

AAS 4244

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA



**CAPACITACIÓN DE MICROEMPRESARIOS Y RENTABILIDAD DE
LAS MICROEMPRESAS.**

Tutor: Econ. Ramón Figueroa
Autora: Rosana Díaz Chirino

Caracas, Octubre 2012

Dedico esta investigación a la Universidad Católica Andrés Bello,

A la Escuela de Economía y a sus excelentes profesores

Quienes han marcado e influido en mi preparación académica

De una manera positiva.

A Dios, a mis Padres, Hermanos y Amigos quienes

Sin su ayuda y apoyo no hubiese sido

Posible llegar hasta aquí.

Rosana Díaz Chirino.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a las siguientes personas que colaboraron en ésta investigación:

- Al Tutor de esta Tesis Ramón Figueroa por su tiempo y conocimientos académicos, por su dedicación y principalmente por su amistad y ayuda incondicional.
- A la Econ. Lisbeth Sánchez por brindarme su apoyo y por facilitarme parte del material utilizado en la elaboración de esta investigación.
- A la Coordinación de Proyección a la Comunidad por hacer posible la realización de los talleres.

Y a todos aquellos que de una u otra forma colaboraron para que este proyecto se realizara.

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS.....	2
INDICE DE CONTENIDO.....	3
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	4
INTRODUCCIÓN.....	5
CAPÍTULO I.....	7
CAPITAL HUMANO	7
DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS	7
COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN ACTIVA EN VENEZUELA.....	8
CAPÍTULO II	14
MICROEMPRESARIO.....	14
DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS	14
MICROEMPRESARIO E INNOVACIÓN	15
EMPRENDIMIENTO	16
DETERMINANTES DEL PROCESO EMPRESARIAL.....	18
CAPITULO III	19
MICROEMPRESA	19
DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.....	19
CAPITULO IV	22
CAPACITACIÓN DE MICROEMPRESARIOS	
DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD	22
CARACTERÍSTICAS DE LOS PROGRAMAS.....	23
PLAN DE TRABAJO/ACTIVIDADES EJECUTADAS	
METODOLOGÍA	27
DISEÑO DEL ESTUDIO	27
INSTRUMENTO DE LA RECOLECCION DE LA INFORMACION	66
ANALISIS DE LA INFORMACION.....	67

RESULTADOS Y ANALISIS	71
MICROEMPRESARIOS DE LA COMUNIDAD	71
INDICADORES Y RENTABILIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS	72
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFIA.....	87
ANEXOS.....	92

INTRODUCCIÓN

Los microempresarios contemplan una parte importante en el crecimiento económico del país, tomando en cuenta que, en su mayoría, estos emprendedores pertenecen a la clase menos favorecida en términos económicos del país, y que además, muchos de ellos a pesar de tener sus proyectos y metas definidas, no cuentan con las herramientas administrativas necesarias para el próspero crecimiento de sus microempresas.

Por esta razón, se quiere hacer un estudio sobre cuál es el impacto sobre la organización administrativa y sobre la variación en el beneficio de los negocios, que causan los talleres de emprendimiento dictados por la Escuela de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello a los microempresarios de la comunidad. Se espera que los resultados del estudio presenten un efecto positivo en el crecimiento de las microempresas, debido a que estos talleres tienen un esquema destinado a ofrecer las herramientas necesarias para que los microempresarios tengan el óptimo manejo de sus negocios, lo que seguidamente debería causar un incremento en el beneficio.

En Venezuela la situación económica ha sido para algunas personas un impulso para convertirse en microempresarios y para otros, por el contrario, ha sido un obstáculo. Las grandes empresas constituyen una parte importante para la economía del país, pero también hay que tomar en consideración a los microempresarios como un factor clave para el desarrollo de la economía. La gran mayoría de microempresarios son personas de clase media baja que ejercen sus negocios por necesidad, lo que hace que sus actividades sean

realizadas de forma oficiosa y casi obligada, y esto por lo general hace que sus microempresas sean frágiles.

Por esto se debe buscar alternativas para lograr que los microempresarios se vean motivados a emprender negocios rentables, siendo necesario el uso de herramientas suministradas en los talleres de emprendimiento empresarial dictados por la universidad, permitiéndoles así desarrollar una visión innovadora que es esencial para el éxito de cualquier actividad de emprendimiento. Los microempresarios deben tener estrategias de competitividad y mercadeo, conocer las necesidades del entorno donde desarrollaran sus negocios, y contar con el conocimiento de instrumentos administrativos que puedan ser útiles para un mejor financiamiento, y que además los coloque en una situación favorable en comparación con las grandes y medianas empresas con las cuales tengan que competir.

Hay que mencionar que no todas las personas que quieren llevar a cabo actividades de emprendimiento cuentan con la formación necesaria para optimizar los resultados de sus objetivos empresariales, esto se ve influenciado por la falta de recursos, ignorancia sobre la necesidad de conocimiento, tiempo, cargas familiares, etc.

Considerando lo mencionado anteriormente, resulta de vital importancia medir la efectividad y eficiencia de los negocios emprendidos por los microempresarios a través de la medición de sus beneficios obtenidos, luego de recibir las herramientas impartidas por los talleres de formación.

CAPÍTULO I

CAPITAL HUMANO

Este capítulo tiene como finalidad exponer los conceptos y características del capital humano, y hacer una revisión de la composición de la población laboral activa en Venezuela, que nos dará una visión del nivel de desempleo, variable clave para la creación de nuevas microempresas.

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Lucas (1988) definió el capital humano como el conjunto de habilidades o destrezas (skills) que cada persona tiene cuando se añade al proceso productivo. Estas habilidades están representadas con la letra (h) y se manifiesta básicamente en la productividad de cada persona. Por ejemplo, un trabajador con capital humano (2h) es dos veces más productivo que otro con capital humano (h).

Por lo tanto, la acumulación de capital humano hecha por cada persona, se verá afectada por la manera en que distribuyan su tiempo entre estudio y trabajo. Lucas propone que el capital humano se puede acumular también a través de la experiencia en el trabajo (learningbydoing).

El aumento de capital humano en los microempresarios espera evidenciarse después de haber recibido los talleres de formación que les servirán para mantener el desarrollo de sus microempresas.

Se desea con esta investigación identificar y analizar la efectividad de los instrumentos y herramientas de formación gerencial y empresarial de microempresarios. Además, diseñar una propuesta de mejoramiento del programa en cuanto a la figura del microempresario de acuerdo a sus necesidades y capacidades. Para esto, evaluaremos a través de indicadores de eficiencia y eficacia, el efecto que tiene el aprendizaje de herramientas económicas y administrativas (que ayudaran a una mejor organización y mejor seguimiento de las microempresas), en la utilidad de dichas microempresas. Estos resultados nos ayudaran a evaluar la efectividad de los talleres que ofrece la Escuela de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello a los microempresarios de la comunidad.

Cualquier programa de desarrollo del sector privado –así como las recomendaciones en materia de acción y de políticas que lleve aparejadas– debe basarse en la toma de conciencia del ahorro, la inversión y la innovación que conducen al desarrollo. El sector privado puede mitigar la pobreza al contribuir al crecimiento económico, la creación de empleo y los ingresos de los pobres. También puede potenciar la capacidad de los pobres mediante una amplia oferta de productos y servicios a precios inferiores. (Comisión sobre el Sector Privado & el Desarrollo, 2004).

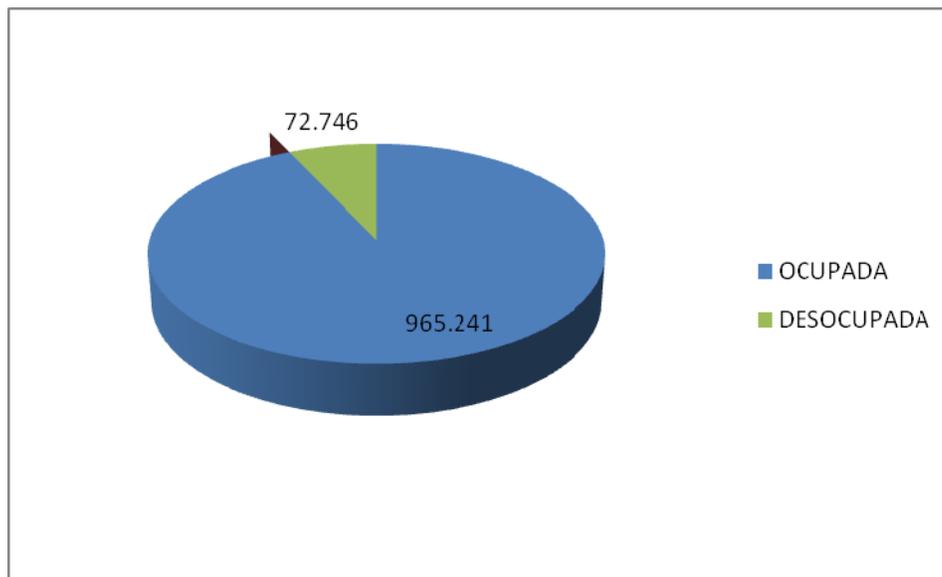
El dominio del capital humano está referido a la capacitación de la fuerza laboral, el incentivo a la formación educativa en sus diferentes niveles y la transmisión de la cultura emprendedora y de competencias específicas para emprender.

2. COMPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN ACTIVA EN VENEZUELA:

La población activa de un país, que corresponde a las personas que se han incorporado al mercado de trabajo, tendrá cavidad en esta investigación, tomando en cuenta las personas que ingresan en el sector formal e informal de Venezuela. De acuerdo a las encuestas oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE) en Venezuela, se ha registrado un aumento significativo en el número de personas que laboran en la informalidad.

El total de la población activa de Venezuela para el año 2011 ascendió a 2.103.070 de personas, de los cuales 87,7% estaba ocupada y el resto, 12,3 % se encontraba desocupada. En el siguiente gráfico se expone el total de población activa en Venezuela, con respecto a personas de 15 años y más, en el primer trimestre del 2011.

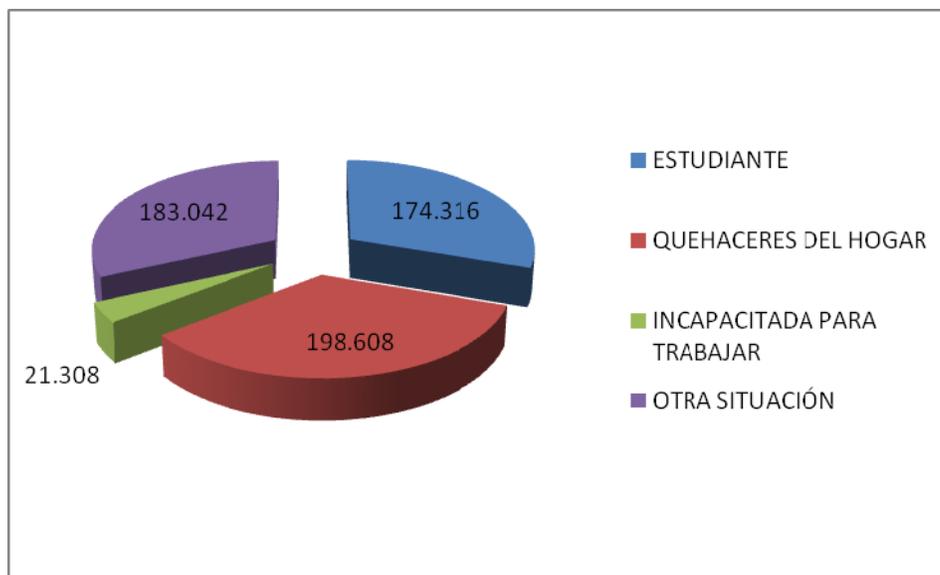
Gráfico # 1: Total de Población Activa en Venezuela



Fuente: Encuesta de Hogares por Muestreo (INE) 2011. Elaboración propia.

En cuanto a la población inactiva, tenemos que ascendió a 577.274 de personas para el año 2011, desglosado de la siguiente manera:

Gráfico # 2: Total de Población Inactiva en Venezuela

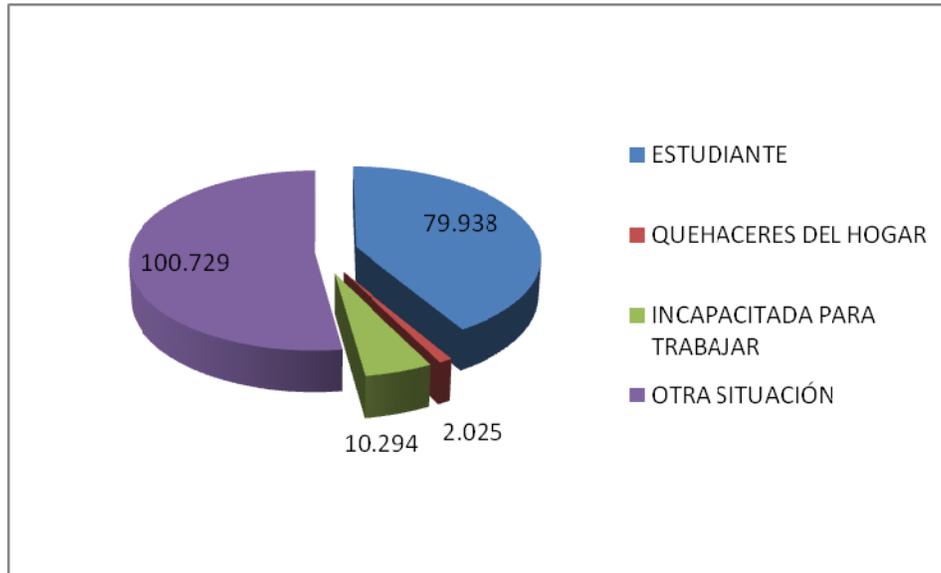


Fuente: Encuesta de Hogares por Muestreo (INE) 2011. Elaboración propia.

Además se desglosará la población activa e inactiva de Venezuela por género. En cuanto a los hombres, la población total activa ascendió a 577.988 de personas para el 2011, los cuales 92,7% estaban ocupados y el resto, 7,3% estaban desocupados.

La población inactiva tuvo un total de 192.986 de personas, en el caso de los hombres para el año 2011, desglosándose de la siguiente manera:

Gráfico # 3: Total de Población Inactiva en Venezuela (Hombres)

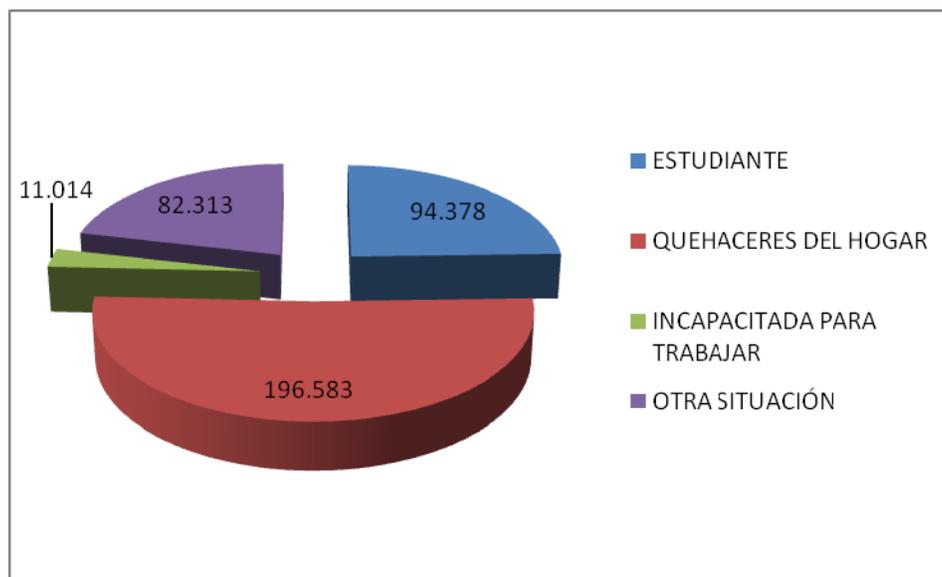


Fuente: Encuesta de Hogares por Muestreo (INE) 2011. Elaboración propia.

En Venezuela la población activa de las mujeres, en el año 2011 ascendió a 459.999 de personas, de las cuales 93,4% estaban ocupadas y solo un porcentaje de 6,6 estaban desocupadas.

La población inactiva de Mujeres en Venezuela, para el año 2011 fue de 3484.288 personas, en detalle, se desglosó de la siguiente manera:

Gráfico # 4: Total de Población Inactiva en Venezuela (Mujeres)



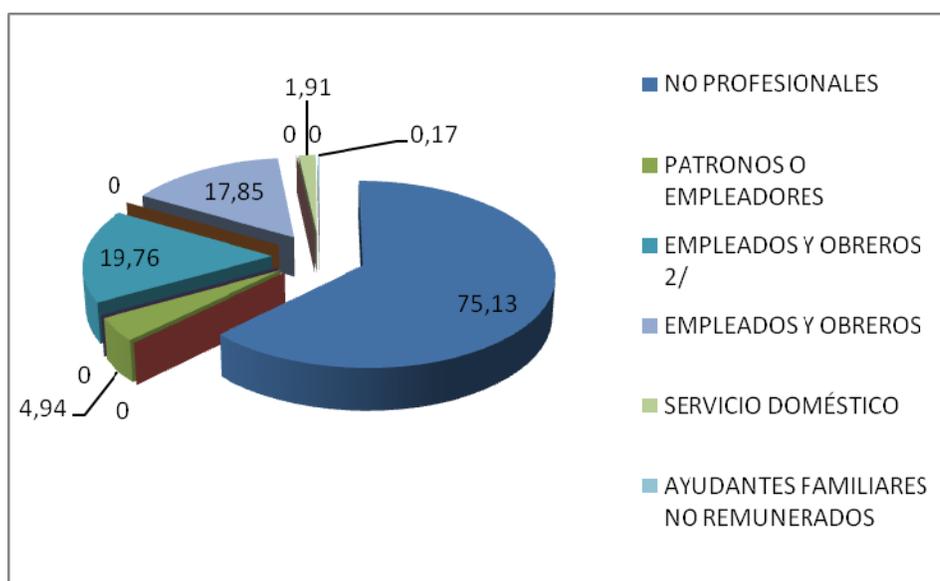
Fuente: Encuesta de Hogares por Muestreo (INE) 2011. Elaboración propia.

Los microempresarios que fueron caso de estudio para esta investigación, en su mayoría, pertenecen al sector informal de la economía. Dado los factores de inversión, localidad, distribución y rentabilidad de sus negocios.

En Venezuela, el crecimiento económico no ha conseguido absorber el crecimiento de la oferta laboral, generando así el problema de desempleo. El desempleo es y ha sido la causa principal que motiva a las personas a trabajar y a permanecer en el sector informal, en donde está presente el buhonerismo una de las modalidades mas conocidas en las ciudades de mayor desarrollo urbanístico del país. Esta es una actividad de venta al mayor o al detal de diversos bienes en la vía pública, tanto de manera ambulante, como en establecimientos improvisados, sin el cumplimiento de los requisitos legales que el ejercicio de la actividad comercial requiere (de acuerdo a las ordenanzas y leyes municipales), Mora (2002).

Para el año 2011, el total de población ocupada estaba distribuida de la siguiente manera, 74,3% en el sector formal y 24,7% en el sector informal. Siguiendo a las encuestas oficiales del Instituto Nacional de Estadística (INE) de Venezuela, el sector informal se encontraba distribuido de la siguiente manera:

Gráfico # 5: Categoría de ocupación del sector informal



Fuente: Encuesta de Hogares por Muestreo (INE) 2011. Elaboración propia

CAPÍTULO II

MICROEMPRESARIO

Este capítulo tiene como finalidad exponer el perfil del empresario, características e importancia del rol que representa en la economía, como principal actor en el crecimiento de sus microempresas, a través de una serie de habilidades que le permiten llevar el control de sus actividades productivas.

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS:

El empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y recursos financieros) para construir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que el emplea, de los gastos en que incurre y de la utilidad que busca. Para ser exitoso, debe tener juicio, perseverancia y conocimiento del mundo, de su empresa y de la administración de la misma. Siguiendo a Say (1803, citado en Valera, 2008)

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (DRAE), se hace alusión al empresario como el titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa. También designa a la persona que por concesión, contrata y ejecuta una obra o explota un servicio público, así como a un patrono o persona que contrata y dirige obreros.

Siguiendo a Cantillon (1996), el empresario es tanto aquel que produce, como aquellos intermediarios que intervienen en el proceso de distribución del producto

antes de que lleguen a las manos de los consumidores. Esto implica entonces que se incluyen en esta categoría a los transportadores y distribuidores al mayor y al detal.

Los microempresarios de esta investigación en su mayoría disponen de recursos propios como ahorros, tiempo de dedicación, habilidades especiales, etc. que aportan al desarrollo de sus microempresas.

Adicionalmente, apelaremos al concepto de microempresario oficial descrito en Gaceta Oficial N° 5.555 Extraordinaria, de la República Bolivariana de Venezuela (2001):

“los microempresarios son personas naturales auto-empleadas o emprendedoras de bajos ingresos, que desarrollen o puedan desarrollar actividades de comercialización, prestación de servicios, transformación y producción industrial o artesanal de bienes, con ventas anuales hasta por la cantidad de cuatro mil quinientas unidades tributarias (4.500 U.T.)”

El objetivo primordial del empresario es identificar nuevas ideas y ponerlas en marcha. Es la persona que lidera y es fuente de moción en el crecimiento de una nueva empresa. Por esta razón los talleres de formación económica ofrecidos por la Escuela de Economía de la UCAB, están dirigidos a ofrecerles herramientas de liderazgo, innovación y conocimientos contables a los microempresarios de la comunidad.

2. MICROEMPRESARIO E INNOVACIÓN:

El estudio de innovación aplicado en microempresarios, lo estudiaremos haciendo referencia a Schumpeter (1939), quien introduce como variable primordial, en la

teoría del análisis económico, el ciclo de innovación empresarial. El empresario no será entonces, aquel que inicie una empresa, ni el capitalista con gran poder adquisitivo.

El empresario es aquella persona con la capacidad e iniciativa de establecer, promover, y realizar nuevas combinaciones en los medios de producción, lo que quiere decir, que cualquier persona con un negocio establecido, o de hecho, sin negocio establecido, que tenga la destreza de generar y gestionar innovaciones substanciales dentro de las organizaciones o fuera de ellas.

El microempresario innovador debe estar al pie de la inserción de nuevas marcas, nuevas vías de comercialización, para poder de esa manera insertarse en el mercado competitivo.

Méndez (2002), define al espíritu o mentalidad empresarial como la capacidad que tienen las personas de identificar oportunidades de desarrollo empresarial y planificar el desarrollo de esas ideas. Pero el empresario exitoso no se detiene allí, sino que gestiona la ejecución de actividades que lleven a la puesta en marcha de la empresa y mantiene una actitud de aprendizaje permanente para mejorar las operaciones productivas. De igual forma, estará abierto a nuevas oportunidades que toda iniciativa empresarial tiende a generar.

3. EMPRENDIMIENTO:

El emprendimiento ha sido un fenómeno que ha generado mucha atención en los últimos años, Auletta (2008), propone que parte de la discusión se ha centrado en considerar el emprendimiento como un posible sustituto del modelo de las grandes empresas que han ido perdiendo su capacidad para generar nuevos empleos e innovación en los países más ricos.

Esto nos dice que aquellas empresas que nacen mediante el fenómeno del emprendimiento tendrán ventajas competitivas importantes a medida de que vaya creciendo y adaptándose al mercado, ya que la tasa de crecimiento será mayor al promedio de sus competidores.

El emprendedor se caracteriza por ser creativo, autosuficiente y tener iniciativa personal, así como tener algún conocimiento de principios de economía de mercado y de los procesos de creación de empresas en los diferentes niveles de educación formal. Estos contenidos pueden ser impartidos en instituciones tanto públicas como privadas para incentivar el fenómeno del emprendimiento.

En cuanto al tema de financiamiento para emprendedores, tenemos que las instituciones financieras están sometidas a regulaciones de riesgo que restringen la posibilidad de ofrecer créditos a iniciativas que no hayan demostrado su capacidad de pago. Esto lleva al emprendedor a financiarse en la primera etapa del proyecto con recursos propios, de familiares o amigos.

La efectiva vinculación de las universidades y los centros de investigación con el mundo empresarial requiere la generación de condiciones que propicien el contacto entre estos ámbitos, de manera que todos puedan verse beneficiados.

El proyecto de la escuela de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello lleva a cabo talleres dirigidos a emprendedores y microempresarios que permiten generar habilidades y destrezas necesarias para subsistir en el mercado.

4. DETERMINANTES DEL PROCESO EMPRESARIAL:

Los determinantes del proceso empresarial nos darán una visión más precisa de que herramientas pueden ser útiles en el momento de la enseñanza para el manejo de las microempresas. Seguiremos a Shapero (citado en Valera, 2008) que establece las siguientes características:

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

CAPÍTULO III

MICROEMPRESA

Las microempresas tienen una contribución bastante significativa en el crecimiento económico, competitividad, innovación y creación de empleo en los países latinoamericanos. En este capítulo revisaremos los conceptos y características de las microempresas en Latinoamérica

1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

Las pequeñas y medianas empresas tienden a crear empleo, debido a que son el origen para innovar y emprender. Suministran entradas y competencias, lo que conlleva un aumento de eficiencia y de desarrollo económico.

En la siguiente tabla se presentan las definiciones más utilizadas por los países latinoamericanos según Guaipatín (2003).

Tabla # 1: Definiciones Utilizadas en América Latina para Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa (PyME) y Grande Empresa.

Definición y País	Microempresa	PyME	Grande Empresa
Argentina	1 a 5	6 a 200	Desde 201

Brasil	1 a 9	10 a 99	Desde 100
Chile	0 a 60.000	60.000 a 2.500.000	Desde 2.500.000
Colombia	1 a 9	10 a 200	Desde 201
Costa Rica	1 a 4	5 a 70	Desde 70
Guatemala	1 a 10	N/D	
Honduras	1 a 10	11 a 50	
México	Variable de acuerdo al sector		
Nicaragua	N/D		
Panamá	0 a 150.000	150.000 a 2.500.000	Desde 2.500.000
República Dominicana	1 a 10	11 a 100	Desde 101
Venezuela	1 a 5	N/D	

1) En función del número de empleados

2) En función de las ventas (expresado en Dólares Norteamericanos)

3) En función del empleo y la actividad. Micro: manufacturas con menos de 30 empleados, comercio con menos de 5, servicios con menos de 20; Pymes: manufacturas entre 31 y 500, comercio entre 6 y 100, servicios entre 21 y 100; grandes: manufacturas con más de 501, comercio con más de 101, y servicios con más de 101 empleados.

Fuente: Guapatín (2003).

Según datos de Debates IESA (2011, Octubre-Diciembre), en Venezuela más del 18 por ciento de la población adulta declara estar iniciando su propio negocio. Sin embargo, la mayoría de estas microempresas son desarrolladas por necesidad y no a partir del aprovechamiento de oportunidades de mercado, lo que ocasiona un mal manejo de sus negocios.

Las microempresas tienen un problema fundamental en cuanto al acceso de financiamiento y capital a largo plazo, la base para hacer crecer el negocio. Esto ocasiona que las pequeñas y medianas empresas tengan una menor productividad total por el uso de tecnologías desfasadas o de mano de obra poco capacitada.

Siguiendo a Zedillo (2004), el costo de servicios para empresas suele superar el que están en condiciones de pagar las pequeñas y medianas empresas, o bien no viene en proporción con sus necesidades. Las bajas exportaciones efectuadas por las pequeñas y medianas empresas se deben en gran parte al desconocimiento de las normativas de calidad extranjeras.

CAPÍTULO IV

CAPACITACIÓN DE MICROEMPRESARIOS

Para efectos de esta investigación, tomaremos como referencia los talleres de emprendimiento y microempresarios, impartidos por la Escuela de Economía de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). En este capítulo describiremos los programas y objetivos de dichos talleres.

1. DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD:

Las personas que recibieron los talleres, pertenecían en su mayoría a las comunidades de Antimano y La Vega, y fueron divididas en dos grupos (Emprendedores y Microempresarios).

El grupo de emprendedores estaba comprendidos por aquellas personas que tenían en mente un proyecto que aun no se había iniciado, mientras el grupo de microempresarios, estaba comprendido por aquellas personas que ya tenían en marcha su negocio, y necesitaban herramientas contables y administrativas para el crecimiento de sus microempresas.

Estos programas de emprendimiento estructurados por la Escuela de Economía de la UCAB, se llevan a cabo en el edificio de Proyección a la Comunidad, ubicado en el Parque Social Padre Manuel Aguirre, Montalbán, Caracas. Gracias a los coordinadores de Servicio Comunitario que facilitan las herramientas necesarias para la realización de los talleres que fueron dictados los viernes de 10am a 12:30pm.

2. CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS:

- **Talleres de formación económica para emprendedores:**

Este programa está estructurado para la formación de personas que tengan en mente un proyecto de inversión y que requieran conocimientos administrativos y de mercadeo para poder llevar a cabo la idea. Se les instruye en temas de innovación y marketing para que sean capaces de visualizar los posibles obstáculos dentro del mercado en el cual se quieran desempeñar.

Se quiere además que estas personas distribuyan su inversión de manera que cuando pongan en marcha sus microempresas obtengan los resultados esperados, y se les incentiva a trabajar en pro a las cualidades de cada emprendedor para que sus microempresas sean totalmente satisfactorias para ellos y el entorno donde se desenvuelva.

- **Talleres de formación económica para microempresarios:**

Este programa está dirigido a microempresarios que ya tengan cierto tiempo en el mercado y que requieran de conocimientos contables, de mercadeo, etc. Para elevar la rentabilidad de sus negocios.

Estos talleres tienen la finalidad de que el microempresario sea capaz de hacer el correcto seguimiento de sus negocios, de manera que pueda reducir costos y elevar sus ingresos, además de que sea capaz de conocer plenamente el mercado donde se desenvuelve para prevenir o atacar a tiempo las irregularidades del mismo.

3. PLAN DE TRABAJO/ ACTIVIDADES EJECUTADAS:

A continuación se presentan cuadros con las actividades realizadas en los talleres de formación económica para emprendedores y para microempresarios.

- **Talleres de Formación para emprendedores:**

Tabla #2 Cronograma de talleres de emprendimiento

Semana 1 (11/03/11)	Módulo 1: Quiero Ser Empresario
Semana 2 (18/03/11)	Módulo 2: Formulación de Proyecto
Semana 3 (25/03/11)	Proyectos de Inversión
Semana 4 (08/04/11)	Actividad I: Jerarquización de Proyectos
Semana 5 (15/04/11)	Etapas de un Proyecto de Inversión, Tipos de inversión
Semana 6 (19/04/11)	Inversión en Capital de Trabajo, Inversión en Activos Fijos, Inversión en Gastos Pre operativos, Inversión Mixta
Semana 7 (06/05/11)	Actividad II: Clasificación de Inversiones, Evaluación Económica y Financiera de un Proyecto de Inversión
Semana 8 (13/05/11)	Actividad III: Ejercicio Práctico, Actividad IV: Evaluación de Proyectos
Semana 9 (20/05/11)	Evaluación de riesgo de un Proyecto de Inversión
Semana 10 (03/06/11)	Actividad V: Identificación de Riesgos, Actividad VI: Selección del Proyecto
Semana 10 (10/06/11)	Actividad VII: Formulación del Proyecto
Semana 11 (17/06/11)	Módulo 3: Oportunidades de Financiamiento, Formas y

	Fuentes de Financiamiento a Corto y Largo Plazo, Oportunidades que ofrece la Banca
--	---

Fuente: Programa de Servicio Comunitario de la Escuela de Economía.

- **Talleres de Formación para Microempresarios:**

Tabla #3 Cronograma de talleres para Microempresarios

Semana 1 (20/01/12)	Negocio como proyecto de vida
Semana 2 (27/01/12)	Ciclo administrativo: Organigrama, Estructura de la empresa
Semana 3 (10/02/12)	Mercadeo
Semana 4 (24/02/12)	Contabilidad Financiera: Conceptos Generales, La contabilidad y la empresa, Objetivos de la Contabilidad, Activo, pasivo y patrimonio
Semana 5 (02/03/12)	Contabilidad Financiera: Ecuación Fundamental de la Contabilidad, Ciclo Operacional
Semana 6 (09/03/12)	Contabilidad Financiera: Periodo Contable, ejercicio fiscal, Ingresos, gastos, costos y ganancias.
Semana 7 (16/03/12)	Contabilidad Financiera: Sistema de Contabilidad por partida doble, Libro Diario.
Semana 8 (23/03/12)	Contabilidad Financiera: Estados Financieros (Estado de Resultados, Balance General).

Semana 9 (13/04/12)	Contabilidad Financiera: Ejercicios Prácticos.
---------------------	--

Fuente: Programa de Servicio Comunitario de la Escuela de Economía.

CAPÍTULO V

METODOLOGÍA

El siguiente capítulo tiene como finalidad describir el proceso de elaboración del trabajo de campo llevado a cabo en esta investigación, los instrumentos utilizados, las técnicas empleadas y las limitaciones que dificultaron el cumplimiento idóneo de los objetivos planteados.

El propósito de este estudio es especializar a los microempresarios de las comunidades con especial énfasis en el rol que desempeñan los talleres de formación en la optimización de sus actividades.

A lo largo del estudio se realizaron recolecciones de datos de los microempresarios tales como: costos y proyecciones de venta de las microempresas. También se tomaron en cuenta datos descriptivos de las empresas como localización y sector económico en el que realiza sus actividades. Adicionalmente, se recopiló información demográfica de los microempresarios como edad, sexo y máximo nivel educativo alcanzado.

1. DISEÑO DEL ESTUDIO

El estudio realizado fue de tipo intensivo-descriptivo puesto que se estudiaron 31 casos particulares (31 microempresarios) sin posibilidades de generalización a poblaciones enteras.

La investigación se caracteriza por ser un “estudio de casos”:

“...los casos de estudio son útiles para descubrir la interacción de los factores característicos de un fenómeno”¹.

El estudio de casos permite organizar los datos de forma que se conserve el carácter unitario del objeto social que se está estudiando. Esta metodología es utilizada en áreas de investigación poco estudiadas y útil en la formulación de nuevas hipótesis de investigación.

Inicialmente se planeó tomar como muestra entre 15 y 20 microempresarios que recibieran el curso de formación económica para evaluar los datos de sus microempresas antes y después de haber recibido el taller. Se lograron obtener 31 microempresarios inscritos en los talleres de formación, y fueron evaluados quincenalmente a través de sus costos y ventas totales.

Los programas de formación económica para emprendedores y microempresarios, está diseñado para incentivar las habilidades y destrezas de innovación, la correcta administración de los factores productivos, y estrategias de marketing para introducirse al mercado con un nivel de competitividad que mantenga al negocio en crecimiento.

Para la sección de emprendedores se comienza con el tema de proyecto de inversión, que ayuda a visualizar las oportunidades de negocio según las características y habilidades del emprendedor, a continuación presentamos el programa de dicho módulo, diseñado por la Escuela de Economía, UCAB.

¹ Merriam (1998), pág.10.

PROYECTOS DE INVERSIÓN

Los microempresarios que tienen deseos de mejorar su negocio muchas veces no tienen identificado claramente ni lo que necesitan ni cómo obtenerlo para lograr sus objetivos, sino que tienen en mente muchas ideas sobre proyectos que desearían realizar.

Antes de realizar un inversión, el microempresario debe estar consciente de que todas sus ideas no se pueden ejecutar al mismo tiempo, y aunque todas sean igualmente atractivas, en algunas de ellas la microempresa tendrá serias limitaciones para poder convertirlas en realidad. Para poner en orden sus ideas de proyectos, al microempresario se le recomienda seguir los siguientes pasos:

1. Haga una lista de todas las ideas de proyectos (¿Qué se va a hacer?) que tenga en mente; no es necesario que siga un orden específico al enumerarlas.
2. Indique el motivo (¿Por qué?) que dio origen a cada idea.
3. Indique que beneficios (¿Para qué?) concretos le traería cada idea de proyecto a su microempresa.
4. Indique las desventajas y/o dificultades que se le presentarían para poner en marcha cada idea de proyecto.
5. Establezca un orden de importancia de las ideas de proyectos que podría poner en marcha en función de los beneficios y dificultades asociados a cada una.
6. Descarte las ideas de proyectos que menos le convengan realizar.

Actividad I: *Jerarquización de Proyectos (VER ANEXOS)*

La elaboración de un Proyecto de Inversión consiste en la recopilación de la información necesaria para la implementación de una actividad productiva que permita a sus promotores obtener una ganancia.

Etapas de un Proyecto de Inversión

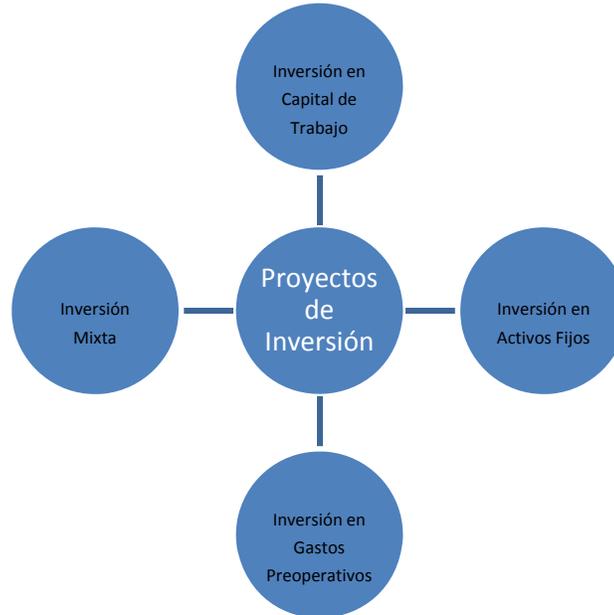
Las etapas de un proyecto de inversión se encuentran sintetizadas en la siguiente tabla:

Etapas	Descripción
<i>1. Estudio legal</i>	Referido a las condiciones de salubridad, seguridad ambiental, régimen de promoción industrial, etc.
<i>2. Estudio de mercado</i>	Dimensión de la demanda, calidad, precio, comercialización, competencia, etc.
<i>3. Ingeniería del proyecto</i>	Análisis de las técnicas a adoptar en base a los equipos a utilizar, tecnologías apropiadas, distribución de equipos en la planta, posibles problemas técnicos, etc.
<i>4. Tamaño y localización</i>	Análisis de la infraestructura requerida para satisfacer la demanda, disponibilidad de mano de obra, ubicación física considerando costos de transporte, etc.

5. <i>Magnitud y estructura de la inversión</i>	Se refiere al volumen y discriminación del capital que se necesita para la inversión
6. <i>Financiamiento</i>	Referido a las distintas fuentes a las que se recurrirá por el capital prestado, cuando el propio no es suficiente.
7. <i>Estudio económico y financiero</i>	Ordenar y sistematizar toda la información referida al aspecto monetario, que surgen de las etapas anteriores, estructuradas a modo de cuadros analíticos, que serán estudiados en la etapa siguiente.
8. <i>Evaluación económica y financiera</i>	Análisis de la información proveniente de la etapa anterior, con miras a tomar la decisión correcta.
9.- Evaluación de riesgo	Evaluación del riesgo involucrado en la ejecución de cada uno de los proyectos.

Tipos de Inversión:

Según las necesidades que se le puedan presentar, usted puede decidir invertir en varios tipos de bienes o servicios.



1. Inversión en Capital de Trabajo: Es la cantidad de recursos de corto plazo que requiere una empresa para la realización de las actividades.

Pueden ser:

- Efectivo: para cubrir gastos generales cuando la empresa así lo requiera, como por ejemplo, salarios, publicidad y arriendo.
- Materias primas: compras de grandes volúmenes que reducen costos al disfrutar de descuentos especiales o por la disminución del número de pedidos que se hacen.

- Productos en Proceso: compra de productos preprocesados que facilitan la producción de un bien final particular, disminuyendo los costos de producción.
- Productos Terminados: desembolsar el dinero necesario para fabricar y mantener un inventario de productos listos para la venta, con el objeto de no perder posibles ventas.
- Cartera: para aumentar las ventas, en ocasiones se requiere dar plazo a los clientes, o venderle a más clientes, a los plazos que soliciten.
- Cancelación de pasivos costosos: cuando se ha adquirido una deuda a altos intereses y es posible conseguir el dinero a un interés menor, se genera una utilidad adicional debido a que los costos de intereses se disminuyen.

2. Inversión en Activos Fijos: Este tipo de inversión debe estar orientada a lograr un aumento en el nivel de producción y ventas y una reducción de costos, al hacer más eficiente la producción y la venta. Corresponden a este tipo las inversiones realizadas en:

- Muebles y enseres.
- Maquinaria y equipo.
- Vehículos.
- Terrenos o locales.

3. Inversión en Gastos Preoperativos: son los gastos que hay que hacer antes de que el proyecto comience a producir y vender. Pueden ser:

- Investigación.
 - Estudios técnicos.
 - Costos de legalización.
 - Organización y promoción.
 - Administración y puesta en marcha.
 - Intereses durante la construcción.
4. Inversión Mixta: es la combinación de por lo menos dos tipos de proyectos, por ejemplo:
- a. Capital de trabajo y activos fijos.
 - b. Capital de trabajo y gastos preoperativos.
 - c. Activos fijos y gastos preoperativos.
 - d. Gastos preoperativos, capital de trabajo y activos fijos.

Actividad II: Clasificación de Inversiones (VER ANEXOS)

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

La evaluación de un proyecto de inversión tiene como propósito establecer en el presente si dicho proyecto es rentable económica y financieramente, de tal manera que los interesados puedan tomar una actitud frente al mismo, en el sentido de implementarlo o no.

Se debe efectuar un análisis financiero, empleando distintos procedimientos que permiten medir aspectos tales como el valor de la inversión, la rentabilidad, el tiempo necesario para recuperar la inversión; estos procedimientos se denominan criterios de

evaluación del proyecto de inversión: distintos procedimientos financieros que se utilizan para la medición de ciertos aspectos cuantitativos de un proyecto. Estas mediciones se deben realizar en una instancia previa al momento de iniciar el proyecto; de esa forma, el conocimiento de los valores que surjan de la evaluación permitirá tomar una decisión.

Rentabilidad es una medida de la cantidad de dinero que produce una inversión o una actividad. Para calcular la rentabilidad de un proyecto de inversión se deben seguir los siguientes pasos:

1. Calcule el valor total del proyecto de inversión.
2. Analice el efecto total en las ventas y en los costos.
3. Calcular la utilidad adicional generada directamente por la inversión a partir del análisis del punto 2, haciendo el siguiente calculo:

$$\text{Utilidad Adicional Mensual} = \text{Aumento Mensual en Ventas} + \text{Disminuciones Mensuales en Costos} - \text{Aumentos Mensuales en Costos}$$

4. Calcular la rentabilidad del proyecto, a partir de la siguiente fórmula:

$$\text{Rentabilidad Mensual de la Inversión} = \frac{\text{Utilidad Adicional Mensual}}{\text{Valor de la Inversión}} \times 100$$

5. Calcular el tiempo de recuperación de la inversión, a partir de la siguiente fórmula:

$$\text{Tiempo de recuperación de la inversión} = \frac{\text{Valor de la inversión}}{\text{Utilidad Adicional Mensual}}$$

Actividad III: *Ejercicio Práctico (VER ANEXOS)*

Actividad IV: Evaluación de Proyectos (VER ANEXOS)

EVALUACIÓN DE RIESGO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Cuando los inversionistas deciden utilizar sus recursos o de terceros en una actividad productiva asumen un riesgo, el riesgo que puede significar fracasar en dicha "experiencia" y por consiguiente ocasionarles pérdidas. Para evaluar el riesgo involucrado en la ejecución de un proyecto de inversión, se deberían considerar los siguientes aspectos:

- La posibilidad de que surjan mejores productos o servicios por parte de la competencia.
- La reducción en el número de clientes de la empresa.
- La reducción en el volumen de compra de los clientes.
- La entrada al mercado de nuevos competidores.
- La lentitud en el abastecimiento de materia prima o la escasez temporal de las mismas.
- La lentitud en el proceso de producción que dificulte una entrega oportuna de los productos.
- La reducción del precio de venta del producto, derivada de una situación de fuerte competencia.
- Los incrementos inesperados en los costos de las materias primas.
- Los incrementos en los costos laborales y en otros que tengan incidencia sobre el costo total del producto o servicio.
- Los problemas de rotación de personal que se puedan presentar.
- Las demoras en la recuperación de cartera.

- Los retrasos que puedan presentarse en el cumplimiento de los planes de ventas que se diseñaron al estudiarse el proyecto.
- Las demoras que se puedan presentar en el trámite y desembolso de los créditos por parte de la entidad financiera.
- El deterioro de la situación política, económica y social de la región y el país.

Actividad V: *Identificación de Riesgos (VER ANEXOS)*

Actividad VI: *Selección del Proyecto (VER ANEXOS)*

Actividad VII: *Formulación del Proyecto*

La última parte de los talleres de formación económica para los emprendedores es sobre el tema de oportunidades de financiamiento, esperando que al llegar a esta sesión, ya todos los participantes tengan un modelo claro de la actividad económica que quieran emprender y las herramientas necesarias para empezar a construir sus microempresas. A continuación añadimos el contenido del programa realizado por la Escuela de Economía, UCAB.

Formas y Fuentes de Financiamiento a Corto y Largo Plazo

A continuación se presenta un resumen de las principales fuentes de financiamiento a corto y largo plazo comúnmente utilizadas por las empresas.

Dentro del Financiamiento a Corto Plazo podemos encontrar las siguientes alternativas: Créditos Comerciales, Bancarios, Pagarés, Líneas de Crédito, Papeles Comerciales, por medio de las Cuentas por Cobrar y por medio de Inventarios. Por otra

parte, se encuentran los Financiamientos a Largo Plazo constituidos principalmente por las Hipotecas, Acciones, Bonos y Arrendamientos Financieros.

Cada una de dichas opciones de financiamiento será estudiada desde el punto de vista de sus significados, ventajas, desventajas, importancia y formas de utilización. De esta manera, esperamos que se refleje la utilidad de los diferentes mecanismos de financiación dentro de las actividades comerciales que se realizan diariamente.

1.- Fuentes de Financiamiento a Corto Plazo.

1.1.- Crédito Comercial.

Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos por pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos.

Importancia.

El crédito comercial constituye un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa para la obtención de recursos de la manera menos costosa posible. Por ejemplo, las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial. Son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa. Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar figuran la Cuenta Abierta, la cual, permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagar por ella en un plazo corto determinado; las Aceptaciones Comerciales, que son esencialmente cheques pagaderos al proveedor en el futuro; los Pagarés que son un reconocimiento formal del crédito recibido; la Consignación en la cual no se otorga crédito alguno y la propiedad de las mercancías no pasa nunca al acreedor a la empresa. Más bien, la mercancía se remite a la empresa en el

entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor retirando únicamente una pequeña comisión por concepto de la utilidad.

Ventajas.

- * Es un medio más equilibrado y menos costoso de obtener recursos.
- * Da oportunidad a las empresas de agilizar sus operaciones comerciales.

Desventajas

- * Existe siempre el riesgo de que el acreedor no cancele la deuda, lo que trae como consecuencia una posible intervención legal.
- * Si la negociación se hace a crédito se deben cancelar tasas pasivas.

Formas de Utilización.

El crédito surge en el curso normal de las operaciones diarias. Por ejemplo, cuando la empresa incurre en los gastos que implican los pagos que efectuará más adelante o acumula sus adeudos con sus proveedores, está obteniendo de ellos un crédito temporal. Ahora bien, los proveedores de la empresa deben fijar las condiciones en que esperan que se les pague cuando otorgan el crédito. Las condiciones de pago clásicas pueden ser desde el pago inmediato, o sea al contado, hasta los plazos más liberales, dependiendo de cual sea la costumbre de la empresa y de la opinión que el proveedor tenga de la capacidad de pago de la empresa.

Una cuenta de Crédito Comercial únicamente debe aparecer en los registros cuando éste crédito comercial ha sido comprado y pagado en efectivo, en acciones del capital, u otras propiedades del comprador. El crédito comercial no puede ser comprado independientemente;

tiene que comprarse todo o parte de un negocio para poder adquirir ese valor intangible que lo acompaña.

1.2.- Crédito Bancario.

Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales.

Importancia.

El Crédito bancario es una de las maneras mas utilizadas por parte de las empresas hoy en día de obtener el financiamiento necesario.

Casi en su totalidad son bancos comerciales que manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad y proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Como la empresa acude con frecuencia al banco comercial en busca de recursos a corto plazo, la elección de uno en particular merece un examen cuidadoso. La empresa debe estar segura de que el banco podrá auxiliar a la empresa a satisfacer las necesidades de efectivo a corto plazo que ésta tenga y en el momento en que se presente.

Ventajas.

* Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, lo cual la sitúa en el mejor ambiente para operar y obtener utilidades.

* Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital

Desventajas.

* Un banco muy estricto en sus condiciones, puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar en detrimento de las utilidades de la empresa.

* Un Crédito Bancario acarrea tasas pasivas que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses.

Formas de Utilización.

Cuando la empresa se presente con el funcionario de préstamos del banco, debe ser capaz de negociar, debe dar la impresión de que es competente.

Si se va en busca de un préstamo, habrá que presentarse con el funcionario correspondiente con los datos siguientes:

- a) La finalidad del préstamo.
- b) La cantidad que se requiere.
- c) Un plan de pagos definido.
- d) Pruebas de la solvencia de la empresa.
- e) Un plan bien trazado de cómo espera la empresa desenvolverse en el futuro y lograr una situación que le permita pagar el préstamo.
- f) Una lista con avales y garantías colaterales que la empresa está dispuesta a ofrecer, si las hay y son necesarias.

El costo de intereses varía según el método que se siga para calcularlos. Es preciso que la empresa sepa siempre cómo el banco calcula el interés real por el préstamo.

Luego que el banco analice dichos requisitos, tomará la decisión de otorgar o no el crédito.

1.3.- Pagaré.

Es un instrumento negociable, el cual constituye una "promesa" incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador.

Importancia.

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. La mayor parte de los pagarés llevan intereses, el cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario. Los instrumentos negociables son pagaderos a su vencimiento.

Ventajas.

- Es pagadero en efectivo.
- Hay alta seguridad de pago al momento de realizar alguna operación comercial.

Desventajas.

* Puede surgir algún incumplimiento en el pago que requiera acción legal.

Formas de Utilización.

Los pagarés se derivan de la venta de mercancía, de préstamos en efectivo, o de la conversión de una cuenta corriente. Dicho documento debe contener ciertos elementos de negociabilidad entre los que destaca que:

- Debe ser por escrito y estar firmado por el girador.
- Debe contener una orden incondicional de pagar cierta cantidad en efectivo estableciéndose también la cuota de interés que se carga por la extensión del crédito por cierto tiempo.
- El interés para fines de conveniencia en las operaciones comerciales se calculan, por lo general, en base a 360 días por año.
- Debe ser pagadero a favor de una persona designada, puede estar hecho al portador.
- Debe ser pagadero a su presentación o en cierto tiempo fijo y futuro determinable.
- Cuando un pagaré no es pagado a su vencimiento y es protestado, el tenedor del mismo debe preparar un certificado de protesto y un aviso de protesto que deben ser elaborados por alguna persona con facultades notariales. El tenedor que protesta paga al notario público una cuota por la preparación de los documentos del protesto; el tenedor puede cobrarle estos gastos al girador, quien está obligado a reembolsarlos. El notario público aplica el sello de "Protestado por Falta de Pago" con la fecha del protesto, y aumenta los intereses acumulados al monto del pagaré, firmándolo y estampando su propio sello notarial.

1.4.- Línea de Crédito.

La Línea de Crédito significa dinero siempre disponible en el banco, durante un período convenido de antemano.

Importancia.

Es importante ya que el banco está de acuerdo en prestar a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de cierto período, en el momento que lo solicite. Aunque por lo general no constituye una obligación legal entre las dos partes, la línea de crédito casi siempre es respetada por el banco y evita la negociación de un nuevo préstamo cada vez que la empresa necesita disponer de recursos.

Ventajas.

* Es un efectivo "disponible" con el que la empresa cuenta.

Desventajas.

* Se debe pagar un porcentaje de interés cada vez que la línea de crédito es utilizada.

* Este tipo de financiamiento, está reservado para los clientes más solventes del banco, y sin embargo en algunos casos el mismo puede pedir garantía colateral antes de extender la línea de crédito.

* Se le exige a la empresa que mantenga la línea de crédito "limpia", pagando todas las disposiciones que se hayan hecho.

Formas de Utilización.

El banco presta a la empresa una cantidad máxima de dinero por un período determinado. Una vez que se efectúa la negociación, la empresa no tiene que informar al banco de su deseo de "disponer" de tal cantidad, ya que firma un documento que indica la suma, y el banco transfiere fondos automáticamente a la cuenta de cheques.

El Costo de la Línea de Crédito por lo general se establece durante la negociación original,

aunque normalmente fluctúa con la tasa prima. Cada vez que la empresa dispone de una parte de la línea de crédito paga el interés convenido.

Al finalizar el plazo negociado originalmente, la línea deja de existir y las partes tendrán que negociar otra si así lo desean.

1.5.- Papeles Comerciales.

Es una Fuente de Financiamiento a Corto Plazo que consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes.

Importancia.

Las empresas pueden considerar la utilización del papel comercial como fuente de recursos a corto plazo no sólo porque es menos costoso que el crédito bancario sino también porque constituye un complemento de los préstamos bancarios usuales. El empleo juicioso del papel comercial puede ser otra fuente de recursos cuando los bancos no pueden proporcionarlos en los períodos en que las necesidades exceden los límites de financiamiento de los bancos.

Hay que recordar siempre que el papel comercial se usa primordialmente para financiar necesidades de corto plazo, como capital de trabajo, y no para financiar activos de capital a largo plazo.

Ventajas.

- * El Papel comercial es una fuente de financiamiento menos costosa que el Crédito Bancario.
- * Sirve para financiar necesidades a corto plazo, por ejemplo el capital de trabajo.

Desventajas.

- * Las emisiones de Papel Comercial no están garantizadas.
- * Deben ir acompañados de una línea de crédito o una carta de crédito en dificultades de pago.
- * La negociación acarrea un costo por concepto de una tasa prima.

Formas de Utilización.

El papel comercial se clasifica de acuerdo con los canales a través de los cuales se vende, con el giro operativo del vendedor o con la calidad del emisor. Si el papel se vende a través de un agente, se dice que está colocada con el agente, quien a su vez lo revende a sus clientes a un precio más alto. Por lo general retira una comisión de 1/8 % del importe total por manejar la operación.

Por último, el papel se puede clasificar como de primera calidad y de calidad media. El de primera calidad es el emitido por el más confiable de todos los clientes confiables, mientras que el de calidad media es el que emiten los clientes sólo un poco menos confiables. Esto encierra para la empresa una investigación cuidadosa.

El costo del papel comercial ha estado tradicionalmente $\frac{1}{2}$ % debajo de la tasa prima porque, sea que se venda directamente o a través del agente, se eliminan la utilidad y los costos del banco.

El vencimiento medio del papel comercial es de tres a seis meses, aunque en algunas ocasiones se ofrecen emisiones de nueve meses y a un año. No se requiere un saldo mínimo.

En algunos casos, la emisión va acompañada por una línea de crédito o por una carta de crédito, preparada por el emisor para asegurar a los compradores que, en caso de dificultades con el

pago, podrá respaldar el papel mediante un convenio de préstamo con el banco. Esto se exige algunas veces a las empresas de calidad menor cuando venden papel, y aumentan la tasa de interés real.

1.6.- Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.

Es aquel en la cual la empresa consigue financiar dichas cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella.

Importancia.

Es un método de financiamiento que resulta menos costoso y disminuye el riesgo de incumplimiento. Aporta muchos beneficios que radican en los costos que la empresa ahorra al no manejar sus propias operaciones de crédito. No hay costos de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas; no hay costo del departamento de crédito, como contabilidad y sueldos, la empresa puede eludir el riesgo de incumplimiento si decide vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general es más costoso, y puede obtener recursos con rapidez y prácticamente sin ningún retraso ni costo.

Ventajas.

- * Es menos costoso para la empresa.
- * Disminuye el riesgo de incumplimiento.
- * No hay costo de cobranza.

Desventajas.

* Existe un costo por concepto de comisión otorgado al agente.

* Existe la posibilidad de una intervención legal por incumplimiento del contrato.

Formas de Utilización.

Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente. Por lo regular se dan instrucciones a los clientes para que paguen sus cuentas directamente al agente o factor, quien actúa como departamento de crédito de la empresa. Cuando recibe el pago, el agente retiene una parte por concepto de honorarios por sus servicios a un porcentaje estipulado y abonar el resto a la cuenta de la empresa. La mayoría de las cuentas por cobrar se adquieren con responsabilidad de la empresa, es decir, que si el agente no logra cobrar, la empresa tendrá que rembolsar el importe ya sea mediante el pago en efectivo o reponiendo la cuenta incobrable por otra mas viable.

1.7.- Financiamiento por medio de los Inventarios.

Es aquel en el cual se usa el inventario como garantía de un préstamo en que se confiere al acreedor el derecho de tomar posesión en caso de que la empresa deje de cumplir.

Importancia.

Gravando el inventario como colateral es posible obtener recursos de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales en estos casos, como son: el Depósito en Almacén Público, el Almacenamiento en la Fábrica, el Recibo en Custodia, la Garantía Flotante y la Hipoteca.

Ventajas.

- * Permite aprovechar una importante pieza de la empresa como es el Inventario de Mercancía.
- * Brinda oportunidad a la organización de hacer más dinámicas sus actividades.

Desventajas.

- * Le genera un Costo de Financiamiento al deudor.
- * El deudor corre riesgo de perder el Inventario dado en garantía en caso de no poder cancelar el contrato.

Formas de Utilización.

Por lo general al momento de hacerse la negociación, se exige que los artículos sean duraderos, identificables y susceptibles de ser vendidos al precio que prevalezca en el Mercado. El acreedor debe tener derecho legal sobre los artículos, de manera que si se hace necesario tomar posesión de ellos el acto no sea materia de controversia.

El gravamen que se constituye sobre el inventario se debe formalizar mediante alguna clase de convenio que pruebe la existencia del colateral. En él se especifica no sólo la garantía sino también los derechos del banco y las obligaciones del beneficiario, entre otras cosas.

Además del convenio de garantía, se podrán encontrar otros documentos probatorios entre los cuales se pueden citar el Recibo en Custodia y el Almacenamiento. Ahora bien, cualquiera que sea el tipo de convenio que se celebre, para la empresa se generará un Costo de Financiamiento que comprende algo más que los intereses por el préstamo, aunque éste es el gasto principal. A la empresa le toca absorber los cargos por servicio de mantenimiento del Inventario, que pueden incluir almacenamiento, inspección por parte de los representantes del acreedor y manejo, todo lo cual forma parte de la obligación de la empresa de conservar el inventario de manera que no

disminuya su valor como garantía. Normalmente no debe pagar el costo de un seguro contra pérdida por incendio o robo.

2.- Fuentes y Formas de Financiamiento a Largo Plazo.

2.1.- Hipoteca.

Es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.

Importancia.

Es importante señalar que una hipoteca no es una obligación a pagar ya que el deudor es quien otorga la hipoteca y el acreedor es quien la recibe. En caso de que el prestamista no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario.

Vale destacar que la finalidad de las hipotecas por parte del prestamista es obtener algún activo fijo, mientras que para el prestatario es tener seguridad de pago por medio de dicha hipoteca así como obtener ganancia de la misma por medio de los intereses generados.

Ventajas.

* Para el prestatario es rentable debido a la posibilidad de obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.

* Da seguridad al prestatario de no obtener pérdida al otorgar el préstamo.

* El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien.

Desventajas.

* Al prestamista le genera una obligación ante terceros.

* Existe riesgo de surgir cierta intervención legal debido a falta de pago.

Formas de Utilización.

La hipoteca confiere al acreedor una participación en el bien. El acreedor tendrá que acudir al tribunal y lograr que la mercancía se venda por orden de éste. Es decir, que el bien no pasa a ser del prestamista hasta que no haya sido cancelado el préstamo. Este tipo de financiamiento por lo general es realizado por medio de los bancos.

2.2.- Acciones.

Las acciones representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización a la que pertenece.

Importancia.

Son de mucha importancia ya que miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales, etc.

Ventajas.

* Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso.

* Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas.

Desventajas

* El empleo de las acciones diluye el control de los actuales accionistas.

* El costo de emisión de acciones es alto.

Formas de Utilización.

Las acciones se clasifican en Acciones Preferentes que son aquellas que forman parte del capital contable de la empresa y su posesión da derecho a las utilidades y a los activos de la misma, en caso de liquidación. Por otro lado, se encuentran las Acciones Comunes que representan la participación residual que confiere al tenedor un derecho sobre las utilidades y los activos de la empresa, después de haberse satisfecho las reclamaciones prioritarias por parte de los accionistas preferentes. Por esta razón se entiende que la prioridad de las acciones preferentes supera a las de las acciones comunes. Sin embargo, ambos tipos de acciones se asemejan en que el dividendo se puede omitir, en que las dos forman parte del capital contable de la empresa y ambas tienen fecha de vencimiento.

Las emisiones más recientes se venden a través de un suscriptor, el método utilizado para vender las nuevas emisiones de acciones es el derecho de suscripción el cual se hace por medio de un corredor de inversiones.

Después de haber vendido las acciones, la empresa tendrá que cuidar su valor y considerar operaciones tales como el aumento del número de acciones, la disminución del número de acciones, el listado y la recompra.

2.3.-Bonos.

Es un instrumento escrito en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma determinada en una fecha específica.

Importancia.

Cuando una sociedad anónima tiene necesidad de fondos adicionales a largo plazo se ve en el caso de tener que decidir entre la emisión de acciones adicionales del capital o de obtener préstamo expidiendo evidencia del adeudo en la forma de bonos. La emisión de bonos puede ser ventajosa si los actuales accionistas prefieren no compartir su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos se deriva de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas.

El tenedor de un bono es un acreedor; un accionista es un propietario. Debido a que la mayor parte de los bonos tienen que estar respaldados por activos fijos tangibles de la empresa emisora, el propietario de un bono posiblemente goce de mayor protección a su inversión, el tipo de interés que se paga sobre los bonos es, por lo general, inferior a la tasa de dividendos que reciben las acciones de una empresa.

Ventajas.

- * Los bonos son fáciles de vender ya que sus costos son menores.
- * El empleo de los bonos no diluye el control de los actuales accionistas.
- * Mejoran la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa.

Desventajas.

- * La empresa debe ser cuidadosa al momento de invertir dentro de este mercado.

Formas de Utilización.

Cada emisión de bonos está asegurada por una hipoteca conocida como "Escritura de Fideicomiso".

El tenedor del bono recibe una reclamación o gravamen en contra de la propiedad que ha sido ofrecida como seguridad para el préstamo. Si el préstamo no es cubierto por el prestatario, el fideicomiso puede iniciar acción legal a fin de que se saque a remate la propiedad hipotecada y el valor obtenido de la venta sea aplicada al pago del adeudo.

Al momento de hacerse los arreglos para la expedición de bonos, la empresa prestataria no conoce los nombres de los futuros propietarios de los bonos debido a que éstos serán emitidos por medio de un banco y pueden ser transferidos, más adelante, de mano en mano. En consecuencia la escritura de fideicomiso de estos bonos no puede

mencionar a los acreedores, como se hace cuando se trata de una hipoteca directa entre dos personas. La empresa prestataria escoge como representantes de los futuros propietarios de bonos a un banco o una organización financiera para hacerse cargo del fideicomiso. La escritura de fideicomiso transfiere condicionalmente el título sobre la propiedad hipotecada al fideicomisario.

Por otra parte, los egresos por intereses sobre un bono son cargos fijos que deben ser cubiertos a su vencimiento si es que se desea evitar una posible cancelación anticipada del préstamo. Los intereses sobre los bonos tienen que pagarse a las fechas especificadas en los contratos; los dividendos sobre acciones se declaran a discreción del consejo directivo de la empresa. Por lo tanto, cuando una empresa expide bonos debe estar bien segura de que el uso del dinero tomado en préstamo resultará en una utilidad neta que sea superior al costo de los intereses del propio préstamo.

2.4.- Arrendamiento Financiero.

Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario) a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, sus estipulaciones pueden variar según la situación y las necesidades de cada una de las partes.

Importancia.

La importancia del arrendamiento es la flexibilidad que le presta a la empresa, ya que no se limitan sus posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato o de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en el medio de la operación.

El arrendamiento se presta al financiamiento por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos.

Por otra parte, los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación, por lo tanto la empresa tiene mayor deducción fiscal cuando toma el arrendamiento.

El riesgo se reduce porque la propiedad queda con el arrendador, y éste puede estar dispuesto a operar cuando otros acreedores rehúsan a financiar la empresa. Esto facilita considerablemente la reorganización de la empresa.

Ventajas.

- * Es en financiamiento bastante flexible para las empresas.
- * Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no le pertenece.
- * Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

Desventajas.

* Algunas empresas usan el arrendamiento como medio para eludir las restricciones presupuestarias cuando el capital se encuentra racionado.

* Un contrato de arrendamiento obliga una tasa costo por concepto de intereses.

* La principal desventaja del arrendamiento es que resulta más costoso que la compra de activo.

Forma de Utilización.

Consiste en dar un préstamo a plazo con pagos periódicos obligatorios que se efectúan en el transcurso de un plazo determinado, generalmente igual o menor que la vida estimada del activo arrendado. El arrendatario (la empresa) pierde el derecho sobre el valor de rescate del activo (que conservará en cambio cuando lo haya comprado).

La mayoría de los arrendamientos son incancelables, lo cual significa que la empresa está obligada a continuar con los pagos que se acuerden aún cuando abandone el activo por no necesitarlo más. En todo caso, un arrendamiento no cancelable es tan obligatorio para la empresa como los pagos de los intereses que se compromete.

Una característica distintiva del arrendamiento financiero es que la empresa (arrendatario) conviene en conservar el activo aunque la propiedad del mismo corresponda al arrendador.

Mientras dure el arrendamiento, el importe total de los pagos excederá al precio original de compra, porque la renta no sólo debe restituir el desembolso original del

arrendador, sino también producir intereses por los recursos que se comprometen durante la vida del activo.

Oportunidades Que Ofrece La Banca

El siguiente trabajo tiene como finalidad presentar las oportunidades que ofrece la banca para la ejecución de proyectos personales y empresariales.

Los bancos pueden ser instituciones públicas o privadas que se encargan de ofrecerle a la sociedad servicios para la administración de su dinero, como cuentas de ahorro o corrientes, depósitos a plazo o planes de inversión. Igualmente ofrecen planes de financiamiento para aquellos que no dispongan de capital para llevar a cabo algún proyecto. Entre los préstamos más comunes ofrecidos por los principales bancos de Venezuela encontramos los créditos: Tarjetas de Crédito (TDC), créditos al instante, micro créditos y líneas de crédito. Existen muchas otras modalidades como créditos agropecuarios, hipotecarios, para adquisición de carros, etc.

Una breve descripción de estos créditos:

- **TDC:** es un crédito al consumo, por una cantidad preestablecida por el banco, que permite diferir el pago de los mismos. Al comprar hoy utilizando una TDC se tendrá la facilidad de pagar en cuotas, al momento que disponga el banco, pagando por el servicio una tasa activa variable de banco a banco.
- **Créditos al instante:** es una nueva modalidad de crédito que permite al cliente que tenga un buen historial, disponer de cantidades importantes de dinero sin la necesidad de pasar por largos trámites administrativos.

- **Micro créditos:** son créditos de bajos montos que pueden ser solicitados tanto como por personas naturales como personas jurídicas, para la realización de cualquier proyecto, a corto o mediano plazo.
- **Líneas de crédito:** es otro tipo de financiamiento, que le permite a personas o empresas disponer de una cierta cantidad de dinero, por un plazo determinado a una tasa determinada. Este tipo de crédito normalmente es otorgado a empresas o proyectos de mayor alcance.

Cada institución bancaria posee ciertos requisitos para las personas que se dirijan a realizar alguna solicitud. Estos son variables dependiendo de lo que busque el cliente; más adelante describiremos brevemente los requisitos generales para realizar estos tipos de trámites.

Es común que un microempresario acuda a un prestamista porque considera que las “entidades financieras piden muchos papeles”, “se demoran para dar un préstamo”, “exigen garantías” o “no les prestan a los que necesitan”. En cambio su amigo o prestamista, no exige muchos papeles, pide “pocas” garantías y entrega el dinero rápido.

No obstante, estas ventajas que ofrece el mercado extrabancario se ven disminuidas por sus condiciones. Exigen cheques conocidos, firmar letras y pagar intereses hasta del 20% mensual, lo cual afecta la rentabilidad de la empresa. Por todo esto, es importante resaltar que el financiamiento externo consiste en buscar recursos de fuentes diferentes a la propia empresa o al empresario en condiciones favorables.

Algunas ventajas del financiamiento de proyectos a través de intermediarios financieros:

- 1.- El monto de los préstamos puede ser más alto.
- 2.- Los intereses son más bajos.
- 3.- Los plazos de los préstamos son más largos.
- 4.- Las facilidades de pago son mayores.
- 5.- Es una posibilidad continua de préstamos para la empresa.
- 6.- Permite una mayor apertura de la empresa.
- 7.- Sirve como referencia para futuros negocios.

ÁREAS DE ACCIÓN DE LA BANCA

Como mencionamos anteriormente, las entidades financieras se dividen en dos, públicas y privadas. Cada una ofrece diferentes áreas de financiamiento que detallamos a continuación:

- Públicas:
 - *FONDEMI*: promoción y desarrollo del sistema micro financiero.
 - *FONCREI*: promueve, impulsa y financia proyectos de inversión industriales.
 - *INAPYMI*: financiamiento de activos fijos.

- *BANCO DEL PUEBLO SOBERANO*: Micro créditos para cooperativas
- *FONTUR*: financiamiento de transporte masivo a nivel nacional.
- Privadas y Públicas:
 - Adquisición, alquiler, remodelación de infraestructura y vehículos.
 - Seguros de vehículos.
 - Adquisición de materia prima e insumos.
 - Adquisición de galpón o local Industrial
 - Compra de maquinaria y equipos
 - Instalación y montaje de estructura y de maquinarias y equipos
 - Construcción de planta
 - Ampliación y mejoras de la planta industrial
 - Transporte
 - Accesorios, cavas, plataforma, termo *king* o unidades de enfriamiento.

MICROCRÉDITOS

¿Qué es un Microcrédito?

Es un préstamo dirigido a personas naturales y jurídicas, que desarrollen actividades de comercialización, prestación de servicios, transformación y producción industrial, agrícola o artesanal de bienes, cuyo destino es el financiamiento de capital de trabajo, adquisición de bienes muebles e inmuebles y remodelación de inmuebles

existentes y la fuente principal de pago lo constituye el producto de los ingresos generados por dichas actividades.

De acuerdo a lo preestablecido por el Ejecutivo Nacional, se considera un Pequeño Empresario a todas aquellas personas naturales o jurídicas que generen ventas anuales hasta por la cantidad de nueve mil unidades tributarias (9.000 UT) y/o con un número no mayor de diez trabajadores.

Tipos de Microcrédito

- **Crédito Individual**

Otorgado a personas naturales y autoempleados para financiar iniciativas individuales.

- **Crédito Mancomunado**

Otorgado a grupos de emprendedores comprometidos en conjunto con el cumplimiento de las obligaciones de pago, para financiar capital de trabajo, adquisición de activos o mejorar locales.

Requisitos Persona Natural

- Venezolano, mayor de 18 años.
- Fotocopia legible de Cédula de Identidad, solicitante y fiador, en caso de estado civil diferente a la cédula de identidad, presentar documento correspondiente.

- Referencias Comerciales o Bancarias en original, vigentes para la fecha de la solicitud del préstamo.
- Balance Personal original firmado por el solicitante, anexar soportes correspondientes.
- Presentación de proyecto, costo de inversión, flujo de dinero (para determinación capacidad de pago) y creación de puestos de trabajos.
- El solicitante debe llenar y firmar la Planilla de solicitud de Microcrédito.
- Los Estados Financieros tienen una duración de 6 meses, no deben venir ajustados por inflación.
- Si alguno de los participantes del crédito es casado deben anexar la fotocopia de la cédula de identidad del cónyuge.

Requisitos Persona Jurídica

- Copia de los estados financieros de los tres (3) últimos ejercicios (en caso de poseerlos).
- Copia de las tres (3) últimas declaraciones de I.S.L.R. (en caso de tenerlas).
- Copia del documento constitutivo y de los estatutos sociales registrados, publicados y vigentes para la fecha del otorgamiento del crédito.
- Referencias Comerciales y/o bancarias (en caso de tenerlas).
- En caso de que la empresa tenga menos de tres (3) años de constituida debe presentar los estados financieros de, por lo menos, el último año y la última declaración de ISLR

Garantías para el Otorgamiento de un Microcrédito:

Fianza o Aval:

- Fotocopia de la cédula de identidad del fiador / cónyuge.
- Constancia de ingreso (ingresos mensuales y anuales) Vigencia: 3 meses.
- Balance general original preparado por un contador público colegiado Vigencia: 6 meses.
- Según el estado civil, anexe el siguiente documento:
Casado: Capitulaciones Matrimoniales, si las hubiere.
Divorciado: Sentencia de Divorcio. Viudo: Acta de Defunción.
- Poder de Representación (en caso de haberlo).

Hipotecaria:

Bienes Inmuebles:

- Fotocopia del documento de propiedad.
- Fotocopia de la cédula de identidad del propietario / cónyuge.
- Certificado de gravamen Vigencia: 6 meses.
- Avalúo realizado por los peritos autorizados del Banco Vigencia: 1 año.
- Carta de autorización para contratar póliza de seguro.
- Levantamiento topográfico del inmueble con sello húmedo de la oficina de catastro correspondiente.
- Poder de Representación (en caso de haberlo).

Bienes Muebles:

- Factura original (vehículos o maquinarias nuevas). Título de propiedad, RAP o título provisional (en caso de vehículos).
- Fotocopia de la cédula de identidad del propietario / cónyuge.
- Avalúo (bienes usados) Vigencia: 1 año.
- Planilla de solicitud de seguro incendio y terremoto.
- Poder de Representación (en caso de haberlo).

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para llevar a cabo el estudio de campo se utilizó cuestionarios combinando preguntas estandarizadas, para obtener datos concretos (sencillos de tabular y procesar) y preguntas abiertas para obtener más información acerca del individuo.

Para la selección de la muestra se emplearon encuestas que suministraban la información requerida para la investigación (VER ANEXOS)

De acuerdo a la recolección de los datos obtenidos por la encuesta #1 se escogieron 31 empresarios para realizar el estudio. A esta muestra seleccionada se les aplicó la encuesta #2 (VER ANEXOS) periódicamente para recolectar los datos necesarios para los resultados y análisis de la investigación.

Estos microempresarios asistieron a 9 sesiones del programa de formación económica, en las instalaciones del edificio de Proyección a la comunidad, ubicado en el Parque Social Padre Manuel Aguirre, Montalbán, Caracas.

Luego de cada sesión se les pedía a los participantes que realizaran la encuesta #2, con respecto a las actividades económicas realizadas en la semana, proyecciones de ventas (ventas totales y ventas esperadas), y costos totales, detallando las unidades producidas, costos desglosados de materia prima y cantidades de materia prima efectivamente utilizadas para el proceso productivo.

2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Luego de la recopilación de esta información se estudió el impacto en la eficiencia de las microempresas siguiendo a Robles (2008), que propone el siguiente indicador de costo-beneficio de la capacitación:

$$\text{Indicador Costo-Beneficio} = \text{Ventas totales} / \text{Costos}$$

El costo de la capacitación se determinara considerando la inversión en materiales, el pago de instructores asignados para el aprendizaje (que en este caso es gratuito) y de cualquier otro recurso que fuera requerido para el proceso productivo.

Definiremos el beneficio del microempresario de una manera sencilla para la elaboración de la investigación. El beneficio viene dado por la siguiente relación: los ingresos totales menos los costos totales de producción. Estos costos de producción varían dependiendo del tipo de negocio que tenga el microempresario.

$$B(x) = I(x) - c(x)$$

B = Beneficio Total

I = Ingreso Total

C = Costo Total

X = Cantidad producida

En cuanto a la eficacia, Robles (2008) plantea primero definir el área a la que se dirigió la capacitación y propone las áreas más comunes para el estudio:

- Capacitaciones en el tema de servicio al cliente: número de quejas, reclamos o demandas, tiempo de resolución de reclamos, retención de clientes, pérdida de clientes.
- En aspectos propios del trabajo: reducción en el tiempo de proceso (duración del trabajo), disminución de errores, aumento de la producción (entendido como el número de “piezas”, “unidades”, “trabajos”, “clientes” u otro dependiendo del negocio).
- En términos de mejoramiento de la calidad / mejoramiento de procesos: número de rechazos, número de devoluciones, aumento de la producción, aumento de ingresos, aumento de la productividad y otros.
- En temas específicos, por ejemplo, seguridad laboral: número de accidentes, de lesiones, de ausencias por enfermedad, de enfermedades crónicas por el trabajo y otras.
- En temas de gestión laboral: reducción del ausentismo, satisfacción laboral, número de conflictos, número de sugerencias.
- En temas de innovación o desarrollo de productos: número de productos nuevos o patentes, número de nuevos modelos o número de cambios en el diseño, entre otros.
- En temas de comercialización de productos: clientes nuevos, volumen de las ventas, estudio de mercado.

Los talleres de emprendimiento fueron tomados como las horas dedicadas a la enseñanza de las herramientas administrativas necesarias para el manejo óptimo de las microempresas.

Con estos datos se aplicará a cada microempresa el indicador de eficiencia propuesto por Robles (2008), que mide la eficiencia según los beneficios y Costos:

$$\text{Indicador} = \text{Beneficios} / \text{Costos}$$

Adicional se aplicarán las ecuaciones propuestas por Mejía (2002), que propone una tabla para la evaluación de Eficiencia y Eficacia:

EFICACIA		EFICIENCIA		EFFECTIVIDAD
$\frac{RA}{RE}$		$\frac{\left(\frac{RA}{CA} * TA\right)}{\left(\frac{RE}{CE} * TE\right)}$		Puntaje de Eficiencia + Puntaje de Eficacia <hr/> 2 <hr/> Máximo Puntaje
RANGOS	PUNTOS	RANGOS	PUNTOS	La efectividad se expresa en porcentaje (%)
0-20%	0	Muy eficiente > 1	5	
21-40%	1			

41-60%	2	Eficiente = 1	3	
61-80%	4			
>91%	5	Ineficiente < 1	1	

Donde:

R= Resultado,

E= Esperado,

C= Costo,

A= Alcanzado,

T = Tiempo

Para la realización de los talleres de emprendimiento se contó con el apoyo de la coordinación de servicio comunitario ligado a los talleres de emprendimiento que se dictan en la comunidad, en nombre de la escuela de economía de la Universidad Católica Andrés Bello, además del apoyo del programa de asesorías económicas que se realizan por parte de la misma universidad en Proyección a la comunidad, para el acceso al seguimiento de microempresarios de distintas comunidades.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

El propósito de esta sección es presentar un informe de los resultados obtenidos en la rentabilidad de los microempresarios durante el proceso de formación económica, y comparaciones con los índices de eficiencia durante las semanas de estudio.

1. MICROEMPRESARIOS DE LA COMUNIDAD:

Realizadas las encuestas de muestreo, se obtuvo que el 90% de los microempresarios son de sexo Femenino, como lo muestra el gráfico #5, la mayoría de estas microempresarias pertenecen al sector informal, debido a la restricción que existe en las entidades bancarias para el otorgamiento de créditos.

Debemos mencionar que estos microempresarios no contaban con registros contables de sus actividades económicas, esto dificultó al inicio ubicar el nivel en el que se encontraban estos microempresarios en cuanto a la rentabilidad de sus microempresas.

Por otro lado, estos microempresarios de la comunidad, en su mayoría pertenecientes al sector informal, se encuentran ubicados en Antimano y La Vega. El 90,3% de la muestra eran mujeres, el siguiente gráfico muestra esta distribución.

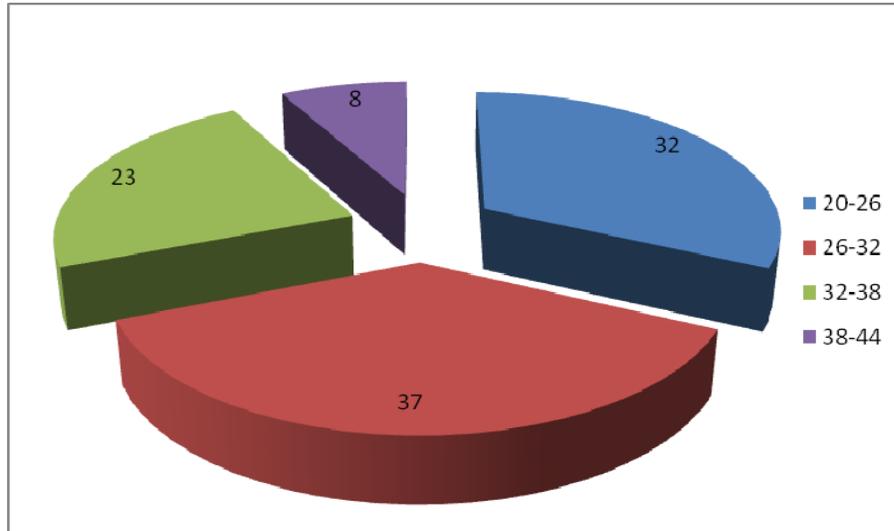
Gráfico #5: Sexo de la muestra



Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

En cuanto a la edad de los microempresarios se obtuvo que el mayor porcentaje de ellos, se encuentran en edades comprendidas entre 26 y 32 años. Los porcentajes obtenidos se encuentran en el siguiente gráfico.

Gráfico #6: Rango de edades de los microempresarios

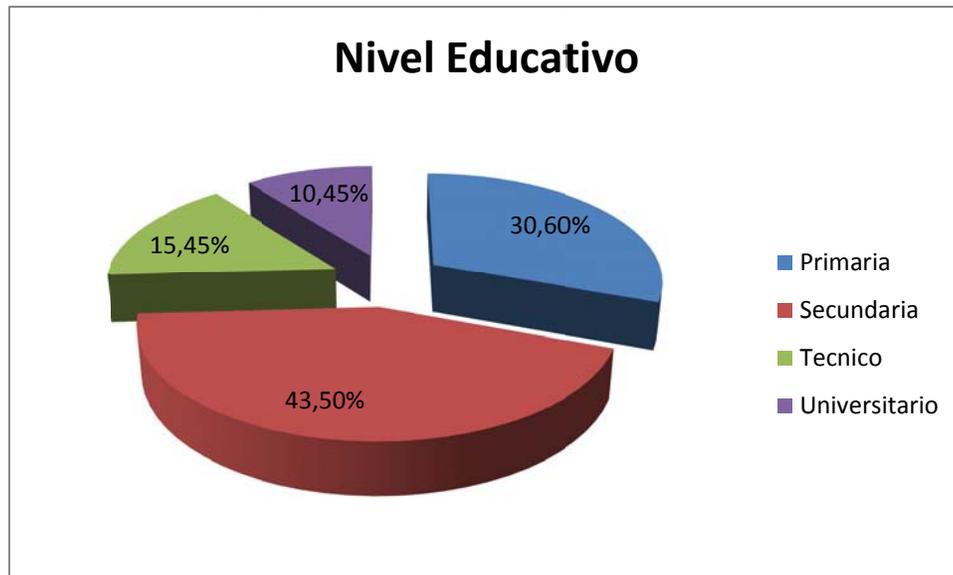


Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

Para efectos de la investigación se toma como dato relevante para el desempeño idóneo del microempresario en sus actividades productivas, el nivel de educación del mismo, en este caso los resultados arrojaron que, casi la mitad de los microempresarios solo llegaron a culminar la escuela secundaria, y solo el 26% iniciaron sus estudios en educación superior.

El gráfico # 7 muestra la distribución de los microempresarios con respecto a su nivel educativo.

Gráfico #7: Nivel educativo de los microempresarios



Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboracion propia.

En el caso de cargas familiares, según las encuestas, se obtuvo que 29 de 31 empresarios, tiene al menos un hijo, y en el transcurso del programa de formación económica, muchos manifestaron que uno de los principales motivos de la creación de sus microempresas era el sustento de sus familias.

Gráfico #7: Número de Hijos



Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

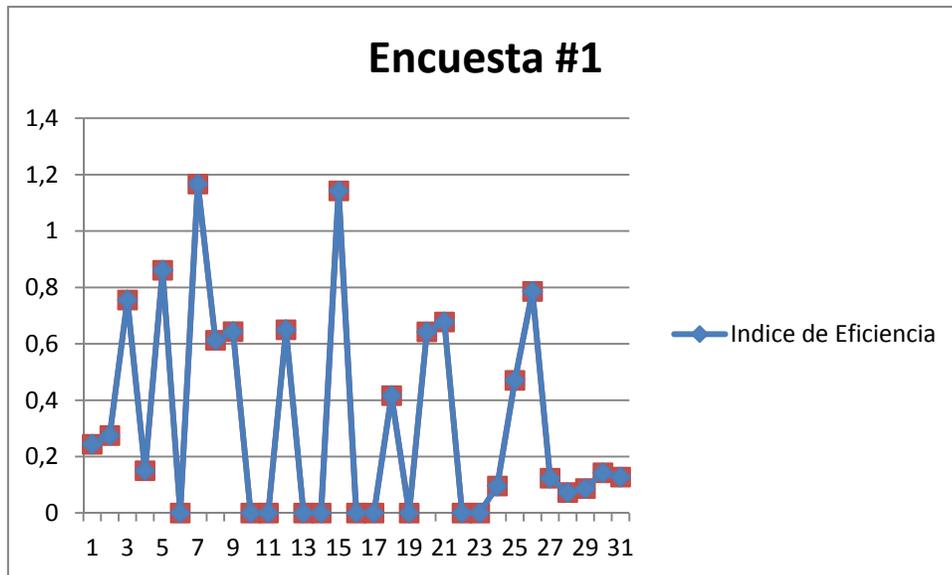
1. INDICADORES Y RENTABILIDAD DE LOS MICROEMPRESARIOS

- **Encuesta #1:**

La primera semana del estudio, se realizó una feria dedicada a los microempresarios de la comunidad, con el fin de incentivarlos a participar en los proyectos ofrecidos por la Escuela de Economía y Proyección a la comunidad. Para esta fecha solo se había impartido una sesión de los talleres a modo de introducción.

Los resultados obtenidos se reflejan en el siguiente gráfico:

Gráfico #8: Índice de eficiencia de Microempresarios, Primera Semana



Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboracion propia.

Para el análisis de estos resultados, seguimos a Mejía (2002), quien expone la siguiente tabla:

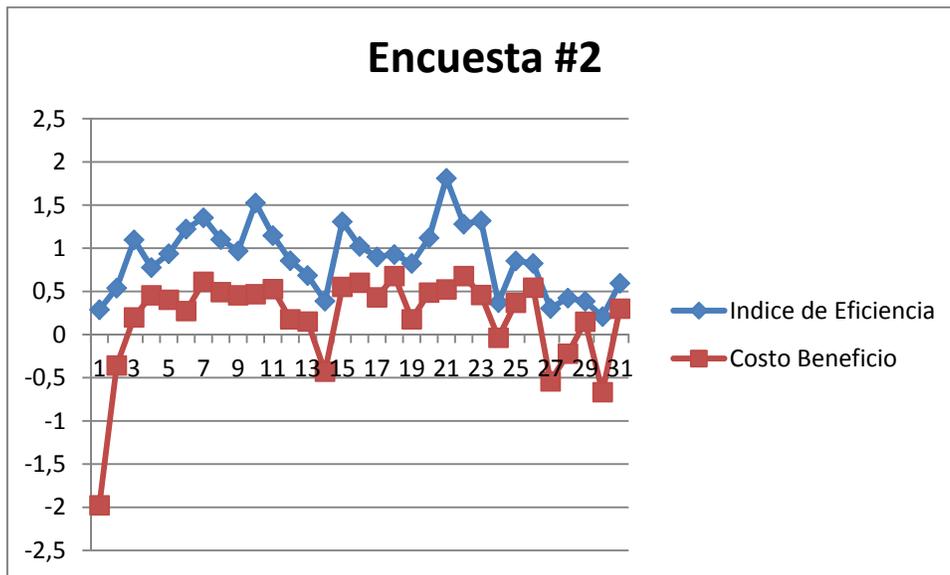
RANGOS	Muy Eficiente > 1	Eficiente = 1	Ineficiente < 1
--------	-------------------	---------------	-----------------

Podemos observar que solo dos microempresarios están siendo eficientes en sus negocios, el resto no obtuvo los resultados esperados.

- **Encuesta #2:**

Para la encuesta número dos fue realizada en la segunda semana del programa de formación económica, para el cronograma correspondiente se impartía Formulación de Proyecto, y tenemos que los resultados en los índices de eficiencia mejoran con respecto a la primera semana, el 74% de los microempresarios obtiene resultados totales iguales o mayores a los esperados. En el gráfico #9 podemos ver el índice de eficiencia comparado con el índice de costo-beneficio.

Gráfico #9: Índice de eficiencia de Microempresarios, Segunda Semana

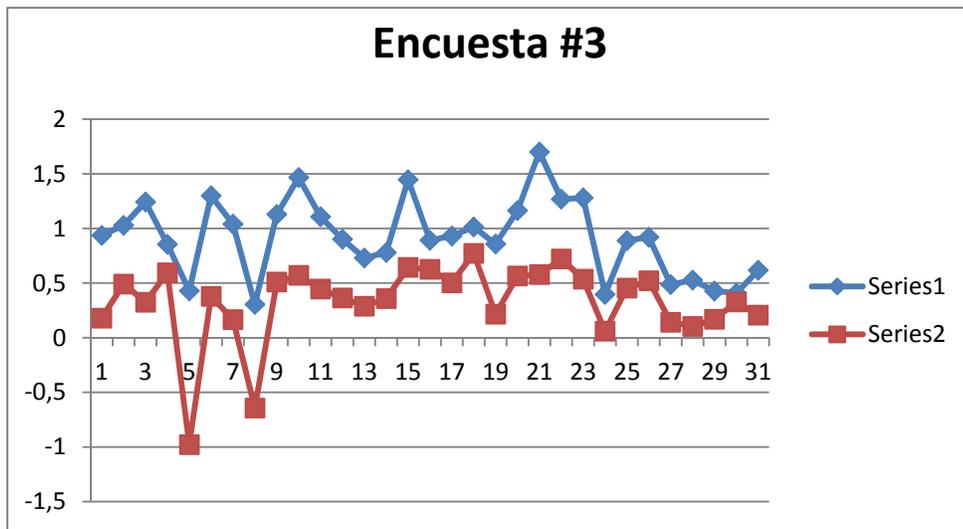


Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

- **Encuesta #3:**

La encuesta tres se realizó en la tercera semana del programa de formación académica, se impartió el tema de Marketing para los microempresarios, los resultados obtenidos mejoran con respecto a la semana dos, mas del 65% de los microempresarios logran reducir sus costos e incrementan sus ventas totates, acercandose mas a las ventas esperadas.

Gráfico #10: Índice de eficiencia de Microempresarios, Tercera Semana



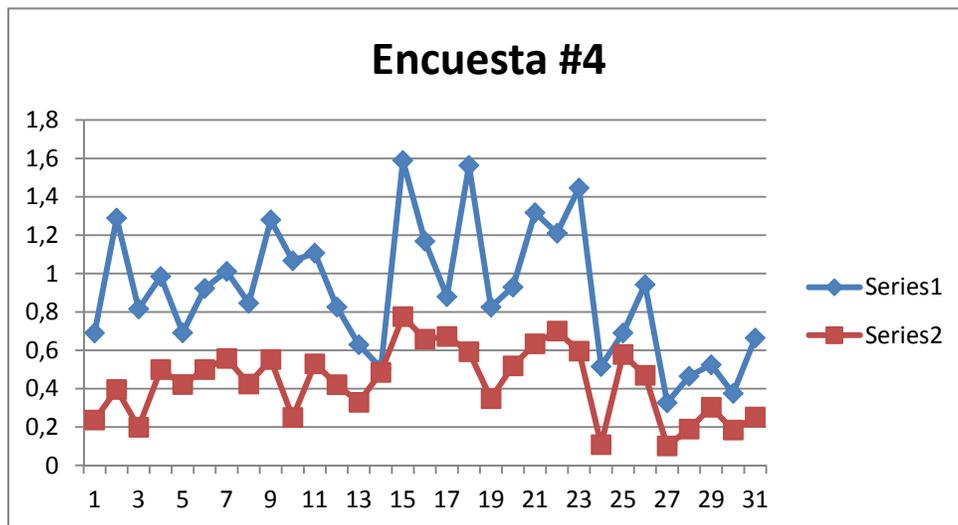
Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboracion propia.

El índice de eficiencia (series 1) se mantiene para algunos microempresarios igual, pero incrementando en 6% o más sus ventas totales con respecto a las ventas esperadas.

- **Encuesta #4:**

La encuesta cuatro se realiza en la semana cuatro, siendo contabilidad financiera: conceptos generales, la contabilidad y la empresa, objetivos de la contabilidad, activo, pasivo y patrimonio, los temas impartidos en el programa de formación para microempresarios.

Gráfico #11: Índice de eficiencia de Microempresarios, Cuarta Semana



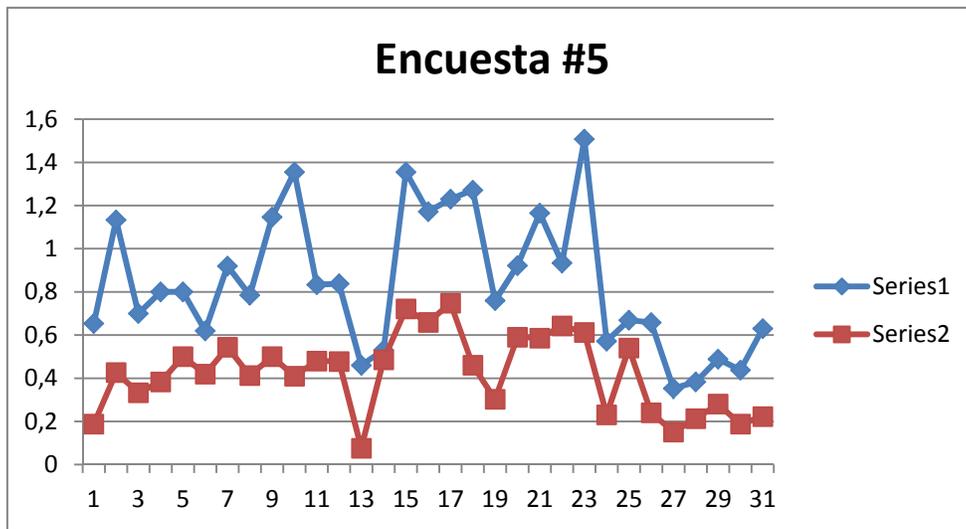
Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboracion propia.

Los indicadores de eficiencia y costo-beneficio aumentan notablemente para esta semana, los microempresarios manifiestan que el aumento de los beneficios totales se deben a la disminución de costos necesarios en los que anteriormente incurrían.

- **Encuesta #5:**

En la semana cinco se sigue trabajando con el tema de contabilidad financiera, los índices de eficiencia no tienen una variación importante con respecto a la semana cuatro, pero aumenta en 73,4% los microempresarios que tienen un índice igual o mayor a 1, lo que indica que sus microempresas están trabajando de manera eficiente con respecto a los resultados alcanzados y los resultados esperados.

Gráfico #12: Índice de eficiencia de Microempresarios, Quinta Semana

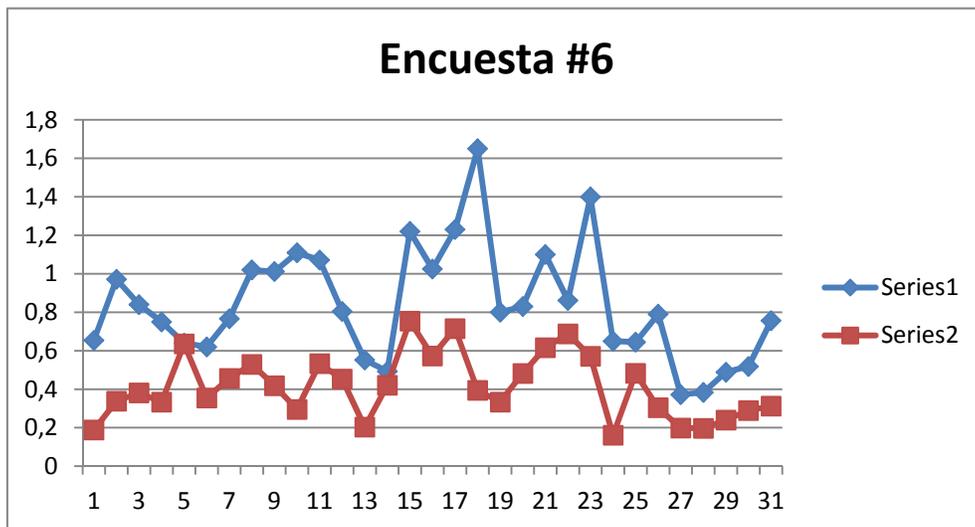


Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

- **Encuesta #6:**

La semana seis se trata en el taller de microempresarios los periodos contables, para que puedan ser aplicados a sus registros, y así tener mejor manejo de sus activos y pasivos.

Gráfico #13: Índice de eficiencia de Microempresarios, Sexta Semana



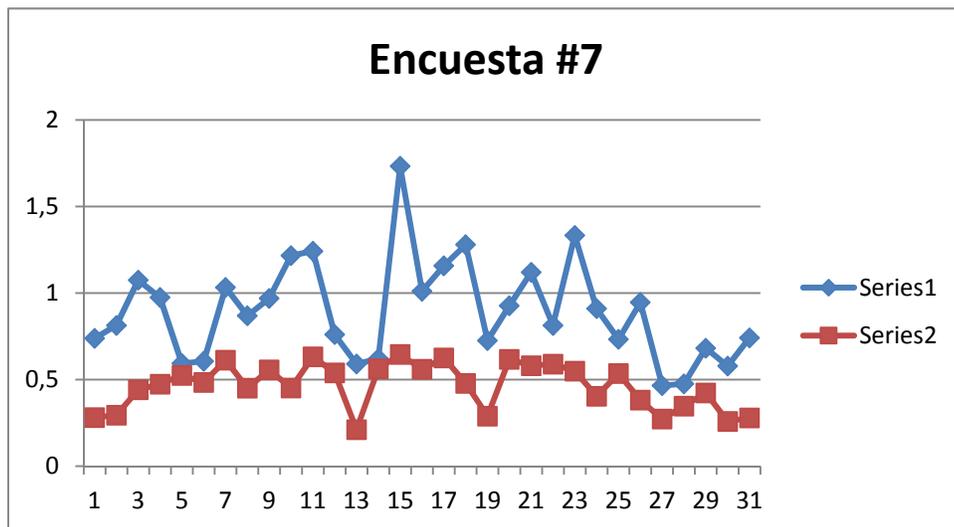
Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

En esta semana algunas microempresas presentan disminución en sus índices de eficiencia, pero aun así siguen se mantienen en el rango de negocios eficientes. Estas variaciones pueden presentarse por las fechas en que fueron tomados los datos, donde los microempresarios manifiestan sus aumentos en ventas esperadas en fechas quincenales del mes.

- **Encuesta #7:**

En esta semana se explica el sistema por partida doble y el uso del libro diario, para lograr que los microempresarios lo puedan aplicar a sus negocios. En esta sesión en particular, los microempresarios presentan dificultades para la práctica del tema, debido a los escasos registros anteriores de sus microempresas.

Gráfico #14: Índice de eficiencia de Microempresarios, Séptima Semana

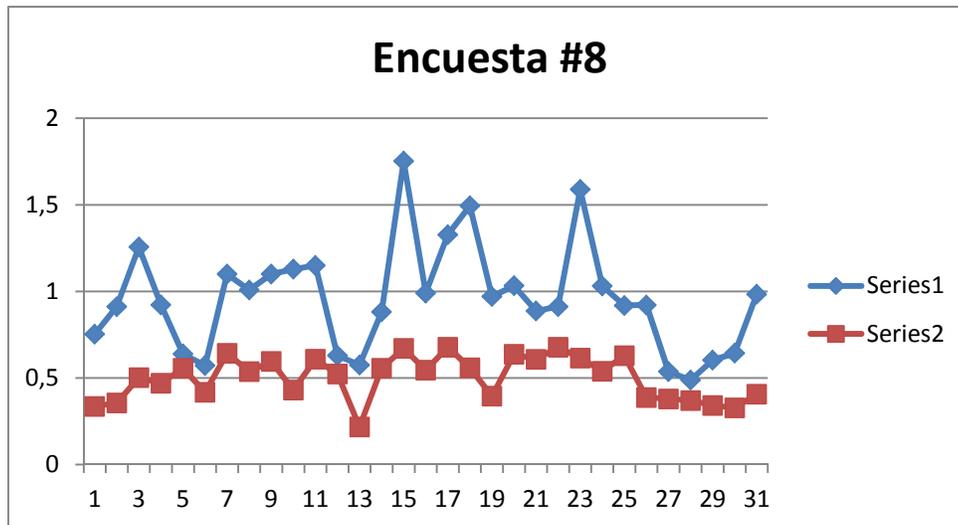


Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboración propia.

- **Encuesta #8:**

Se imparten los temas de Estados de Resultados y Balance General, los índices de eficiencia mejoran notablemente en algunas microempresas, mientras en otras se mantiene igual.

Gráfico #15: Índice de eficiencia de Microempresarios, Séptima Semana

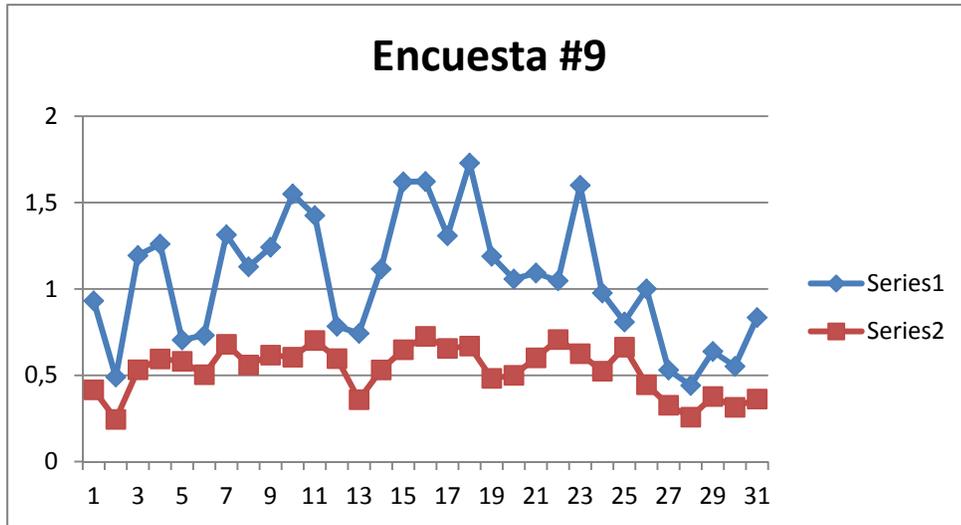


Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboracion propia.

- **Encuesta #9:**

La última semana se realizan ejercicios prácticos de todos los temas contables impartidos a lo largo del programa, los índices aumentan notablemente para esta semana, y haciendo una comparación con la semana #1, se muestra que el 76, 5% de los microempresarios inscritos, aumentaron las ventas esperadas, eficiencia y rentabilidad de sus negocios en 63,5%.

Gráfico #14: Índice de eficiencia de Microempresarios, Séptima Semana



Fuente: Encuesta realizada a los microempresarios. Elaboracion propia.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los resultados obtenidos en cuanto a los emprendedores fue satisfactorio, midiéndose por el hecho de que muchas personas lograron enfocar su idea y proyectarla en una futura inversión e ingresar en el mercado.

Tomando en cuenta los factores en contra y a favor de la realización de sus proyectos y con un conocimiento de estrategias de mercado, que les será necesario en el transcurso de la ejecución de sus negocios. Además, emprendedores que poseían capital para invertir pero no tenían una idea clara de proyecto lograron encontrar uno que puede tener una rentabilidad aceptable y que además tengan una relación directa con las habilidades del emprendedor.

En cuanto a los microempresarios, que son la clave de esta investigación y a los que se les hizo un seguimiento periódico y constante para lograr encontrar las debilidades de sus negocios y reforzar las destrezas y habilidades, a pesar de que se esperaba una mayor motivación en cuanto a la constancia del seguimiento de sus empresas, se obtuvo una mejoría en el manejo de costos y en la estructura contable de los negocios, de esta manera pueden percibir en que pueden mejorar su inversión y en que gastos no deben incurrir, además de las herramientas de mercadeo que le proporcionaron mejores estrategias en la intervención de mercado. El próximo paso para estos microempresarios será el completo seguimiento de sus negocios, con las herramientas dadas por los talleres de formación, para lograr otorgaciones de créditos u otras herramientas que sirvan como impulso de crecimiento de sus microempresas.

El objetivo principal de esta investigación que se enfocaba en lograr una mejora notable en la eficiencia de las microempresas, dadas las herramientas que se consideraron esenciales para el manejo adecuado de la administración del proceso

productivo, fue logrado a cabalidad y demostrado en los índices con respecto a las ventas esperadas, costos y ventas totales.

Gracias a los registros contables que lograron muchos microempresarios poner en práctica con sus negocios, tienen ahora mayores probabilidades de obtener oportunidades de créditos bancarios que podrán utilizar para el crecimiento de sus activos, y así el crecimiento de sus negocios.

La mayoría de los microempresarios pudieron identificar cuáles son sus debilidades y fortalezas, además de mejorar su estrategia de comercialización de sus productos, y disminución de costos innecesarios que aumentan la eficiencia de comercializar sus productos, aumentando sus ventas y sus beneficios. Se logró contrastar la hipótesis de este trabajo:

“El nivel de rentabilidad de una microempresa aumenta en 50% después que el microempresario recibe el taller de formación.”

Donde el 76,5% de los microempresarios aumentaron sus índices de eficiencia en 63,5%, aumento así sus ventas esperadas y sus rentabilidades. Para trabajos posteriores podrían incorporarse otras variables que expliquen el perfil del microempresario y que puedan ser relevantes para la rentabilidad de las microempresas, como ubicación, microcréditos obtenidos, o en cuanto a la capacitación podrían incorporarse otras dinámicas de enseñanzas, que impliquen mas herramientas prácticas para los microempresarios y así tener una absorción optima de las estrategias.

BIBLIOGRAFÍA

Auletta, N.; Rivera, C. (2011, Octubre-Diciembre). Un ecosistema para emprender. *Debates IESA*, p. 13.

CANTILLON, Richard. Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general. FCE. 1996.

Crissien Castillo, John Orlando, *Círculo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad*. Revista-Escuela de administración de Negocios, Núm. 63, mayo-agosto, 2008, pp. 23-39, Universidad EAN, Colombia.

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20611455003&iCveNum=0>

Crissien Castillo, John Orlando, *Espíritu Empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico*, Revista-Escuela de administración de Negocios, Núm. 057, mayo-agosto, 2006, pp. 103-117, Universidad EAN, Colombia.

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20605706&iCveNum=0>

Comisión sobre el Sector Privado & el Desarrollo (2004, Marzo 1). *El impulso del empresariado: El potencial de las empresas al servicio de los pobres*. New York: Zedillo, E., Martin, P.

Hernán González, C.; Gálvez Albarracín, E. J., *Modelo de Emprendimiento en Red-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales*. Revista Latinoamericana de Administración, Núm. 40, 2008, pp. 13-31.
<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=71612100003>

Jaramillo, Miguel y Parodi, Sandro (2003). “*Jóvenes Emprendedores*” Lima, Perú. Instituto Apoyo. Evaluación de Programas de Promoción.

http://www.grade.org.pe/asp/brw_pub11.asp?id=519

Mejía C., Carlos Alberto. *Indicadores de Efectividad y Eficacia*. Documentos Planning. Publicación Periódica Coleccionable. Octubre 1998.
<http://planning.co/bd/archivos/Octubre1998.pdf>

Mora Vanegas, Carlos (2002) “*Economía Informal en Venezuela*”, Artículo de opinión. Documento disponible en <http://www.gestiopolis.com/canales3/eco/ecoinfven.htm>

Osorio G, Jaime; Grandas, Yair Francisco; Botero G, Carlos Andrés, *Instrumento para el fortalecimiento al sistema de emprendimiento de Risaralda: "Red Risaralda Emprende*. Scientia Et Technica, vol. XVI, núm. 44, abril, 2010, pp. 123-128, Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia.

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=84917316022&iCveNum=0>

Riutort, Matías (2000), “*Causas de la Pobreza en Venezuela*”. Documentos del Proyecto Pobreza. Universidad Católica Andrés Bello y Asociación Civil para la Promoción de Estudios Sociales. Caracas.

<http://www.ucab.edu.ve/investigacion/iies/publico.htm>

Robles Obando, Natalia. *Metodología para la evaluación de la eficacia y la eficiencia en la capacitación del recurso humano*. Tecnología en Marcha, Vol. 21, N.º 4, Octubre-Diciembre 2008, P. 51-59.

http://www.tec.cr/sitios/Vicerrectoria/vie/editorial_tecnologica/Revista_Tecnologia_Marcha/pdf/tecnologia_marcha_21-4/cap%206.pdf

Teijeiro, Mario (2004). “*La economía informal*”, Centro de Estudios Públicos CEP, Serie de documentos de trabajo. Argentina. Documento en Web: <http://www.cep.org.ar>

Terán Rosero, A. C.; León Gómez, G., *VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE EL ESTADO Y LA UNIVERSIDAD: El plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB*. Revista Ciencias Estratégicas, vol. 18, Núm. 23, 2010, pp. 119-129.

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=151313724009>

Valera, R. (2008). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de Empresas*. (3º Ed.). Bogotá: Pearson Educación.

Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española, vigésima primera edición, Espasa Calpe, Madrid, 2001.

Otros Links de Interés:

Bancaribe. [On-line]. Disponible en : <http://www.bancaribe.com.ve>

Banco Banesco. [On-line]. Disponible en: <http://www.banesco.com>

Bando de Desarrollo del Microempresario. [On-line]. Disponible en <http://www.bdm.com.ve>

Banco de la Mujer. [On-line]. Disponible en: <http://www.banmujer.gov.ve>

Banco de Venezuela. [On-line]. Disponible en: <http://www.bancodevenezuela.com>

Banco Exterior. [On-line]. Disponible en: <http://www.bancoexterior.com>

Foncrei. [On-line]. Disponible en: <http://www.foncrei.gob.ve>

Banco Fondo Común. [On-line]. Disponible en: <http://www.bfc.com.ve>

Banco Industrial de Venezuela. [On-line]. Disponible en: <http://www.biv.com>

Banco Mercantil. [On-line]. Disponible en: <http://www.bancomercantil.com>

Banco Nacional de Crédito. [On-line]. Disponible en: <http://www.bnc.com.ve>

Banco Occidental de Descuento. [On-line]. Disponible en: <http://www.bodinternet.com>

Banco Plaza. [On-line]. Disponible en: <http://www.bancoplaza.com>

Banco Provincial. [On-line]. Disponible en: <http://www.bancoprovincial.com>

Banco del Pueblo Soberano [On-line]. Disponible en:
<http://www.bancodelpueblo.gob.ve>

Banco Venezolano de Crédito. [On-line]. Disponible en: <http://www.venezolano.com>

ANEXOS

ENCUESTA #1



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO.
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
Escuela de Economía
TALLER DE EMPRENDIMIENTO



Datos del Empresario:

Nombres y

Apellidos: _____

C.I. _____ Telf. hab.: _____ Telf. Cel: _____

Dirección de Hab: _____

Número de cargas familiares: _____

Nivel Educativo: (Marque una **X** según el caso)

___ *No tiene instrucción.*

___ *Primaria completa.*

___ *Secundaria completa.*

___ *Estudios superiores no universitarios completos (TSU).*

___ *Estudios universitarios completos*

Datos de la Empresa:

Nombre: _____

Ubicación de la

empresa: _____

Tipo de empresa (Marque una **X** según el caso): *Servicio* ___

Producción ___ *Comercio* ___ *Transporte* ___ *Otro*

(Especifique) _____

Productos o servicios que se ofrecen:

Número de empleados: _____

Fuente de

financiamiento: _____

¿Qué le motivo a elegir este tipo de empresa?: _____

¿Posee herramientas organizativas de administración para su negocio
tales como: Balance General, Estado de Resultado, Flujo de Caja, etc.?

(Sí o No): ___ ¿Cuáles? _____

ENCUESTA #2



Datos del Microempresario:

Nombre y apellido: _____

C.I: _____ Telf. hab.: _____ Telf. Cel.: _____

Dirección de hab.: _____

Número de cargas familiares: _____ Nivel Educativo (Marque con una **X** según sea el caso):

____ *Primaria Completa* ____ *Primaria Incompleta* ____ *Secundaria Completa* ____ *Secundaria Incompleta* ____ *Estudios superiores no universitarios completos* ____ *Estudios Universitarios*

Datos de la Microempresa:

Nombre: _____

Productos que ofrece: _____

Inversión Total: _____

GASTOS

Nombre del Producto: _____ Precio de Venta: _____ Fecha: _____

Materia Prima	Unidades Compradas	Costo por Unidad	Unidades Utilizadas	Costo Total

GASTOS

Nombre del Producto: _____ Precio de Venta: _____ Fecha: _____

Materia Prima	Unidades Compradas	Costo por Unidad	Unidades Utilizadas	Costo Total

Actividad I: Jerarquización de Proyectos

Rellene la siguiente tabla siguiendo los pasos planteados anteriormente para el análisis de sus ideas de proyectos; en la columna denotada con (#) establezca un orden de importancia para la realización de sus ideas de proyectos, en función de los beneficios y las dificultades que implique cada idea.

Actividad II: Clasificación de Inversiones

Indique a qué tipo de inversión corresponden los siguientes desembolsos:

- La compra de materias primas_____
- Una compra de una máquina de coser industrial_____
- La cancelación de una deuda costosa_____
- La contratación de un estudio técnico_____
- El pago a proveedores_____
- El pago de los sueldos y salarios_____
- Los costos de legalización de la empresa_____
- La reparación de una máquina_____
- La compra de un vehículo _____

Idea (¿Qué se va a hacer?)	Motivo (¿Por qué?)	Beneficios (¿Para qué?)	Dificultades o desventajas	#

Actividad III: Ejercicio Práctico

El Sr. Juan Pérez es propietario de la carpintería “La Popular”. Esta microempresa se dedica fundamentalmente a la fabricación de puertas sobre pedido y goza de buen prestigio ante sus clientes. La empresa vende un promedio mensual de Bs. 1.000.000,00 y es frecuente que se presenten problemas de liquidez debido al escaso

capital de trabajo con que se cuenta. El Sr. Pérez es muy optimista con relación al futuro y quiere hacer crecer su empresa planificadamente.

A continuación se describen algunas situaciones que justifican el análisis de algunos proyectos de inversión:

Situación 1: La principal materia prima es la madera, la cual es comprada por el Sr. Pérez en pequeñas cantidades, siendo su consumo mensual promedio Bs. 500.000,00. De acuerdo a investigaciones que ha hecho con sus proveedores podría conseguir descuentos hasta del 10% si realizara una sola compra mensual de contado.

Determine:

a) El Monto de la inversión: _____

b) La Utilidad que obtendría con este proyecto: _____

c) La Rentabilidad del Proyecto: _____

d) El Tiempo de Recuperación de la Inversión: _____

Situación 2: El producto líder en la carpintería son las puertas de madera que los clientes mandan a hacer sobre pedido. Últimamente el Sr. Pérez ha notado que están llegando clientes a su negocio que coinciden en preguntar por un tipo de puerta que tiene las mismas dimensiones y características. De acuerdo a sus cálculos, en promedio llegan siete clientes a preguntar por este tipo de puertas mensualmente, quienes al ver que no tiene en existencia, deciden ir a buscarlas a otra parte. Por esta razón, el Sr. Pérez está considerando tener 10 puertas en inventario para no perder más clientes. En caso de fabricarlas su precio de venta sería de Bs. 30.000,00 y su costo de Bs. 20.000,00 la unidad.

Determine:

a) El Monto de la inversión: _____

b) La Utilidad que obtendría con este proyecto: _____

c) La Rentabilidad del Proyecto: _____

d) El Tiempo de Recuperación de la Inversión: _____

Situación 3: El Sr. Pérez siempre vende sus puertas de contado pues no dispone de capital para darle crédito a sus clientes. Hace unos días se le apareció un cliente en su microempresa que le asegura un pedido de 7 puertas mensuales si le da 60 días de plazo para el pago. El Sr. Pérez ha hecho una investigación preliminar de su posible cliente y se ha dado cuenta de que se trata de un joven arquitecto que tiene una pequeña constructora que construye un promedio de dos casas mensuales.

Determine:

a) El Monto de la inversión: _____

b) La Utilidad que obtendría con este proyecto: _____

c) La Rentabilidad del Proyecto: _____

d) El Tiempo de Recuperación de la Inversión: _____

Situación 4: La carpintería “La Popular” carece de una acepilladora propia. Para suplir esta deficiencia se manda a cepillar por fuera pagándose un promedio Bs. 140.000,00. El valor de una cepilladora en el mercado es de Bs. 400.000,00. Si decide comprar la cepilladora tendría que contratar un obrero y cubrir otros gastos adicionales por su valor aproximado a los Bs. 80.000.

Determine:

a) El Monto de la inversión: _____

b) La Utilidad que obtendría con este proyecto: _____

c) La Rentabilidad del Proyecto: _____

d) El Tiempo de Recuperación de la Inversión: _____

Actividad IV: Evaluación de Proyectos

En base a los resultados de la “ACTIVIDAD I”, rellene el siguiente cuadro:

Proyecto de Inversión	Valor de la Inversión	Aumento en Ventas (+)	Disminución de Costos (+)	Aumento de Costos (-)	Utilidad Adicional Mensual	Rentabilidad Mensual	Tiempo de Recuperación de la Inversión

A partir del cuadro anterior, responda, ¿Cuál de sus proyectos es el más rentable?

Actividad V: Identificación de Riesgos

En base a los resultados de la “ACTIVIDAD I”, determine cual es el riesgo involucrado en cada uno de sus proyectos y ubíquelos en orden de mayor a menor riesgo:

IDEA	RIESGOS ASOCIADOS

Actividad VI: Selección *del Proyecto*

En base a los resultados obtenidos en la “ACTIVIDAD IV” y la “ACTIVIDAD V”, seleccione el proyecto que realizará próximamente.

Actividad VII: *Formulación del Proyecto*

1.- Datos del Empresario:

Apellidos y Nombres

C.I.

Telf. hab.:

Telf. Cel:

Dirección de Habitación: _____

2.- Datos de la Empresa:

Nombre: _____

Dirección: _____

Tipo de Actividad: Servicio __ Producción__ Comercio __ Transporte __ Otro__

Número de empleados: _____

Funciones de quienes laboran en la empresa:

Productos o servicios que se ofrecen:

Características de la empresa que lo diferencian de la competencia:

Experiencia en la actividad:

3.- El proyecto:

Objetivo del proyecto:

Justificación del proyecto:

Beneficios para la comunidad:

3.1 Análisis de Mercado

Describa brevemente el perfil de su clientela:

Características y comportamientos de compra de los clientes reales y potenciales:

¿Qué necesidades satisfaría su producto en sus clientes? (ubicación, precio, calidad, atención al cliente, etc.)

¿Le permitiría diferenciarse de la competencia? Explique.

Identifique el número, tipo de competidores y dónde están localizados sus competidores:

Calidad de los productos y servicios de la competencia

Precios de los productos o servicios de la competencia.

Políticas comerciales de la competencia.

Identifique los líderes del mercado. Explique (Calidad, distribución, acabado del producto, servicio ofrecido, atención al cliente, promoción).

¿Cuánto espera generar en ingresos por ventas? Para ello ¿cuántas unidades de producto deberá vender?

¿Cuál será el precio de comercialización de su producto o servicio?

¿Cómo es tal precio respecto a los de la competencia? Mayor ___ Menor ___

¿Existe gran diferencia entre su política de precios y la de los competidores? ¿A qué se deben tales diferencias?

Si tal diferencia es a favor de la competencia, nuestro sobreprecio se debe a (Novedad, calidad, garantía, servicios, etc.):

Explique:

Si nuestros precios son inferiores, se debe a (mayor eficiencia en el manejo de los recursos, menores costos de producción, etc.):

Explique:

¿Qué tendencias prevé en el mercado en el que actúa?

¿Qué reacciones espera en el mercado ante su entrada en él?

3.2- Análisis de Riesgo:

Factores externos:

Socio-económicos: _____

Riesgos políticos: _____

Nuevas regulaciones administrativas: _____

Tendencias demográficas: _____

Identifique algunos obstáculos o Barreras de Entrada que le dificultan ingresar al mercado:

Identifique algunos obstáculos o Barreras de Salida que le dificultarían salir del mercado en un momento dado:

¿De qué forma pueden influir los proveedores en el desenvolvimiento del proyecto?

¿Qué puede hacer para manejarlo?

¿Existen decisiones gubernamentales que podrían afectar al proyecto de alguna manera?

Explique.

3.3.- Estrategia publicitaria

Defina su estrategia publicitaria y sus costos:

¿Quién será el responsable de la implementación de dicha estrategia?

¿Qué características (precio, calidad, distribución, servicio de entrega, garantía, etc.) del producto o servicio destacará para generar ventas?

¿Cuál será nuestro objetivo cuantificándolo en unidades y/o en bolívares?

Políticas comerciales que le ofrecerá a los clientes:

De contado ___ A crédito ___ Plazos___ Descuentos por pronto pago ___

Describa la política de ventas a crédito de la empresa:

Ofrecerá servicio posventa: Si ___ No ___ ¿Por qué?_

Sistema de garantía: Si ___ No ___ ¿Por qué?_

¿Quién se encargará del servicio posventa y qué costos implica?

¿Cuáles serán los canales de distribución que se utilizarán?

¿Qué tan importante son los costos de distribución con respecto al precio de comercialización, es decir, es muy alto su peso en precio?

3.4.- Aspectos técnicos.

¿Cuáles son las necesidades de inversión?

¿Cuenta con personal capacitado para el manejo de los equipos involucrados?

¿Cuáles serían los costos por la capacitación del personal?

¿Qué número de unidades espera producir mensualmente?

¿Existen riesgos asociados al desarrollo de la actividad? ¿Qué puede hacer para reducirlos?

¿Existen normativas medioambientales que afecten directa o indirectamente el proyecto?

¿Cuáles serían los costos en materia prima? Especifique

¿Quiénes serán los proveedores? ¿Dónde están ubicados?

¿Condiciones y períodos de pago de los proveedores?

Necesitamos espacio físico para almacenar la materia prima y productos terminados: Si ___ No ___ De ser así, ¿cuenta con el espacio requerido? Si _ No ___

3.5.- Aspecto legal

¿El proyecto requiere de alguna documentación legal? Especifique.

3.6.- Estudio económico-financiero.

Monto de la inversión:

Fuente de Financiamiento:

¿Cuál es el ingreso estimado que se lograra al precio que se decida fijar?

Tasa de rentabilidad esperada:

Tiempo de recuperación de la inversión

¿Cuáles son los costos totales de la actividad de ventas?

¿Cuál es el margen de contribución esperado?

3.7.- Análisis DOFA del Proyecto:

Fortalezas del proyecto:

Debilidades del Proyecto:

Amenazas que ofrece el entorno para el desenvolvimiento del proyecto:

Oportunidades que brinda el entorno para el desenvolvimiento del proyecto:

ACTIVIDADES MICROEMPRESARIOS

-
- Cronograma de actividades:

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9

- Proyección de ventas:

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Alto	X								
	Unidades								
	Bs.								
Medio	X								
	Unidades								
	Bs.								
Bajo	X								
	Unidades								
	Bs.								

- Costos asociados a la actividad de la empresa:

Costos fijos mensuales:

Valor

- Sueldos y salarios _____
- Prestaciones sociales _____
- Alquiler del local _____
- Transporte _____
- Servicios públicos _____
- Papelería _____
- Mantenimiento _____
- Depreciación _____
- Otros _____
 - *Total gastos mensuales* _____

Costos variables:

Nombre del producto: Unidad de costo:

Precio de venta: Unidades producidas mensuales:

Materia primas	Unidad de compra	Costos de unidad	Unidades utilizadas	Costo

$$CT = CF + CV$$

- Margen de contribución:

Producto	Cantidad a vender en el mes (A)	Costo unitario (B)	Precio unitario (C)	Costo total (D)	Ventas total (E)	Margen de contribución (F)

Para determinar los valores que estarán dentro de la tabla, recuerda que:

- $D = A * B$
- $E = A * C$
- $F = E - D$
- $F - \text{Costos fijos} = \text{Utilidad}$
- $\text{Rentabilidad} = (\text{Utilidad} / \text{Inversión}) * 100$

- Flujo de caja proyectado:

	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4
Saldo Inicial				
<i>Ingresos</i>				
Ventas al contado				
Ventas a crédito				
Ingresos extraordinarios				
<i>Total de ingresos</i>				
<i>Egresos (gastos)</i>				
Compras al contado				
Compras a crédito				
Gastos personales				
Gastos De la familia				
Pago de prestamos				
Pago de sueldos y salarios				
Pago de renta del local				

Pago por servicios (luz, agua)				
Gastos Administrativos				
Gastos Extraordinarios				
<i>Total de Egresos (gastos)</i>				
<i>Ingresos - Egresos = Saldo del mes</i>				