyectos que satisfacen a la sociedad con flexibilidad.
 - Convierte las experiencias gratificantes o negativas en oportunidades
- Responsabilidad Social:
 - Analiza de manera responsable los impactos sociales, culturales, humanos que puede causar.
 - Convierte las experiencias gratificantes o negativas en oportunidades
 - Incorpora el desarrollo humano y de la sociedad donde va a operar el proyecto
 - Orientación al Reconocimiento y Recompensas:
 - Esperan recompensas sólo cuando alcanzan los resultados.
 - Gestiona otorgar recompensas, incentivos y reconocimientos.
 - Reconoce y acepta que hay compensaciones más sustanciales que lo monetario.
 - Visión Optimista:
 - Genera logros que ayudan al progreso de la sociedad.
 - El fracaso lo toma como fuente de aprendizaje.
 - Genera entusiasmo y esperanza. Desmitifica la tomó de riesgos
 - Armonía Organizacional:
 - Elimina actividades que no agregan valor.

- Organiza redes de relación que permiten apropiar conocimientos y experiencias.
- Promueve con su ejemplo un ambiente positivo en la organización.



Pregunta 2:

De las fuerzas internas ¿Cuál considera la más importante y porque?

8.2 Fuerzas Externas

- Político y Económico:
 - Manejo de la inflación, tasa de cambio, relaciones internacionales, subsidios e impuestos, crédito de fomento, aranceles, salarios, seguridad social.
 - Registro mercantil, impuesto a la renta, impuesto al valor agregado, trámites de importación.

- Contexto Socio-cultural:
 - Nivel educativo, tasas demográficas y de morbilidad, migración, creencias, mitos, rituales, hábitos de consumo, estilos de vida, tamaño de la familia.
 - Coherencia entre la organización y el comportamiento sociocultural.

- Contexto Tecnológico:
 - La generación, transferencia o carencia de tecnología inciden en el tipo de proyecto que se puede abordar.
 - Disponibilidad de políticas e instrumentos para la generación y apropiación de tecnología, el acceso a la conectividad.

- Cultura Laboral:
 - La decisión de dejar de ser asalariado.
 - El temor a tener que perder la estabilidad (sueldo, seguridad social, etc.)
 - Renunciar a los símbolos de posición social

- Contexto Organizacional:
 - Impersonalidad: nombran cargos y no personas.
 - Pérdida de competitividad: disminución de respuesta a los clientes.
 - Sistema de normas: Exageradamente normalizada.
 - Centralización: limita la participación y la valoración del ser humano

- Contexto Educativo:

- El modelo educativo tiene gran incidencia en la formación de individuos autónomos o sumisos; en otras palabras, de personas emprendedoras o no.
- Contexto Familiar:
 - La familia transfiere valores que propician o restringen el espíritu emprendedor.



Pregunta 3:

De las fuerzas externas ¿Cuál considera la más importante para tu emprendimiento y porque?

2. Desarrollo de producto

9 Desarrollo de producto

Esta técnica pretende trasladar o transformar los deseos del cliente en especificaciones técnicas correctas, que ayuden a proceder al diseño de un producto que satisfaga las necesidades del cliente.

9.1 Producto mínimo viable

Un producto mínimo viable no es un fin sino un medio. Un medio para llegar eventualmente al producto final, a veces nunca hay final. Por lo tanto, cada versión mejorada del producto puede llamarse una «iteración», sinónimo de repetición. Es importante tener claro que durante el proceso de ejecución, el PMV pasará por múltiples iteraciones.

Modelos de Negocio

Un modelo de negocio es una herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién se lo vas a vender, cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

Es una herramienta de análisis que te permitirá saber quién eres, cómo lo haces, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos vas a tener. Definir tu modelo de negocio es saber cuál es tu ADN, cómo está hecho, cómo se puede modificar, cómo pulir, cómo cambiar y cómo moldear.

3. Análisis del negocio

FODA



Para analizar su viabilidad de las ideas y antes que crear un modelo de negocio, de los procesos con los cuales se cuenta para ejecutarlos, y su relación con el sector externo.

- Las oportunidades y las amenazas son elementos externos a la organización o a la persona, que no se pueden modificar directamente pero sí aprovechar o manejar para su beneficio.
- Las fortalezas y las debilidades son factores internos que la organización o persona sí controla, y dependen de estos para su aprovechamiento total.
- Las oportunidades y las fortalezas son factores favorables, para la organización o persona, que se pueden potenciar.
- Las debilidades y las amenazas se consideran como factores motivadores para aprovechar, aprender, cambiar y potenciar.

Pregunta 5:

Llene FODA con la información dada.

Juan es dueño de una mecánica en Racar y su negocio tiene algunos factores muy relevantes como:

- Atención 24 horas
- Personal Capacitado
- Competencia abundante
- Espacio reducido
- Herramientas adecuada
- Retraso de proveedores
- Ubicación lejano
- Costos cómodos

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas

Macro y micro entorno del negocio

Cinco fuerzas de Porter



1. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Cuando un posible competidor entra en un mercado, antes ha debido superar una serie de obstáculos, como la normativa aplicable, los canales de distribución, los costes, etc.
2. **Rivalidad entre competidores existentes:** La competitividad de una empresa se reduce cuanto mayor sea el número de organizaciones que ofrecen productos y servicios similares en el mercado.
3. **Amenaza de productos y servicios sustitutos:** Cuando en el mercado existen productos con una buena relación calidad - precio o con un coste reducido, estos pueden sustituir a otros, por lo que la rentabilidad de un negocio se ve afectada.

4. **Poder de negociación del proveedor:** Todas las empresas dependen de numerosos proveedores.
5. **Poder de negociación del cliente:** La rentabilidad de la empresa también puede verse afectada si los clientes se asocian entre ellos para obtener una mejor calidad en productos o servicios o para acordar un precio máximo.



Pregunta 6:

Llene las 5 fuerzas de Porter con la información dada

Christian Pérez es dueño de una empresa de embutidos llamada “Tres Puerquitos” que lleva en el mercado más de 20 años. En donde, recibe sus carnes de un Rancho ganadero de Don José la cual le vende la carne a un precio elevado. Su producto se encuentra en los supermercados más grande de la ciudad de Cuenca, como son, Hipermercado Coral, Megatienda del Sur, Supermaxi, Gran Akí y TIA. Su competencia en el mercado es “Mr. Pig” que tiene un crecimiento exponencial en tan solo 3 años en el mercado. La empresa “Porkman” es una empresa muy grande en el mercado con más de 30 años de recorrido. Una empresa de enlatados de atún “La costeñita” está llenando el stock del mercado de Cuenca.

Amenazas de nuevos	
--------------------	--

competidores	
Poder de negociación del proveedor	
Rivalidad entre competidores existentes	
Poder de negociación del cliente	
Amenazas de productos o servicios sustituto	

Bibliografía

Gil, S. (s/f). empresario @ economipedia.com.
<https://economipedia.com/definiciones/empresario.html>

Fernando, E. L., & Proaño, H. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación The Culture of Entrepreneurship and Education Summary. Rev. Alternativas UCSG, 15(1), 46–50.

Feijoo, I., Jiron, J. G., & Regalado, J. G. (2017). Marketing aplicado en el sector empresarial. En Universidad Tecnica de Machala. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Herruzo, G. E., Hernández, S. B. R., Cardella, G. M., & Sánchez, G. J. C. (2019). Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos. En la Universidad de Salamanca España. <https://www.gemconsortium.org/images/media/2019-libro-emprendimiento-e-innovacion-1582231052.pdf>

Módulo Emprendimiento - Escuelas de empleabilidad y autoempleo

1 Definición de emprendedor

Respecto al significado de emprendedor suele entenderse como aquel que se convierte en creador o fundador de una iniciativa de negocios o empresarial. Esto, individualmente o actuando como colaborador en unión a otros individuos ayudando a realizarlo.

Comúnmente, el emprendedor ocupa posiciones en los proyectos empresariales en los que se encarga de dirigir y organizar su nacimiento y posterior funcionamiento. De ese modo, asume una serie de riesgos, en mayor parte, de carácter financiero o económico.

Actuaciones de un emprendedor

- Localiza nuevas oportunidades mediante el estudio y análisis del mercado y sus cambios. Así, conoce las actitudes y preferencias del público.
- Reúne recursos de tipo financiero, tecnológico o humano para poder acometer el nuevo proyecto.
- Pone en marcha el negocio con determinación y afrontando su posición de responsabilidad, teniendo siempre presente una capacidad de innovación y originalidad.



Pregunta 1:

Nombre 4 características que creer que te define como emprendedor

1.
2.
3.
4.

2 Características de un emprendedor

Los emprendedores son quienes cristalizan una simple idea en una gran empresa, es por ello que es muy importante fortalecer ese espíritu que habita en ellos y que es el que los motiva en su carrera empresarial.

Una de las características que diferencia a un emprendedor de un gerente típico, es que el emprendedor asume riesgos. El emprendedor está dispuesto a invertir sus recursos en la idea, desde punto de vista financiero, en cuanto a su tiempo, y por ende debe tener muy clara visión de lo que va hacer y del nivel de riesgo que supone, pues no se trata de asumir acciones de modo y desglosable sino de manera calculada.

Un emprendedor se caracteriza por tener una fuerza interna y externa:

2.1 Fuerzas Internas

- Realización Personal:
 - Propone objetivos retadores.
 - Lidera y realiza transformaciones.
 - Percibe insatisfacciones, problemas o dificultades y propone soluciones eficaces.

- Vocación Innovadora:

- Imaginación permanente con formas novedosas de resolver problemas.
 - Analiza y concreta proyectos que satisfacen a la sociedad con flexibilidad.
 - Convierte las experiencias gratificantes o negativas en oportunidades
- Responsabilidad Social:
 - Analiza de manera responsable los impactos sociales, culturales, humanos que puede causar.
 - Convierte las experiencias gratificantes o negativas en oportunidades
 - Incorpora el desarrollo humano y de la sociedad donde va a operar el proyecto
 - Orientación al Reconocimiento y Recompensas:
 - Esperan recompensas sólo cuando alcanzan los resultados.
 - Gestiona otorgar recompensas, incentivos y reconocimientos.
 - Reconoce y acepta que hay compensaciones más sustanciales que lo monetario.
 - Vision Optimista:
 - Genera logros que ayudan al progreso de la sociedad.
 - El fracaso lo toma como fuente de aprendizaje.
 - Genera entusiasmo y esperanza. Desmitifica la tomó de riesgos
 - Armonía Organizacional:
 - Elimina actividades que no agregan valor.

- Organiza redes de relación que permiten apropiar conocimientos y experiencias.
- Promueve con su ejemplo un ambiente positivo en la organización.



Pregunta 2:

De las fuerzas internas ¿Cuál considera la más importante y porque?

2.2 Fuerzas Externas

- Político y Económico:
 - Manejo de la inflación, tasa de cambio, relaciones internacionales, subsidios e impuestos, crédito de fomento, aranceles, salarios, seguridad social.
 - Registro mercantil, impuesto a la renta, impuesto al valor agregado, trámites de importación.
- Contexto Socio-cultural:

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Informe Final de Proyecto

- Nivel educativo, tasas demográficas y de morbilidad, migración, creencias, mitos, rituales, hábitos de consumo, estilos de vida, tamaño de la familia.
 - Coherencia entre la organización y el comportamiento sociocultural.
- Contexto Tecnológico:
 - La generación, transferencia o carencia de tecnología inciden en el tipo de proyecto que se puede abordar.
 - Disponibilidad de políticas e instrumentos para la generación y apropiación de tecnología, el acceso a la conectividad.
 - Cultura Laboral:
 - La decisión de dejar de ser asalariado.
 - El temor a tener que perder la estabilidad (sueldo, seguridad social, etc.)
 - Renunciar a los símbolos de posición social
 - Contexto Organizacional:
 - Impersonalidad: nombran cargos y no personas.
 - Pérdida de competitividad: disminución de respuesta a los clientes.
 - Sistema de normas: Exageradamente normalizada.
 - Centralización: limita la participación y la valoración del ser humano
 - Contexto Educativo:
 - El modelo educativo tiene gran incidencia en la formación de individuos autónomos o sumisos; en otras palabras, de personas emprendedoras o no.

- Contexto Familiar:
 - La familia transfiere valores que propician o restringen el espíritu emprendedor.



Pregunta 3:

De las fuerzas externas ¿Cuál considera la más importante para tu emprendimiento y porque?

2. ¿Qué empresa crear?
 - a. ¿Cómo buscar y encontrar oportunidades?
 - b. Criterios de Selección y Evaluación de Oportunidades

Crear la empresa ideal, se convierte en una utopía o ideología, porque no existe la empresa perfecta la cual no tenga algún tipo de riesgo, simplemente se tiene que mejorar constantemente con innovaciones, capacitaciones y asesoría.

Comúnmente, el emprendedor ocupa posiciones en los proyectos empresariales en los que se encarga de dirigir y organizar su nacimiento y posterior funcionamiento. De ese modo, asume una serie de riesgos, en mayor parte, de carácter financiero o económico.

2.3 Ventana de oportunidades

- Factores económicos atractivos
 - Detrás de una oportunidad de negocio hay un servicio o producto que casi siempre satisface una necesidad permanente de los consumidores.
 - ¿A cuántos consumidores les interesaría?
 - ¿A qué precio?
 - ¿Con qué margen de ganancias?.
 - Vale la pena el esfuerzo y el riesgo financiero.
- Expectativas, necesidades y deseos
 - Detrás de una oportunidad de negocio hay un servicio o producto que casi siempre satisface una necesidad permanente de los consumidores.
- Tendencias del mercado
 - Analizar el comportamiento del ciclo de vida de los productos y servicios.
 - Ayudan a determinar el grado de oportunidad de un negocio.
- Debilidades de la competencia
 - Precisar claramente las cosas o procesos que mejorarían sustancialmente lo que hoy ofrece la competencia.
- Cambios Tecnológicos
 - Los cambios tecnológicos como respuesta a necesidades existentes.
- Localización física y la clientela
 - No existe negocio sin clientela. Es fundamental analizar si tiene las facilidades suficientes para acceder a nuestra empresa.
 - Disponibilidad de transporte masivo, disponibilidad de parqueo son factores críticos de éxito.

- Caso contrario disponer de un excelente recurso de conectividad y comunicación.
- Ciberespacio y economía
 - El uso de las tecnologías de la comunicación disminuye costos transaccionales, se accede a mercados globales, se incrementa la competencia, se transforman los modelos de negocios.
- Oportunidades de la economía ciberespacial
 - Menor costo económico: Elimina actividades donde se requiera la presencia física del cliente.
 - Menor costo psicológico: Disminuyendo el estrés cuando se trata de hábitos burocráticos.
 - Menor costo social: La iniciativa emprendedora tiene alto sentido humano porque se orienta al mejoramiento de las organizaciones existentes y a la creación de nuevas formas empresariales.



Pregunta 4:

Llene la siguiente tabla en función a su emprendimiento

Factores económicos atrayentes	Expectativas, necesidades y deseos	Tendencias del mercado	Debilidades de la competencia
-----------------------------------	---------------------------------------	------------------------------	--

Cambios Tecnológicos	Localización física y la clientela	Ciberespacio y economía	Oportunidades de la economía ciberespacial

2.4 ¿Cómo buscar y encontrar oportunidades?

- Las necesidades insatisfechas que se manifiestan en un determinado mercado.
- Necesidades actuales que se proyectan en el futuro inmediato.
- Nuevas necesidades que se pueden presentar en el futuro.
- Inquietudes e intereses personales.
- Deficiencias en productos y servicios existentes.

2.5 Oportunidad de negocio

La oportunidad de negocio es el corazón del proceso emprendedor y es clave poder diferenciarla de una buena idea. Es importante, en consecuencia, determinar qué preguntas o análisis debería hacerse el para discernir si está frente a una buena idea o si realmente es una oportunidad de negocio

Formas para detectar una oportunidad de negocio

- Reconocer necesidades: siempre habrá necesidades esenciales como la salud o la alimentación, pero también surgirán otras nuevas que no resultan tan importantes, pero que contribuirán a satisfacer las demandas del usuario.
- Identificar complicaciones: las oportunidades de negocio también aparecerán con la detección de necesidades a raíz de problemas en el día a día de las personas.
- Adaptarse a los cambios: el mercado cambia de un día para otro, modificándose tanto los deseos, necesidades, hábitos, costumbres y modas de los consumidores. Esto exigirá estar atento a los cambios.
- Pistas sobre oportunidades de negocio: en nuestro entorno hay empresarios, emprendedores, proveedores y clientes que pueden encenderse la bombilla en lo que se refiere a oportunidades de negocio. Al tratarse en muchos casos de expertos en un determinado sector pueden desvelar cuáles son los productos que escasean, los medios para obtener los mejores precios, etc.

2.6 Ideas de negocios

Esta búsqueda de ideas puede comenzar a hacerse en primer lugar, a través de cuatro aspectos simples: antiguos empleos, de hobbies, observación y búsqueda especializada. Esta última puede realizarse por medio de técnicas o métodos de creatividad, revistas, eventos, Internet, etc.

2.6.1 Preguntas que deberías hacer para definir una idea de negocio

- ¿Qué producto o servicio vas a vender?
- ¿Para qué sirve tu producto o servicio?
- ¿Qué problema resuelves o necesidad cubre con tu producto o servicio?
- ¿Quién va a ser tu cliente?
- ¿Cuáles son sus características?
- ¿Cuál es tu propuesta de valor?
- ¿Por qué te van a comprar a ti, y no a la competencia?



Pregunta 5:

Responde las siguientes preguntas e identifica ideas que te permitan generar las bases de tu emprendimiento

¿Qué producto o servicio vas a vender?

¿Para qué sirve tu producto o servicio?

¿Qué problema resuelves o necesidad cubre con tu producto o servicio?

¿Quién va a ser tu cliente?

¿Cuáles son sus características?

¿Cuál es tu propuesta de valor?

¿Por qué te van a comprar a ti, y no a la competencia?

2.7 Criterios de Selección y Evaluación de Oportunidades

- Gustos y preferencias del emprendedor
 - El emprendedor tiene que sentirse a gusto con su nuevo emprendimiento para así estar motivado y centralizado.
- Los cambios en el entorno
 - Estar al tanto de lo que pasa en el país y el mundo. (políticos, económicos, sociales, etc)
- Las tendencias del mercado
 - Conocer el ciclo de vida de los productos y servicios.

- Los segmentos de consumidores no atendidos
 - Conocer los nichos de mercado de su localidad, región o provincia.
- La competencia declinante
 - Precisar claramente las cosas o procesos que mejorarían sustancialmente lo que hoy ofrece la competencia.
- Las recomendaciones de expertos
 - Capacitarse con profesionales y recibir consejos que ayude a mejorar o evolucionar el emprendimiento
- Las publicaciones especializadas
 - La comunicación con tus potenciales clientes es fundamental para hacerse conocer en el mercado.
- La experiencia
 - La experiencia se obtendrá durante años de emprender



Pregunta 6:

Evalúa qué criterios aplican a tu emprendimiento y porque

c. Estrategia de Océano Azul

2.8 Definición Océano Azul

El océano azul se refiere a nuevos mercados, aquellos que todavía no han sido explorados. La estrategia del océano azul, invita a las empresas a diferenciarse y a navegar en este océano, a través de la innovación. En el espacio del océano azul no existe la competencia, la empresa crea su propia demanda. No es necesario luchar por una posición, porque la empresa ocupa la posición número uno.



Definición de Océano Rojo

Sarah Layton, consultora certificada en estrategias corporativas, explica que el término es bastante fácil de entender. "Los investigadores lo llaman océano rojo como una analogía a un mar infestado de tiburones, donde se ve a los escualos luchando entre sí por la misma presa".

La experta detalla que la industria de hoy en día se ve representada por el océano rojo. Lo describe como un lugar donde existe un mercado definido, con competidores definidos y una forma típica de dirigir un negocio, sin importar cuál sea la industria. Las estrategias utilizadas en océano rojo se basan en:

- Ganarle a la competencia.
- Competir en el mercado existente.
- Explotar al máximo la demanda disponible en el mercado.
- Elegir entre valor y costo.

2.9 Diferencias en la estrategia del Océano azul del Océano rojo

Estrategia de Océanos rojos	Estrategia de Océanos azules
Competir en el espacio existente del mercado.	Crear un espacio sin competencia en el mercado.
Vencer a la competencia.	Hacer que la competencia pierda toda importancia.
Explotar la demanda existente en el mercado.	Crear y capturar nueva demanda.

Elegir entre la disyuntiva de valor o costo.	Romper la disyuntiva de valor o costo.
Alinear todo el sistema de las actividades de una empresa con la decisión estratégica de la diferenciación o del bajo costo.	Alinear todo el sistema de las actividades de una empresa con el propósito de lograr diferenciación y bajo costo.

Pregunta 8:

Identifique en el siguiente texto que es un océano rojo y un océano azul



Doña Marcela es dueña de una panadería ubicada en la Don Bosco y la Loja la cual cuenta con una gran variedad de panes como de chocolate, de queso, de mermelada y dulce de leche, en donde, las demás panaderías del sector venden los mismos productos y al mismo precio. Doña Marcela creó un nuevo pan de maíz con panela y queso con un precio de \$0,20.

OcéanoRojo:

Océano Azul:

3 3. Modelos CANVAS

El modelo Canvas sirve para identificar los aspectos esenciales de un modelo de negocio, presentándose de manera estructurada, de manera tal que sea posible encontrar aquellas actividades que son relevantes, puntos de mejora, posibles alternativas al modelo existente, entre otros.

❖ Propuestas de valor

La propuesta de valor es el núcleo de la razón de existir de una empresa y es tu manera de satisfacer las necesidades de los clientes, en pocas palabras es muy importante descubrir cómo queremos generar valor para nuestros clientes, con propuestas novedosas e innovadoras.

❖ Segmento de clientes

Estos resultan ser los más importantes dentro del modelo, es necesario conocer perfectamente nuestros clientes.

La segmentación de mercados consiste en seccionar al mercado objetivo en grupos más pequeños que comparten características similares, como edad, ingresos, rasgos de personalidad, comportamiento, intereses, necesidades o ubicación.

La segmentación del mercados permite que las marcas creen estrategias para diferentes tipos de consumidores, dependiendo de la forma en la que perciben el valor total de ciertos productos y servicios De esta forma pueden introducir un mensaje más personalizado con la certeza de que será recibido con éxito.

Variables de segmentación

- ❖ **Segmentación geográfica:** Consiste en crear diferentes grupos de clientes en función de los límites geográficos. Las necesidades e intereses de los clientes potenciales, varían según su ubicación geográfica, clima y región, y comprender esto, permite determinar dónde vender y publicitar una marca, así como dónde expandir un negocio.
- ❖ **Segmentación demográfica:** Consiste en dividir el mercado a través de diferentes variables como la edad, género, nacionalidad, nivel educativo, tamaño de la familia, ocupación, ingresos, etc. Esta es una de las formas de segmentación de mercados más utilizada, ya que se basa en conocer la forma en la que los clientes utilizan tus productos y servicios y cuánto están dispuestos a pagar por ellos.
- ❖ **Segmentación Psicográfica:** Consiste en agrupar al público objetivo basándose en su comportamiento, en su estilo de vida, en sus actitudes e intereses. Para comprender al público objetivo, métodos de investigación como focus group, encuestas, entrevistas y estudios de casos pueden resultar exitosos en la compilación de este tipo de conclusión.
- ❖ **Segmentación conductual:** Se centra en reacciones específicas, es decir los comportamientos, patrones y la forma en que los clientes pasan por sus procesos de toma de decisiones y compras. Las actitudes que el público tiene hacia tu marca, la forma en que la usan y su conocimiento son ejemplos de segmentación conductual. Recopilar este tipo de datos es similar a la forma en que encontraría datos psicográficos. Esto permite a los especialistas en marketing desarrollar un enfoque más específico.
- ❖ **Canal**

3.1.1 Canal de venta

Los canales de venta son un punto primordial de cualquier plan de negocio. Por eso, es conveniente que todas las empresas, ya sean grandes o pequeñas, estudien todas las opciones antes de definir su estrategia de ventas.

3.1.1.1 *Tipos de canales de venta*

- ❖ **Canales de venta B2C (Business to Consumer):** Las siglas B2C se refieren al mercado de consumo masivo, es decir, empresas que ofrecen productos o servicios a personas. Por lo tanto, el marketing B2C está orientado a destacar los beneficios personales que aporta el producto a los consumidores, a través de la emoción. Los esfuerzos también se centran en reforzar la marca a través de publicidad repetitiva.
- ❖ **Canales de venta B2B (Business to Business):** Las siglas B2B hacen referencia al mercado corporativo, aquellas empresas que comercializan sus productos o servicios a otras empresas. De esta manera, en la tipología del marketing B2B la finalidad es establecer relaciones personales, con las que poder reforzar el prestigio y la identidad de la marca. Es decir, transmitir el valor de la empresa. La estrategia se centra en transmitir cómo el producto ayuda a los clientes a ahorrar en tiempo, recursos y dinero.

3.1.2 **Canal de distribución**

Los canales de distribución están definidos por las diferentes fases o etapas por las que un producto pasa, de modo que su propiedad va pasando de unas manos a otras. Desde el fabricante al consumidor o usuario final.

3.1.2.1 *Tipo de canales de distribución*

- ❖ **Canal directo:** Se trata de una unidad de trabajo que pertenece a la misma empresa productora y son ellos quienes directamente se encargan de hacer llegar la mercancía a sus clientes. Esto implica además, que la empresa debe contar con espacio para almacenar la mercancía y medios de transporte para hacer las entregas. También, mantienen contacto directo con los clientes.

- ❖ **Canal indirecto:** Son terceras empresas que se encargan de prestar este servicio. Este tipo de distribuidores dividen el trabajo en función de los costes, precios, el tipo de mercado y la forma de comercializar el producto.

3.1.3 Canal de comunicación

Un canal de comunicación es el medio físico a través del cual se lleva a cabo un acto comunicativo, es decir, que sirve para el intercambio de información entre un emisor y uno o varios receptores.

3.1.3.1 Tipos de comunicación

- **Canales personales:** Se trata de canales de comunicación que permiten una comunicación más directa entre emisor y receptor y mayor interacción durante el proceso. Por ejemplo, el teléfono.
- **Canales impersonales:** Estos canales de comunicación tienen la particularidad de que se dirigen a un gran número de receptores. Los mensajes no suelen estar personalizados. Por ejemplo, la radio.
- **Canal unidireccional:** Los medios de comunicación, el boom de las nuevas tecnologías y la aparición de Internet, son canales por los que se emiten mensajes a una gran audiencia. Suelen tener un carácter unidireccional porque los mensajes no son personalizados y no hay una respuesta directa por parte del público hacia el emisor. Por ejemplo, la televisión.
- **Canal bidireccional:** Cuando la comunicación se lleva a cabo a través de un canal que permite una interacción constante y directa entre emisor y receptor, se habla de canal bidireccional. Por ejemplo, una llamada de teléfono.

❖ Relación con los clientes

¿Cómo interactúas con el cliente a través de su proceso?

Es esencial interactuar con tus clientes. Cuanto más amplia sea tu base de clientes, más importante será que los divides en diferentes grupos objetivo. Cada grupo de clientes tiene

necesidades específicas. Al anticipar las necesidades del cliente, sabrás de qué manera y por qué medio te comunicarás con ellos. Un buen servicio garantizará relaciones buenas y estables con tus clientes en un futuro.

❖ Flujo de ingresos

Representa el efectivo que una empresa genera de un determinado segmento de clientes. Es el mecanismo a través del cual la empresa captura el valor, que previamente ha generado y entregado. Es evidentemente un elemento clave, y así debe ser tratado.

❖ Recursos clave

¿Qué activos estratégicos únicos tiene mi negocio para competir?

Los recursos clave son medios que una empresa necesita llevar a cabo. Se pueden clasificar como recursos físicos, intelectuales, financieros o humanos. Los recursos físicos pueden incluir activos, tales como los equipos comerciales; los recursos intelectuales abarcan, entre otras cosas, el conocimiento, las marcas, las patentes y las certificaciones; los recursos financieros están relacionados con el flujo de fondos, las fuentes de ingresos y los recursos humanos.

❖ Actividades Clave

¿Qué estrategias únicas tiene tu negocio para entregar su propuesta al cliente?

Al tener un buen conocimiento de las actividades centrales de tu empresa obtendrás una comprensión más completa de la propuesta de valor de tu organización. No se trata solo de producir, sino de enfocarte en la resolución de problemas, en las redes y en la calidad del producto o servicio. Cuando una organización tiene claro cuál es el valor que ofrece al cliente

puede desarrollar una mejor relación con los clientes existentes, lo cual será útil en el sondeo de nuevos clientes y, por tanto, también para sobresalir entre la competencia.

❖ Alianzas

¿Qué actividades puede dejar de realizar la compañía para enfocarse en sus acciones clave?

Es importante crear alianzas con socios, tanto para las organizaciones que inician como para las ya existentes. Obtendrás información esencial al saber de antemano qué socios pueden constituir una relación valiosa. Ellos pueden aportar recursos que harán más eficiente tu modelo de negocio.

❖ Costos

Es muy importante conocer qué estructura de costos se implementará ya que en este punto sabremos qué utilidad podríamos tener en nuestro negocio.

- **Costos fijos:** Son todos los pagos mínimos invariables e imprescindibles que debe hacer una empresa o negocio periódicamente para continuar funcionando. Estos costos siempre se deben pagar, independientemente del nivel de producción que tenga el negocio.
- **Costos variables:** Son aquellos pagos que dependen directamente del nivel de productividad de la empresa o negocio, son directamente proporcionales, es decir: a mayor productividad, mayor costo variable, y a menor productividad, menor costo variable.

3.2 Ejemplo:



Pregunta 4:

Llene el modelo Canvas con la información dado










Valeria López es una emprendedora de la ciudad de Cuenca la cual tiene un negocio dedicado a la industria de la tecnología. Con los siguientes datos ayúdala a llenar el modelo Canvas:

- Personas mayores a los 15 años de edad con interés y manejo básico de tecnología smart
- Publicidad por redes sociales
- Proceso de mantenimiento del servicio técnico.
- Empresas distribuidoras de herramientas de tecnología
- Personal capacitado para la realización de las actividades
- Servicio personalizado sobre los elementos y campos relacionados a la tecnología smart.

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Informe Final de Proyecto

- Descuento especial para aquellos que refieran a otra persona
- Inscripción de estudiantes a los cursos y talleres de servicio técnico
- Pago a socios distribuidores de las herramientas

Asociaciones Clave 	Actividades clave 	Valor añadido 	Relaciones con los clientes 	Clientes 
Recursos clave 			Canales 	
Costes 		Ingresos 		



Módulo Finanzas Básicas - Escuelas de inclusión económica

FINANZAS BÁSICAS

1. Definición de conceptos financieros claves

Ingresos

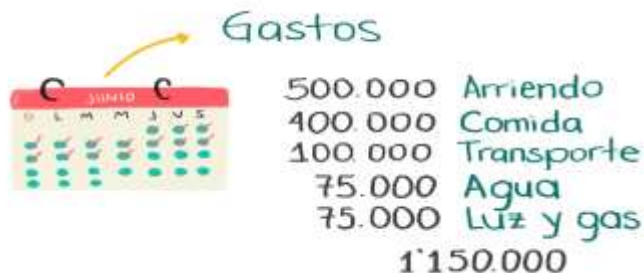
Un ingreso es toda aquella ganancia que se recibe por la venta de un bien o servicio, que generalmente se hace efectiva mediante un cobro monetario.



Egresos

Los egresos son los gastos, que son aquellas salidas de dinero que suelen ser necesarias y habituales, como el pago de un alquiler o de los servicios.

El ingreso y egreso son términos opuestos en la contabilidad. Mientras que el primero representa una entrada de dinero, el segundo hace referencia a una salida.



Ejercicio 1

Escriba si considera que es un Ingresos o un Egreso (Gasto)

1. La nómina de un trabajador: gasto.
2. Lo que la empresa debe pagar por los seguros sociales de sus trabajadores: gasto.
3. La venta de mercancía a clientes: ingreso.
4. Las facturas de agua y luz: gasto.
5. La prestación de servicios a nuestros clientes: ingreso.
6. La gasolina necesaria para realizar el trabajo: gasto.
7. La indemnización por despido de un trabajador: gasto.
8. Beneficio obtenido por la venta de una maquinaria de la empresa: ingreso.
9. Factura del asesor fiscal: gasto.
10. Comisiones bancarias: gasto.

Ahorro

El ahorro es el porcentaje de los ingresos que la persona no gasta ahora. Su objetivo es crear un fondo de emergencia que se podrá utilizar más adelante.

Ahorro es aquel dinero que guardamos para poder disponer de él en el futuro. Renunciamos a gastarlo en el presente, poniéndolo en un lugar seguro y sin riesgo, pero que suele generar intereses. Estamos ahorrando cuando mantenemos nuestro dinero en efectivo o cuando lo depositamos en una cuenta bancaria.



Presupuesto

Hace referencia a la cantidad de dinero que se necesita para hacer frente a cierto número de gastos necesarios para acometer un proyecto. De tal manera, se puede definir como una cifra anticipada que estima el coste que va a suponer la realización de dicho objetivo.

En este sentido, los presupuestos tienen en cuenta todos los ingresos y gastos que se prevén, y nos permite realizar un seguimiento.

Entre sus funciones principales, se encuentran el control financiero, el control de gastos, la planificación económica y financiera, así como la reducción de riesgos.

Debe ser adaptable y flexible, pues el entorno puede cambiar. Los presupuestos son periódicos. Es decir, se elaboran para un periodo de tiempo determinado.



2. Costeo y fijación de precios

La fijación de precios basados en la competencia consiste en el establecimiento de un precio al mismo nivel de la competencia. Este método se apoya en la idea de que los competidores ya han elaborado acabadamente su estrategia de fijación de precios. En cualquier mercado, muchas empresas venden productos iguales o similares, y, de acuerdo con la economía clásica, el precio de estos productos debería, en teoría, estar en equilibrio (o, al menos, en un equilibrio local). Por lo tanto, al establecer el mismo precio que la competencia, una empresa de reciente creación puede evitar los costos de prueba y error del proceso de establecimiento de precios. Sin embargo, cada empresa es diferente, y así lo son también sus costos. Teniendo esto en cuenta, el principal límite del método de fijación de precios basados en la competencia es que no logra dar cuenta de las diferencias en los costos (producción, compra, fuerza de ventas, etc.) entre empresas individuales. Como resultado, este método de fijación de precios puede ser potencialmente ineficaz y generar menores ganancias.

3.3 Por ejemplo, una empresa necesita poner un precio a su nueva cafetera. Los competidores de la empresa la venden por \$25, y la empresa considera que el mejor precio para la nueva cafetera es \$25. Esta empresa decide establecer este precio para su producto. Además, este método de fijación de precios también puede utilizarse en combinación con otros métodos, como la fijación de precios por penetración, que consiste en establecer el precio por debajo del de la competencia (por ejemplo, en este caso, establecer el precio de la cafetera en \$23).

3.4 Tipos de costos

Los costos pueden clasificarse según diversos criterios:

Según su comportamiento:

- **Costos fijos.** Son aquellos costos que posee una empresa más allá de la producción obtenida, es decir, que su valor no varía según lo producido. Los costos fijos solo pueden ser estipulados a corto plazo, ya que con el correr del tiempo eventualmente varían. Algunos ejemplos son: el pago de alquileres y los impuestos.
- **Costos variables.** Son aquellos costos que varían en relación a lo producido, es decir, que si se aumenta la producción estos costos serán mayores y viceversa. Algunos ejemplos son: la cantidad de materia prima utilizada, el embalaje y empaquetado de los productos.
- **Costo semi – variable.** Son aquellos costos que pueden variar según lo producido, pero estos cambios son más bien progresivos.

Según la relación entre los factores de producción y los productos:

- **Costos indirectos.** Son aquellos costos que tienen consecuencias sobre la producción en forma total, es decir, que no pueden ser asignados a un determinado producto. Los costos deben ser repartidos equitativamente entre todos los bienes producidos. Por ejemplo: el

aumento en insumos de limpieza de la fábrica o el aumento de los salarios de los trabajadores.

- **Costos directos.** Son aquellos costos que pueden ser asignados a cada bien o servicio en particular. Por ejemplo: el aumento de harina (que tiene una repercusión directa sobre la producción de pan) o el aumento de tinta (que impacta en la producción de libros).

Según su naturaleza:

- **Costos de mano de obra.** Son aquellos costos que derivan del pago de salarios de todos los miembros que participan en el proceso productivo y de todos los que forman parte de la estructura empresarial.
- **Costos de materia prima.** Son aquellos costos en los que se incurre al adquirir la materia prima para realizar un determinado producto.
- **Costos financieros.** Son aquellos costos que se necesitan para el financiamiento del negocio.
- **Costos de distribución.** Son aquellos costos que se producen en el sistema de distribución del producto.
- **Costos tributarios.** Son aquellos costos relacionados al pago de impuestos.

Ejemplos de costos

Ejemplos de costos fijos

- Servicio de Internet
- Pago de salarios
- Alquiler de oficina
- Servicio de luz, agua y gas
- Contratación de seguro
- Permisos municipales

- Impuestos

Ejemplos de costos variables

- Materia prima
- Mano de obra
- Embalaje y empaquetado
- Distribución
- Comisiones sobre ventas

3. La importancia de los aspectos tributarios

Registro en el SRI

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador.



Obtención del RUC

Ten presente que el RUC es el número, de once dígitos y único, que te identifica como contribuyente, seas persona jurídica o persona natural. Además, contiene los datos de identificación de tu actividad económica y es obligatorio en toda declaración o trámite que realices ante la Sunat.



¿Qué personas están obligadas a tener RUC?

Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas.

- **Obtención de facturas**

Una factura es un documento de carácter mercantil que indica una compraventa de un bien o servicio y que, entre otras cosas, debe incluir toda la información de la operación. Podemos decir que es una acreditación de una transferencia de un producto o servicio tras la compra del mismo.

¿Cómo se hace una factura?

Para que tu factura sea válida necesita cumplir con una serie de requisitos:

- Título "Factura". ...
- Fecha. ...

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Informe Final de Proyecto

- Número. ...
- Datos del emisor, es decir, tú o tu empresa. ...
- Datos del cliente. ...
- Descripción de los productos con su precio y porcentaje de IVA.
- Total de factura.



FACTURA CON SUBSIDIO

GAS DEL SUR
GASOLINERA GAS DEL SUR E.C.

RUC: 1799112233001
FACTURA
NÚ. 042-001-123456789
AUT. SRI: 123456789

Nombre Comercial (si consta en el RUC)
Razón Social (empresa)
Dirección de la matriz y establecimiento emisor (si existe correspondencia)
Identificación adicional
Fecha de emisión
Descripción del bien o servicio
Fecha de caducidad
Detalle Subsidio
Fecha de pago
Datos de la empresa
Destinatarios

RUC emisor
Determinación
Numeración
Número de autorización (Derogado por el SRI)
Fecha de autorización
Número de Cuit de Remisor (cuando correspondiere)
Precio Unitario
Valor gravado 12%
Valor gravado 7%
Descuentos
Valor subtotal (sin incluir impuestos)
Valor del IGV
Valor Total
Incluir en caso de encontrarse designado como tal

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Gasolina 95 Oct	LITROS	10.00	1.200,00	12.000,00

Valor total sin subsidio: 35,90
Monto por subsidio: 11,40

Valor gravado 12%: 1,44
Valor gravado 7%: 0,84
Descuentos: 0,00
Valor subtotal (sin incluir impuestos): 33,50
Valor del IGV: 3,50
Valor Total: 37,00

• **Elaboración de declaraciones ante el SRI**

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.

Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieran de la fracción básica no gravada.

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec
2. Ingresar a SRI en línea
3. Ingresar número de identificación y clave
4. Escoger opción declaraciones
5. Escoger Elaboración y envío de declaraciones
6. Escoger Formulario Renta Naturales
7. Completar formulario
8. Enviar declaración

- **Pago de impuestos**

Los impuestos son unas cantidades de (DINERO) que los ciudadanos, obligados por (LEY), pagan para que el Estado y el resto de las administraciones públicas dispongan de los recursos suficientes con los que financiar los bienes y servicios (PÚBLICOS).

¿Quién debe pagar?

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aún cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.

Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieran de la fracción básica no gravada.



**¿Qué pasa si
NO PAGO IMPUESTOS
de mi negocio?**

- **Recargos y multas**
El monto se actualiza y acumula, desde la fecha en que se debió realizar el pago.
- **Existe la posibilidad de sufrir un embargo**
Proceso por el cual las autoridades aseguran bienes a tu nombre o empresa, hasta realizar el pago.

IMPUESTOS

dejaasesores



Módulo Finanzas Básicas - Escuelas de empleabilidad y autoempleo

1. Aprendiendo a manejar el efectivo

- **El flujo de caja**

El flujo de caja es un reporte financiero que sirve para diferenciar los egresos de los ingresos de dinero en un periodo determinado.



4.1 Cómo se elabora

Los 5 pasos fundamentales para elaborar una herramienta práctica y fácil de usar:

- Contar con toda la información contable de la empresa, balance general y estado de resultados. Esa información dará el saldo inicial, o sea, el punto de partida del flujo.
- Definir el periodo a analizar. Esto dependerá del tipo de emprendimiento y los objetivos a medio o largo plazo.
- Registrar todos los ingresos de ese periodo.
- Registrar los gastos o egresos en el periodo.
- Con esos registros ya en la planilla, se calcula la diferencia entre los ingresos totales y gastos o egresos totales, junto con el monto inicial.

Actividad a realizar

La empresa “A” Cía. Ltda. desea comprar dos máquinas de coser, en la cual debe escoger aquella que le represente menor costo, pago y productividad. La máquina de coser Hyundai

2019 y la máquina de coser Sanyo 2019, las cuales tienen un costo de \$850.000 y \$800.000. La máquina A tiene una vida útil de 4 años y la B, de 6. El costo de operación de la máquina A es de \$200.000 y el de la B, \$212.500. Las dos tienen un valor de salvamento de 20% de valor de compra.

¿POR FAVOR, CALCULE EL COSTO ANUAL EQUIVALENTE E INDIQUE CUÁL ES LA MEJOR OPCIÓN?

2. La importancia de los aspectos tributarios

Registro en el SRI

Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria. Sirve para realizar alguna actividad económica de forma permanente u ocasional en el Ecuador.



Obtención del RUC

Ten presente que el RUC es el número, de once dígitos y único, que te identifica como contribuyente, seas persona jurídica o persona natural. Además, contiene los datos de identificación de tu actividad económica y es obligatorio en toda declaración o trámite que realices ante la Sunat.



¿Qué personas están obligadas a tener RUC?

Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas.

- **Obtención de facturas**

Una factura es un documento de carácter mercantil que indica una compraventa de un bien o servicio y que, entre otras cosas, debe incluir toda la información de la operación. Podemos decir que es una acreditación de una transferencia de un producto o servicio tras la compra del mismo.

¿Cómo se hace una factura?

Para que tu factura sea válida necesita cumplir con una serie de requisitos:

- Título "Factura". ...
- Fecha. ...
- Número. ...
- Datos del emisor, es decir, tú o tu empresa. ...
- Datos del cliente. ...

VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD

Informe Final de Proyecto

- Descripción de los productos con su precio y porcentaje de IVA.
- Total de factura.



EL GOBIERNO SUBSIDIA SUER PRODUCTOS

FACTURA CON SUBSIDIO

GAS DEL SUR
GASODINERA GAS DEL SUR EC

RUC: 179011223001
FACTURA
NO. 002-001-123456789
AIT. SRI: 123456789

Nombre Comercial (si consta el en RUC)
Razón Social/razón
Dirección de la matriz y establecimiento
ambos si aplica (correspondiente)
Identificación adquirente
Fecha de emisión
Descripción del bien o servicio
Fecha de cobro
Detalle Subsidio
Financiamiento
Datos de la empresa
Destinatario

RUC emisor
Denominación
Numeración
Número de autorización (Código por el SRI)
Fecha de autorización
Número de Cédula de Registro
(cuando corresponde)
Precio Unitario
Valor gravado 12%
Valor gravado 0%
Descuentos
Valor subtotal con incluir impuestos
Valor por IVA
Valor Total
Incluir en caso de exoneración
designado como tal

CANT.	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	PRECIO	VALOR	IVA 12%	IVA 0%
1	Gasodinería	litro	100	1.500	150,00	18,00	0,00

Valor total de cobro: S/168
Valor con subsidio: S/150
Valor gravado: S/180,00
Valor gravado 12%: S/18,00
Valor gravado 0%: S/0,00
Descuentos: S/0,00
Valor subtotal con incluir impuestos: S/168,00
Valor por IVA: S/18,00
Valor Total: S/186,00

El Gobierno del Ecuador garantiza el cumplimiento de la Ley de Subsidios a los Productos Básicos de Consumo. El precio de venta final con subsidio no podrá ser superior al precio de venta con IVA.

El precio de venta final con subsidio no podrá ser superior al precio de venta con IVA.

El precio de venta final con subsidio no podrá ser superior al precio de venta con IVA.

- **Elaboración de declaraciones ante el SRI**

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.

Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieran de la fracción básica no gravada.

Procedimiento para realizar el trámite en línea:

1. Ingresar a la página web: www.sri.gob.ec
2. Ingresar a SRI en línea
3. Ingresar número de identificación y clave
4. Escoger opción declaraciones
5. Escoger Elaboración y envío de declaraciones
6. Escoger Formulario Renta Naturales
7. Completar formulario
8. Enviar declaración

- **Pago de impuestos**

Los impuestos son unas cantidades de (DINERO) que los ciudadanos, obligados por (LEY), pagan para que el Estado y el resto de las administraciones públicas dispongan de los recursos suficientes con los que financiar los bienes y servicios (PÚBLICOS).

¿Quién debe pagar?

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.

Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieran de la fracción básica no gravada.



3. Fuentes de financiamiento para su emprendimiento

- **Acceso a fuentes de financiamiento público**

El Financiamiento Público está conformado por los recursos provenientes de la colocación de títulos y valores; por ejemplo, cuando el Estado emite bonos a través de la Bolsa de Valores. Otra modalidad son los préstamos que el Estado adquiere en el exterior; el saldo de caja de las entidades públicas.

- **Acceso a fuentes de financiamiento privado**

Es el sector que ejecuta actividades financieras, preservando los depósitos y atendiendo las demandas de intermediación financiera de la ciudadanía.

¿Cuáles son las instituciones financieras privadas del Ecuador?

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

BANCO NACIONAL DE FOMENTO.

BANCO AMAZONAS.

BANCO DEL PACIFICO.

BANCO PICHINCHA.

BANCO DE MACHALA.

BANCO SUDAMERICANO.

PRODUBANCO.

- **Otras fuentes de financiamiento**

1. Financiamiento interno

El financiamiento interno o autofinanciación es cuando la empresa, sea esta micro, PYME o gran empresa, utiliza los recursos propios generados previamente a través de su actividad comercial. En algunos casos, estos fondos suelen ser suficientes para financiar inversiones de cualquier tipo, que le permitan al negocio incrementar su rentabilidad. En otras palabras, el financiamiento interno no involucra fondos de fuentes externas, como en otros casos que veremos más adelante.

2. Apalancamiento financiero

El apalancamiento financiero consiste en combinar una porción de los fondos propios de la empresa con fondos provenientes de fuentes externas, como las entidades bancarias y su oferta crediticia. Pero, ¿cuándo se usa este tipo de financiación? Dependiendo de los objetivos que tenga la empresa, el apalancamiento se emplea cuando se quiere invertir más dinero del que realmente se tiene.

4. Incubadoras de proyectos

Otra forma de financiar empresas nuevas y pequeñas son las incubadoras de proyectos. Estas son empresas o instituciones que apoyan una idea con conocimientos, innovación, herramientas y espacios de trabajo para desarrollarla con éxito. En este mismo grupo, podemos incluir a las aceleradoras de negocios, que apoyan PYMES o startups ya constituidas que necesitan inyección de capital u otros recursos para crecer.



**PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LAS HABILIDADES Y DESTREZAS DE LOS EMPRENDEDORES
-USUARIOS DE LOS SERVICIOS MIES- BENEFICIARIOS DEL CRÉDITO DE DESARROLLO**

TALLER EMPRENDIMIENTO Y FINANZAS

1. DESCRIPCIÓN DEL EMPREDIMIENTO

NOMBRE DEL EMPREDIMIENTO	Nuevo Criadero de pollos
FECHA DE INICIO	17 de junio del 2023.
TIPO DE NEGOCIO	de pollos
DIRECCIÓN	Sinincay, el aliso puerta verde

2. OBJETIVO – PROPÓSITO DEL EMPREDIMIENTO

Mi objetivo es de vender las pollos en el mercado de Cuenca y que me compren.

(El usuario emprendedor debe saber que quiere lograr con su emprendimiento.)

3. Contenidos del taller: Módulo de Emprendimiento y de Finanzas

4. ANEXOS: 1) Actividades Presenciales; 2) Evaluación Final; 3) Registro fotográfico

Sara Elizabeth Ortega Garcia
Estudiante Facilitadora
Universidad del Azuay

Rosa Sinchi

Usuario/emprendedor(a)

Mgs. Verónica Rosales Moscoso
Docente Responsable
Universidad del Azuay

Mgs. Lenin Erráez Andrade
Responsable Zonal Inclusión Económica
Ministerio de Inclusión Económica y Social

Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el MIES y la UNIVERSIDAD DEL AZUAY para realizar y apoyar acciones conjuntas sobre temas de interés recíproco para cada una de LAS PARTES, priorizando el ámbito académico, científico, investigativo y de vinculación con la comunidad, a través de la articulación de académicos y estudiantes para el desarrollo integral e inclusión económica y social de las y los ciudadanos y ciudadanas en situación de pobreza y vulnerabilidad (usuarios del crédito de desarrollo humano de las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago).



ESCUELAS DE INCLUSIÓN ECONÓMICA

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Módulo Emprendimiento

Nombre: Rosa Hermelinda Sinchi Barbecho Fecha: 6 de mayo

Pregunta 1:

Nombre 4 características que cree que le define como emprendedor

1) Soy responsable
2) Conoce a su cliente ✓
3) Amable
4) bueno

Pregunta 2:

De las fuerzas internas ¿Cuál considera la más importante y por qué?

Ayuda a la sociedad o comunidades tener
Mente positiva

Pregunta 3:

De las fuerzas externas ¿Cuál considera la más importante para su emprendimiento y por qué?

Buenos valores familiares. Usar la tecnología.
Estar al día con sus empleados.



Pregunta 4:

Llene el cuadro FODA con la información proporcionada,
Juan es dueño de una mecánica en Racar y su negocio tiene algunos factores muy relevantes
como:

- Atención 24 horas-
- Personal Capacitado-
- Competencia abundante-
- Espacio reducido-
- Herramientas adecuada-
- Retraso de proveedores-
- Ubicación lejano-
- Costos cómodos-

Fortalezas	Oportunidades
Atención a 24 horas Personal capacitado	Herramientas adecuadas Ubicación lejana Competencia abundante
Debilidades	Amenazas
Espacio reducido Retraso de proveedores	Costos modos



ESCUELAS DE INCLUSIÓN ECONÓMICA
ACTIVIDADES PRESENCIALES
Módulo Finanzas

Nombre: _____ Fecha: _____

Ejercicio 1

Escriba lo que usted considera que es: un Ingresos o un Egreso (Gasto)

1. La nómina de un trabajador: Egresos
2. Lo que la empresa debe pagar por los seguros sociales de sus trabajadores: Egresos
3. La venta de mercancía a clientes: Ingresos
4. Las facturas de agua y luz: Gasto
5. La prestación de servicios a nuestros clientes: Egresos
6. La gasolina necesaria para realizar el trabajo: Gasto
7. La indemnización por despido de un trabajador: Ingresos
8. Beneficio obtenido por la venta de una maquinaria de la empresa: Ingresos
9. Factura del asesor fiscal: Egresos
10. Comisiones bancarias: Egresos

Pregunta 2:

Nombre 4 ejemplos de costos directos

- | |
|-------------------------------|
| 1. la comida para el chanchos |
| 2. El agua para los chanchos. |
| 3. la bandeja del comedor. |
| 4. El alimento. |

Pregunta 5:

¿Cómo se recomienda fijar los precios de los productos o servicios de un emprendimiento?

recomiendo que es un producto bueno
fija parando a la competencia.

Pregunta 6:


¿Qué es el RUC y para qué sirve?

para registrar y Identificar a los clientes, emprendedores

Pregunta 7:

¿Qué ocurre cuando no realizo el pago de mis impuestos?

puede traer consecuencias como: multas, embargos y muchas
consecuencias etc.



UNIVERSIDAD
DEL AZUAY

ESCUELAS DE INCLUSIÓN ECONÓMICA
EVALUACIÓN FINAL


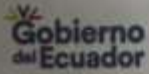

Nombre: Rosa Hermelinda Sinchi Barbecho Fecha: 06 de mayo

Pregunta 1:
¿Qué es un emprendedor?
Un emprendedor es un señor/a que pone ventas

Pregunta 2:
¿Qué características tiene un emprendedor?
tiene desarrollos nuevos, un buen comunicador, ser innovador ser atento.

Pregunta 3:
¿Qué es el desarrollo de producto?
de poco en poco en las tiendas o en las ferias

Pregunta 4:
El análisis FODA revisa las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del emprendimiento ¿Por qué se analizan?
Por fin de conocer las características del mercado

Ministerio de Inclusión Económica y Social  República del Ecuador  Gobierno del Ecuador  GUILLERMO LASSO PRESIDENTE

**ESCUELAS DE INCLUSIÓN ECONÓMICA
REGISTRO DE ASISTENCIA 2023
FASE I "INTRODUCCIÓN A LA INCLUSIÓN ECONÓMICA"**



COORDINACIÓN ZONAL :
DISTRITO:
Técnica/o Capacitadora/or:

6
UDZ CUENCA
Lenín Erraez Andrade

No.	No. Cédula	Nombres	Apellidos	Fecha Sesión 1	Firma de Usuario/a	Fecha Sesión 2	Firma de Usuario/a	Observación
1	0720479887	Rosio del Pilar	Tencosta Velatanga	22-05-23	Rosio Tencosta	23-05-2023	Rosio Tencosta	
2	06063081	Marian Patricia	Suamediano Sucubinda	22-05-2023	Maria Suamediano	23-05-2023	Maria Suamediano	
3	06053040	Marina Rocío	Quito Bustos	22-05-23	Marina Rocío	23-05-2023	Marina Rocío	
4	06060100	Concepción	Barbecho Navarro	22-05-23	Concepción	23-05-23	Concepción	
5	070624270	Susana Victoria	Pando Chaca	22-05-23	Susana Victoria	23-05-23	Susana Victoria	
6	010490510	Sonia Isabel	Mayagrosi Arceval	22-05-23	Sonia Isabel	23-05-23	Sonia Isabel	
7	1316428174	Yomira Jeandry	Cevallos Holguin	22-05-23	Yomira Cevallos	23-05-23	Yomira Cevallos	
8	020247280	Dianca del Rocío	chacua chabla	22-05-23	Dianca Chacua	23-05-23	Dianca Chacua	
9	094342065	Johaira del Rocío	Vasquez Anchundia	22-05-23	Johaira Vasquez A.	23-05-23	Johaira Vasquez A.	
10	010337606	Rosa Luisa	Miguitana Tencosta	22-05-23	Rosa Luisa	23-05-23	Rosa Luisa	
11	010895889	Carmen Tary	Corrales Corrales	22-05-23	Carmen Tary	23-05-23	Carmen Tary	
12	010252309	Esther Mercedes	Juárez Gutierrez	22-05-23	Esther Juarez	23-05-23	Esther Juarez	
13	070280038	Maria Luisa	Misanga Tibillín	22-05-23	Maria Luisa	23-05-23	Maria Luisa	
14	015105708	Tania Dignita	Sacanta Mantua	22-05-23	Tania Sacanta	23-05-23	Tania Sacanta	
15	010715407	Yenny Susana	Papira Chaparro	22-05-23	Yenny Papira	23-05-23	Yenny Papira	
16	015120980	Johanna Maribel	Quito Uygocari	22-05-23	Johanna Quito	23-05-23	Johanna Quito	

El responsable de la Unidad de Inclusión Económica certifica la asistencia y el registro de la asistencia de las/os usuarias/os detallados en el documento

Activ

**ESCUELAS DE INCLUSIÓN ECONÓMICA
REGISTRO DE ASISTENCIA 2023
FASE I "INTRODUCCIÓN A LA INCLUSIÓN ECONÓMICA"**



COORDINACIÓN ZONAL :
DISTRITO:
Técnica/o Capacitadora/or:

6
UDZ CUENCA
Lenín Erraez Andrade

No.	No. Cédula	Nombres	Apellidos	Fecha Sesión 1	Firma de Usuario/a	Fecha Sesión 2	Firma de Usuario/a	Observación
1	0704346776	Rosa Hermelinda	Sinchi Barbecho	22-05-2023	Rosa Sinchi	23-05-2023	Rosa Sinchi	
2	21895473795	Angel Leonardo	Fajardo Cordero	22-05-2023	Angel Fajardo	23-05-2023	Angel Fajardo	
3	0105066161	Nelly Fajardo Mercedes	Gustatanga	22-05-2023	Nelly Fajardo	23-05-2023	Nelly Fajardo	
4	0106101951	Angela Beatriz	Centenas Macabudo	22-05-23	Angela Centenas	23-05-23	Angela Centenas	
5	0103053138	Jennifer Carolina	Saramillo Avitez	22-05-23	Jennifer Saramillo	23-05-23	Jennifer Saramillo	
6	0101104700	Gloria Teresa	Lajana Marcelino	22-05-23	Gloria Lajana	23-05-23	Gloria Lajana	
7	0102355968	Susana Doregala	Alvarez Aliza	22-05-23	Susana Alvarez	23-05-23	Susana Alvarez	
8	0105369383	Melissa Alejandra	Puente Lucena	22-05-23	Melissa Puente	23-05-23	Melissa Puente	
9	010621003	Maria Fabula	Juarez Illescas	22-05-23	Maria Juarez	23-05-23	Maria Juarez	
10	0106028053	Rosario Elizabeth	Rodriguez Davila	22-05-23	Rosario Rodriguez	23-05-23	Rosario Rodriguez	
11	0705261857	Magnita Yanibel	Vélez Arriagos	22-05-23	Magnita Velez	23-05-23	Magnita Velez	
12	0104929871	Rosalio Angelita	Lajana Chasi	22-05-23	Rosalio Lajana	23-05-23	Rosalio Lajana	
13	0105862346	Neuma Lorena	Camacho Marca	22-05-23	Neuma Camacho	23-05-23	Neuma Camacho	
14	010123766	Carmon Asunción	De la Cruz Escobar	22-05-23	Carmon De la Cruz	23-05-23	Carmon De la Cruz	
15	010612402	Tatiana del Carmen	Quito Maita	22-05-23	Tatiana Quito	23-05-23	Tatiana Quito	
16	010627413	Gabriela Carolina	Panoffel Loza	22-05-23	Gabriela Panoffel	23-05-23	Gabriela Panoffel	

El responsable de la Unidad de Inclusión Económica certifica la asistencia y el registro de la asistencia de las/os usuarias/os detallados en el documento

Lenín Erraez Andrade
Responsable de la Unidad de Inclusión Económica

**ESCUELAS DE INCLUSIÓN ECONÓMICA
REGISTRO DE ASISTENCIA 2023
FASE I "INTRODUCCIÓN A LA INCLUSIÓN ECONÓMICA"**



COORDINACIÓN ZONAL:

DISTRITO:

Técnica/s Capacitador/a/s:

6

UDZ CUENCA

Lenín Erraiz Andrade

No.	No. Cédula	Nombres	Apellidos	Fecha Sesión 1	Firma de Usuario/a	Fecha Sesión 2	Firma de Usuario/a	Observación
1	0106103317	Carmen Yessenia	QUEZADO SARMIENTO	22-05-2023		23-05-2023		
2	070750834	Laurides RIVERA	RIVERA RIVERA	22-05-2023		23-05-2023		
3	0708002346	ANA LINDA	RIVERA PEREZ	22-05-23		23-05-2023		
4	0750081244	Sonia Marcel	Chacha Quischi	22-05-23		23-05-23		
5	0707404838	Monica LARSA	LAGUNA CAZHA	22-05-23		23-05-23		
6	0108134057	MARCELA J. MARA	CAWILPA NIVELA	22-05-23		23-05-23		
7	0705340823	Sandra RIVERA	MARZA MIALA	22-05-23		23-05-23		
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								

El responsable de la Unidad de Inclusión Económica certifica la asistencia y el registro de la asistencia de las/os usuarias/os detallados en el documento


Lenín Erraiz Andrade
Responsable de la Unidad de Inclusión Económica

Anexo 4: Firmas de asistencia de los estudiantes participantes en el proyecto.

Luis David Reibán Oleas
100 horas

Sara Elizabeth Ortega
García
100 horas

William Alexander moreno
Ordóñez
100 horas

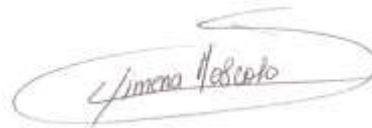
Rafael Marcos Sarmiento
Sarmiento
160 horas

Anexo 5: Fotografías





Elaborado por: Carlos Alberto Durazno Silva



Revisado por: Ximena Moscoso S.

Fecha de Entrega: 15/06/2023