



MANUAL DEL EMPRENDOR

ESCUELA EMPRENDIMIENTO E INSERCIÓN LABORAL UNA EXPERIENCIA EN CONJUNTO



La movilidad ha sido una constante en la historia de la humanidad, la gente se mueve de un lugar a otro por diversas razones, la mayor parte de las veces por motivos económicos.

Si revisamos nuestras historias personales, seguramente, en la mayor parte de los casos, vamos a encontrar ese signo de la migración en alguna etapa de nuestras vidas o las de nuestros antepasados.

Frente a los masivos desplazamientos humanitarios que se han suscitado en la última década, no se puede desconocer a este nuevo grupo que forma parte de nuestra sociedad. Su presencia, ha generado enormes cambios en la dinámica política, cultural y económica. Sin embargo, esta nueva realidad debe ser observada, no sólo como un reto sino como una oportunidad de transformación y de impulso.

FIDAL de mano de la Fundación alemana Hanns Seidel y con la cooperación del gobierno de ese país, empiezan con mucho entusiasmo esta nueva etapa para conseguir la mejor inserción, los mejores espacios de convivencia mutua entre los hermanos venezolanos y nuestros conciudadanos ecuatorianos.

Rosalía Arteaga
Presidenta Ejecutiva FIDAL

FIDAL, una Fundación dedicada a trabajar por la educación, una mejor convivencia y armonía entre los seres humanos, y Fundación Hanns Seidel bajo el lema “al servicio de la democracia, la paz y el desarrollo” buscan fomentar estos principios en todos sus ámbitos de acción.

Este trabajo en conjunto tiene como objetivo principal la inserción sostenible de las personas migrantes en la sociedad ecuatoriana y es un proyecto a largo plazo.

Entendemos y buscamos que la sociedad también comprenda que la movilidad humana no debe ser vista como una amenaza, sino más bien como una oportunidad para nuestra sociedad.

Día a día el mundo se mueve, se transforma y cambia. Y hoy, tenemos la oportunidad de ser parte de ese futuro. Al comprendernos, al incluirnos, al entendernos como distintos y plurales, nos volveremos una sociedad más justa, inclusiva y humana.

¡Bienvenidos a esta Escuela de Emprendimiento e Inserción Laboral!

Philipp Fleischhauer
Representante Regional para Ecuador, Perú y Bolivia
Fundación Hanns Seidel

MÓDULO 1

PLAN DE VIDA E INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO

En este módulo iniciaremos el recorrido hacia el emprendimiento con un conocimiento personal, cómo debe ser un emprendedor, conoceremos técnicas para encontrar empleo, y revisaremos qué es un emprendimiento

1.1 PROYECTO DE VIDA

¿QUIÉN SOY?

Antes de comenzar una actividad es importante analizar ¿cuál es el Proyecto de vida personal?, ¿qué quiero ser?

Viaje al pasado

- ¿Qué me ha hecho feliz?
- ¿Qué ha sido lo mejor que he hecho estos años?
- ¿Qué habilidades, conocimientos y capacidades he acumulado a través de mis experiencias?
- ¿Qué quiero dejar en el pasado para ser mejor persona y mejor emprendedor?

Viaje al Futuro

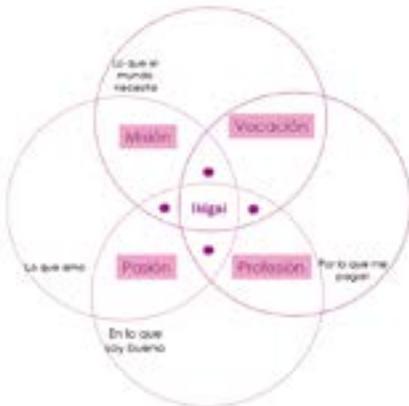
- ¿Dónde quiero estar?
- ¿Qué tipo de actividades quiero estar haciendo?
- ¿Quiénes forman parte de mi futuro y cómo nos apoyamos juntos para construir ese futuro que queremos tener?

En el presente

- ¿Cómo se ve el lugar en el que estoy ahora?
- ¿Qué aspectos positivos están pasando en mi vida?
- ¿Qué quiero transformar de mi presente y está en mí log...
- ¿Quiénes hacen que mi presente valga la pena y por qu...

IKIGAI CONCERNOS Y RECONCERNOS

Emprender requiere de saber quiénes somos, cuáles son nuestras fortalezas y nuestras áreas de oportunidad. Solo así podremos avanzar con mayores posibilidades de éxito.



ACTIVIDAD 1.1

¿Quién soy? Construir mi Ikigai

1.2 PERFIL DEL EMPRENDEDOR

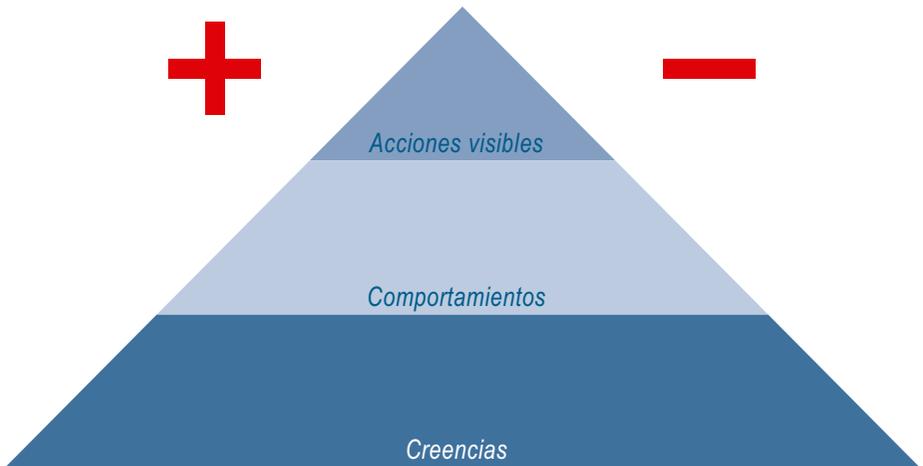
Un emprendedor es aquel que se propone a practicar lo que es nuevo, buscando encontrar caminos que lo lleven al éxito con las oportunidades que surgen en el mercado. El austriaco Peter Drucker (1909 – 2005), conocido como padre de la administración moderna, decía: “Si quieres hacer algo nuevo, necesitas dejar de hacer algo viejo”. Y es precisamente esta la base de un perfil emprendedor.

¿Qué características debe tener un emprendedor?

1. Cálculo de riesgo:
2. Exigencia:
3. Compromiso:
4. Planificación:
5. Autoconfianza:

ACTIVIDAD 1.2 - El iceberg de mis premisas y acciones

Describe acciones visibles/comportamientos/creencias que te apoyan a alcanzar tus metas y acciones visibles que te impiden lograr lo que quieres.



1.3 TÉCNICAS PARA ENCONTRAR EMPLEO

Revisaremos estrategias y técnicas para encontrar empleo formal. Desde la elaboración de la Hoja de Vida, la preparación para una entrevista, y veremos métodos para buscar empleo

CONSEJOS AL BUSCAR EMPLEO:

Hoja de Vida: Destaca fortalezas, datos más importantes

Estudios y empleos reales

Enfócate en tu objetivo: Para cada aplicación realiza una hoja de vida

Define que buscas y donde lo puedes encontrar

Networking: Amplía círculo de amigos y busca personas que te puedan apoyar

A veces quien menos lo esperas puede darte una oportunidad en la vida

Amplía tus conocimientos: Capacítate permanentemente, nuevas habilidades te pueden dar más oportunidades de empleo

Cuanto más sepas te ayudará a tomar mejores decisiones

Construye tu marca personal: Promociónate, publica contenido relevante en tus redes sociales

Una buena opción es LINKEDIN para mostrar tu profesionalismo

Preparate para las entrevistas: Investiga un poco acerca de la empresa antes de ir a tu entrevista

destaca tus puntos fuertes, conocimientos y habilidades

ACTIVIDAD – 1.3 Mi cuadro de habilidades y oportunidades

Completa el cuadro pensando en lo que sabes y sabes hacer, es importante que una vez reconocidos ambos, puedas identificar dónde puedes aplicar lo que sabes o lo que sabes hacer.

Saber	Saber Hacer	¿Dónde?
1.-		
2.-		
3.-		

1.4 INTRODUCCIÓN AL EMPRENDIMIENTO

El emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (PIONERO), la característica es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, con técnicas de innovación o un valor agregado a su producto o servicio existente. Es aquella actitud y aptitud de la persona, que le permite iniciar nuevos retos, actualmente tiene gran importancia entre los grupos de la sociedad civil, donde las personas buscan tener independencia y estabilidad económica.

Para iniciar un emprendimiento realizamos un análisis: "Estudio de nicho de mercado", es decir, debemos considerar bien el contexto de la localidad, esto lo realizamos a través de tres grandes ámbitos:

¿Qué tipo de personas viven en la comunidad?

¿A qué se dedican?

¿Cuál es su situación económica?

¿Cuál es la edad promedio?

¿En que horarios hay más movimiento de personas?

¿Qué necesidad insatisfecha tienen las personas?

Comunidad

Emprendimientos existentes

¿Qué tipo de negocios existen?

¿Qué hacen los negocios para atraer a clientes?

¿En que horarios atienden?

¿A qué precios venden sus productos?

¿De qué forma presentan sus productos?

¿Qué negocios todavía no hay en la comunidad?

¿Hay centros educativos?, ¿Oficinas?, ¿Parques?, ¿Proveedores de los implementos?, ¿Ferias de productos?

¿Existen organizaciones con apoyo a micro-emprendimientos?

Qué hay en el entorno

Por otra parte, también es importante analizar críticamente las posibilidades, conocimientos y talentos. Para esto podemos realizar un análisis FODA:



ACTIVIDAD 1.4 – Reflexiones sobre el tipo de negocio que estoy emprendiendo o quiero emprender.

En el casillero correspondiente, responde a cada pregunta considerando cualquier actividad o emprendimiento que comience o que ya esté sucediendo.

MISIÓN	¿Qué quiero lograr con mi emprendimiento?	
VISIÓN CON MI PLAN DE VIDA	¿Por qué estoy emprendiendo? ¿A qué me ayuda este emprendimiento?	
MI INDUSTRIA	¿En qué industria está mi emprendimiento? ¿Cómo es en el país?	
VALOR AGREGADO	¿Cómo se diferencia la empresa de otros competidores?	
PREDICCIÓN MERCADO	¿Qué pienso que pasa actualmente en el mercado donde quisiera emprender?	
HABILIDADES	¿Qué habilidades y conocimientos pueden agregar valor a mi emprendimiento y por qué?	

MÓDULO 2

METODOLOGÍA PARA EMPRENDER

¿Qué voy a aprender?
En este módulo conocerás ¿cómo iniciar tu emprendimiento? y
¿cómo hacer un plan de negocio paso a paso en las distintas etapas?

2.1 CÓMO INICIAR UN EMPRENDIMIENTO

Comenzar un negocio puede parecer un asunto hasta glamoroso si se quiere, pero en realidad requiere una enorme cantidad de trabajo y constante compromiso. Hay varias formas de iniciar: crear una empresa desde cero, comprar una en funcionamiento y desarrollarla, adquirir una franquicia confiable o encargarse del negocio familiar.

1. Consolida el producto o idea
2. Realiza un Análisis de Mercado
3. Ponle un nombre a tu negocio
4. Desarrolla el Plan de Negocios
5. Construye una estructura de soporte
6. Consigue los fondos necesarios

ACTIVIDAD 2.1 Identificar las características de mi potencial cliente

Responde las preguntas pensando como si fueras una persona que compraría tu producto, también si tienes tiempo puedes observar a personas que ya compran un producto parecido al tuyo y entender mejor su comportamiento.

ACCIONES	¿Qué hacen realmente mis clientes?
MOTIVACIONES	¿Por qué hacen lo que hacen?
PREFERENCIAS	¿Qué les gusta y que NO les gusta?
IDEAS	¿Cuál es mi visión de cambio?

2.2 DESIGN THINKING

Entre las metodologías para emprender se encuentra el Design thinking basada en la forma que usan los diseñadores para resolver problemas complejos que, en vez de centrarse en éstos, se orienta a la acción, propiciando el avance hacia la creación del escenario de futuro deseado. Design thinking utiliza la sensibilidad del diseñador y se basa en la lógica, la imaginación, la intuición y el razonamiento sistémico para explorar las posibilidades de lo que podría ser y para crear los resultados deseados que benefician al usuario final.

Un ciclo de Design Thinking se caracteriza por:

- La búsqueda de la innovación centrada en la persona.
- La necesidad de la observación para descubrir las necesidades no satisfechas dentro de un contexto y las limitaciones de una situación particular.
- La reiteración de las soluciones, que se van completando con nuevas ideas, probando y ajustando.
- La participación de clientes o usuarios finales, que minimiza la incertidumbre y el riesgo de la innovación.
- El uso de las percepciones, en las que se confía, entendiéndose que complementan a los datos objetivos.

ACTIVIDAD 2.2 - Enmarcar el problema que se busca resolver con el emprendimiento.

Rellenar los espacios para construir un texto que facilite la comprensión del tipo de emprendimiento y el valor agregado del mismo.

Para
(Cliente objetivo)

Quienes
(Necesidad
u oportunidad)

El/la
(nombre del producto)

Es un
(categoría del producto)

Que
(beneficio, clave, razón
para comprar)

A diferencia de
(principal competidor)

Nuestro producto
(principal diferenciador)

2.3 PLAN DE NEGOCIOS DESDE LA METODOLOGÍA “DESIGN THINKING”

técnica SCAMPER. De sus siglas en inglés se deduce la propuesta que trae consigo:

- Sustituye
- Adapta
- Pon en otros usos diferentes
- Elimina
- Combina
- Modifica
- Reduce

El mapa mental es otra de esas técnicas creativas que impulsan el Design Thinking. Gracias a su potencial visual logra estimular las conexiones neuronales dando lugar a ideas innovadoras y sorprendentes.

Fases de Design Thinking

1. Empatizar con los usuarios o clientes.
2. Definir sus necesidades, sus problemas y sus ideas.
3. Crear ideas que desafíen las suposiciones y deriven en soluciones innovadoras.
4. Configurar un prototipo.
5. Pasar al modo de prueba con las distintas soluciones planteadas.

ACTIVIDAD 2.3 Boletín de prensa que proyecta el éxito de mi negocio.

Para enmarcar el éxito que quieres lograr con tu negocio, es importante saber cómo se ve tu negocio funcionado de la manera esperada. Ejemplo:

Ahora completa La noticia de tu negocio:

<p>Título de la Noticia <i>Las canastas de patacones inspiran al mercado</i></p>	<p>Título de la Noticia</p>
<p>Síntesis General: <i>Las canastas de patacones son una manera diferente de utilizar el verde y también una invitación a la creatividad ¿Qué debe ir al interior de la canasta?.. Lo que tu imaginación diga.</i></p>	<p>Síntesis General: (máximo 80 palabras)</p>
<p>Párrafo del problema – solución: <i>Actualmente el consumo de patacones es alto, sin embargo, quienes los consumen han manifestado que les gustaría probar algo diferente con el mismo concepto. Así surge “VerdeWok”, para ofrecer la posibilidad de tener patacones para rellenar.</i></p>	<p>Párrafo del problema – solución: (máximo 180 palabras)</p>
<p>Llamado a la acción <i>Te invitamos a probarlos y a innovar ¿Qué le pondrías a tu verdewok? Tú le pones el ingrediente secreto, nosotros el pretexto.</i></p>	<p>Llamado a la acción: (máximo 25 palabras)</p>
<p>Testimonio de los beneficiarios <i>“Lo compré hace poco y le puse ceviche adentro, es delicioso y crujiente. Lo volveré a comprar.”</i></p>	<p>Testimonio de los beneficiarios: (máximo 50 palabras)</p>

2.4 ETAPAS DE UN PLAN DE NEGOCIOS A TRAVÉS DE CANVAS

El modelo de negocio CANVAS es una herramienta muy interesante, que hace unos años (2010) vio la luz gracias al libro “Generación de modelos de negocio” (Business Model Generation) escrito por Alex Osterwalder e Yves Pigneur.

Lado izquierdo:

Aspectos internos de la empresa como asociaciones clave, actividades clave y recursos clave, y estructura de costes.



Lado derecho:

Aspectos externos a la empresa, al mercado, al entorno; se compone de los siguientes bloques: segmento de mercado, propuesta de valor, canales, relación con clientes y fuentes de ingresos;

ACTIVIDAD 2.4 Llena con las ideas de tu emprendimiento

Observaciones para tomar en cuenta en el emprendimiento:
 ¿En qué debo centrarme para que mi emprendimiento sea exitoso?
 ¿Cuál es la fortaleza de mi idea y en qué debo poner mayor atención?



MÓDULO 3

FINANZAS Y MARKETING

En este módulo estudiaremos aspectos como contabilidad básica, legalidad, ventas, publicidad y mercadeo.

3.1 PLANIFICACIÓN FINANCIERA (FLUJO DE CAJA)

•Balance General: refleja el panorama actual de tu empresa y te guiará a tomar las decisiones financieras correctas. Contiene:

Activos -bienes y derechos propiedad de la empresa que contribuyen a la generación de utilidades;

Pasivos - deudas y obligaciones que la empresa tiene a su cargo

Patrimonio - resultado de restar los pasivos a los activos

Estado de Resultados: registra los datos de un momento en específico para que nos muestre el estado de pérdidas o ganancias. Sus componentes son:

Ingresos – ventas o cobros durante el periodo contable

Costos - indica la inversión necesaria para producir un producto o servicio

Gastos - desembolso de dinero que se hace para realizar cada una de las actividades que se necesitan para la producción de dicho producto

GASTOS

No se recuperan

Se originan en los departamentos: Administrativo, Comercial, Financiero, Recursos humanos

Se consumen en la empresa

Son independientes a la producción

COSTOS

Se capitalizan

Forman el producto

Se transfieren - comercializan

Administrativo, Comercial, Financiero,

Recursos Humanos

Se consumen en la empresa

Son independientes a la población

ACTIVIDAD 3.1 – Desarrollemos nuestro plan inicial y calculemos costos

Enlista tus ingresos

Enlista tus egresos

Enlista tu patrimonio

Enlista tus pasivos

3.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING

El propósito fundamental de la Mercadotecnia o Marketing es atender las necesidades planteadas por el mercado; que está conformado por un conjunto de clientes cuyos intereses, deseos, problemas y limitaciones son la materia de trabajo del mercadólogo. En su definición destacan cuatro perspectivas: las perspectivas de la utilidad económica, la perspectiva del consumidor, la perspectiva social y la perspectiva gerencial.

Orientación hacia el producto: etapa centrada en la producción y distribución eficiente de los productos.
Orientación hacia las ventas: estrategias para vender los productos, basadas en criterios de persuasión y/o presión.
Orientación hacia la mercadotecnia: etapa en la que se preocupa por las necesidades tanto de la propia empresa como del consumidor

LAS 4 P DEL MARKETING SON:

Producto: Será todo lo tangible (bienes muebles u objetos) como intangible (servicios) que se ofrece en el mercado para satisfacer necesidades o deseos.
Precio: Para elaborar el precio debemos determinar el costo total que el producto representa para el cliente, incluyendo distribución, descuentos, garantías, rebajas, etc.
Plaza o Distribución: Se define cómo llega el producto hasta el cliente. ¿Dónde se comercializará el producto o el servicio que se está ofreciendo?; en el caso de un producto ¿será distribuido al por mayor o al por menor?

Promoción Comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, producto y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción. Usamos diferentes herramientas, como: la publicidad, la promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y comunicación interactiva (medios como internet).
Promoción: Comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la empresa, producto y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción. Para la promoción nos podemos valer de diferentes herramientas, como: la publicidad, la promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas y comunicación interactiva (medios como internet).

ACTIVIDAD 3.4 – A continuación, vamos a plantear una estrategia de marketing de nuestro producto o servicio en base a las 4Ps.

Definiendo el Producto	<p>1.- Enumere las características y encuentre el beneficio al cliente de cada una de ellas.</p> <p>2.- Defina que necesidades satisface de sus clientes. Recuerde que puede ser un producto, servicio o combinación de ellos.</p> <p>3.- Defina su producto estrella – el Producto en sí.</p> <p>4.- Defina el producto extendido - el valor agregado: garantías, servicios adicionales y empaques.</p>	
Definiendo el Precio	<p>1.- ¿Cuánto pagarán por el producto o servicio?</p> <p>Si define su precio por costo, sume todos los costos anteriores: Producto, promoción y plaza (distribución). Al número que le salga, súmele el porcentaje de utilidad que desea adquirir.</p> <p>Al fijar el precio del producto o servicio, es importante compararlo con el de la competencia. Busque al competidor correcto para comparar el precio.</p>	
Definiendo la Plaza	<p>¿Cómo haré llegar mi producto o servicio al cliente?</p> <p>Defina si entregará sus productos directamente o por medio de distribuidores. Seleccione si venderá en un local o llegará al domicilio del cliente. Si usa un local comercial, debe tener en cuenta dónde se ubicará y con qué características contará.</p>	
Definiendo la Promoción	<p>¿Cómo lo conocerán y comprarán los clientes?</p> <p>Dentro de la promoción puede hacer anuncios en radio, televisión y periódicos, anunciarse en directorios telefónicos, hacer Telemarketing para ofrecer sus servicios o productos, participar en ferias comerciales, entre otros.</p>	

3.5 MARKETING DIGITAL

La Venta Online, en línea o por internet consiste en poner a la venta los productos o servicios de la empresa en un sitio web en internet, de tal forma, que los clientes puedan conocer en qué consiste el producto o servicio, y en el caso de que estén interesados, puedan efectuar la compra "online", por ejemplo, pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito, para luego, recibir en su correo electrónico la factura, la fecha de entrega y las condiciones en las que recibirá el producto.

¿CÓMO HACER MARKETING DIGITAL?

- Marketing de Contenido
- Email Marketing
- Redes Sociales
- Optimización de Conversión – CRO
- Marketing de Búsqueda – SEM

ELEMENTOS DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

Entorno	Estudiar a fondo el mercado y la competencia antes de iniciar la estrategia.
Audiencia	Tener claro a quién nos dirigimos, definir el target y crear las segmentaciones de audiencia.
Objetivos	Alinear los objetivos online con los del negocio
Estrategia	Encontrar la mejor manera de llegar al público objetivo de forma creativa
Ventas	Consolidar ventas en plataformas virtuales o por ecommerce
Fidelización	Lograr que tus clientes sean fieles durante mucho tiempo
Presupuesto	Repartir entre diferentes canales, siempre pensando dónde conseguiremos más impacto entre nuestra audiencia.
Tecnología	Encuentra la mejor herramienta para rentabilizar al máximo el presupuesto
KPIs	Define las métricas y evalúa constantemente

(métricas o indicadores de resultados)

ACTIVIDAD 3.5 - Vamos a desarrollar nuestra estrategia de marketing digital

<p>¿Cómo difundirás tu emprendimiento? ¿Qué mensajes utilizarás?</p>	<p>¿Cómo difundirás tu emprendimiento? ¿Qué mensajes utilizarás?</p>
<p>¿Cómo difundirás tu emprendimiento? ¿Qué mensajes utilizarás?</p>	<p>¿Cómo difundirás tu emprendimiento? ¿Qué mensajes utilizarás?</p>

3.2 DERECHOS DE LOS MIGRANTES

La Constitución Política del Ecuador en su art. 13 establece que: “Los extranjeros gozarán de los mismos derechos que los ecuatorianos, con las limitaciones establecidas en la Constitución y la ley”. La categoría de extranjero, por supuesto, es muy amplia, pero es claro que dentro de ella están comprendidos los inmigrantes.

DERECHOS DE LOS MIGRANTES

1. Derecho a la libre movilidad responsable y migración segura
2. Derecho a solicitar una condición migratoria
3. Derecho a la información migratoria
4. Derecho a la participación y organización social
5. Acceso a la justicia en igualdad de condiciones
6. Derecho a la integración de niñas, niños y adolescentes
7. Derecho a la participación política
8. Derecho al registro de títulos
9. Derecho al trabajo y a la seguridad social.
10. Derecho a la salud.

Todo trabajador contratado/a bajo relación de dependencia, tiene derecho a:

- Ser afiliado/a al Seguro Social por parte de tu empleador desde tu primer día de trabajo.
- Recibir como mínimo el sueldo básico en el caso de trabajos a tiempo completo (8 horas diarias).
- Trabajar máximo 8 horas diarias y 40 semanales.
- Si trabajas en sábados domingo y feriados o más horas de lo establecido, tienes derecho a recibir el pago por horas extras y/o suplementarias.
- Recibir la décimo tercera remuneración (Bono navideño) equivalente a la doceava parte de todo lo que el trabajador haya percibido en el año. Fecha máxima de pago: 24 de diciembre.
- Recibir la décimo cuarta remuneración (Bono escolar), equivalente a una remuneración básica mínima. Fecha máxima de pago: 15 de marzo para Costa y Galápagos, 15 de agosto para Sierra y Amazonía.
- Tener vacaciones laborales remuneradas (15 días al año), licencia de maternidad (12 semanas) y licencia de paternidad (por 10 días si es parto normal y 5 días más si es por cesárea)

3.3 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Para iniciar un emprendimiento, es importante contar con los permisos requeridos. De acuerdo con el tipo de emprendimiento, hay diferentes requisitos. Estos dependen del lugar donde se realiza el emprendimiento y del producto o servicio que se ofrece. De igual forma, cada cantón tiene su propia ordenanza que regula los negocios y en dónde se indica los procedimientos. Por eso, es muy importante informarse en la Dirección de Desarrollo Económico Local del Gobierno Autónomo Descentralizado Cantonal donde se implemente el negocio. Requisitos para el funcionamiento de un negocio:

- Si eres migrante contar con una condición migratoria regular o visa.
- Permiso de uso de suelo si su negocio se realiza en un espacio público.
- Patente municipal que se debe renovar cada año en la Comisaría Municipal.
- Patente para publicidad en algunos cantones.
- Notificación sanitaria.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Certificado para manipulación de alimentos: Este certificado se puede obtener luego de seguir una capacitación que el mismo municipio organiza y de realizarse algunos exámenes de laboratorio. Busca más información en la Dirección de Desarrollo Económico Local de su cantón.
- Contar con un RUC o RISE actualizado y vigente.

IMPUESTOS Y OBLIGACIONES

En el Ecuador existen dos instituciones que generan impuestos y obligaciones, a nivel nacional y local, éstas son:

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el siste-

ma de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades que realizan actividades económicas, que generan obligaciones tributarias. Obliga a declarar y pagar mensualmente o semestralmente, depende de la actividad económica ejecutada, el Impuesto al Valor Agregado (IVA), y también declarar y pagar anualmente del Impuesto a la Renta. Se obtiene en <https://www.sri.gob.ec>

- Régimen Impositivo Simplificado (RISE), es un régimen de inscripción voluntaria, que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país. Se obtiene en <https://www.sri.gob.ec> GAD MUNICIPAL

- Impuesto a la vPatente Municipal es un requisito obligatorio para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC), según el Código de Ordenamiento Territorial (Cootad) y la Ordenanza Municipal 339 vigentes. Se adquiere en la administración zonal municipal a la que pertenece tu emprendimiento.

- Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE) es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro de un cantón.

Cuando ya tengas tu negocio es importante registrarte en el MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA para tener tu Registro único de Mipymes (RUM) que permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en la ley, puedes encontrar el procedimiento a seguir en: http://servicios.industrias.gob.ec/site_rum/rum.html

REFERENCIAS

Covey E (2003), Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa.
Cruz C (2014), Secretos del vendedor más rico del mundo, Taller del Éxito Inc.
Tomado de: Descubre cuál es el perfil de un emprendedor de éxito, <https://destinonegocio.com/pe/emprendimiento-pe/descubra-cual-es-el-perfil-de-un-emprendedor-de-exito-2/>

PÁGINAS WEB

A continuación, te presentamos algunas páginas web donde encontrarás más información sobre emprendimiento y técnicas de ventas:

• Secretos del vendedor

http://elexito.com/wp-content/uploads/2014/01/secretos_vendedor_rico2.pdf

• Hábitos para aprender a vender

<https://www.colegiorudolfsteiner.edu.ec/pdf/Los-7-Habitos-de-las-Personas-Altamente-Efectivas.pdf>

• Estrategia de ventas

<https://expansion.mx/especiales/2014/06/17/aprende-a-hacer-tu-estrategia-de-ventas>

• **Capacitaciones Online:** algunos enlaces de utilidad donde se pueden realizar capacitaciones online, algunos incluso de forma gratuita.

<https://www.esquelclic.org/>

<https://aprende.org/>

<https://mundoendesarrollo.org/curso-gratuito-banco-mundial-desarrollo/>

• Design Thinking

<https://retos-directivos.eae.es/design-thinking-que-es-caracteristicas-y-fases/>

<https://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/como-funciona-design-thinking/54523>

• Modelo CANVAS

<https://innokabi.com/descarga-pdf-lienzo-de-modelo-de-negocio/>

<https://www.emprendedores.es/gestion/modelo-3/>

• Economía Popular y Solidaria

<https://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>

• Economía Colaborativa en Ecuador

<https://www.revistalideres.ec/lideres/economia-colaborativa-negocios-empresas-ideas.html#:~:text=En%20Ecuador%20un%20ejemplo%20de,marketing%20digital%20y%20otras%20C3%A1reas.>

• Comercio Solidario o Justo

<https://www.economiasolidaria.gob.ec/ecuador-busca-fortalecer-el-comercio-justo/>

• Consumo Responsable y Sostenibilidad

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>

• Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación de Ecuador

https://www.gob.ec/sites/default/files/regulaciones/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPRENDIMIENTO-INNOVACION.pdf

• Capacitación gratuita

<https://cursosgratisonline.co/>

PLAN DE NEGOCIO

En esta parte puedes crear tu plan de negocio paso a paso. Completa en cada sección lo que se solicita. Al final tendrás un documento de plan de negocio que lo podrás presentar a distintas instituciones para obtener financiamiento o recursos.

1. Resumen Ejecutivo (Presentación)

Presentación: Breve descripción de la empresa o negocio

Datos Generales de la Empresa:

Nombre del Negocio y/o Nombre propietario

Actividad:

Teléfono:

Dirección:

Correo electrónico:

2. Aspectos del Mercado

Estimar el volumen o cantidad que se comercializará del bien o servicio

Definir el segmento de mercado al cual se va a enfocar la empresa (clientes)

Descripción del Producto o Servicio.

Competencia

Competencia directa:

Competencia indirecta:

3. Aspecto Técnico

Breve descripción del Proceso Productivo o comercial; en caso de mejora del proceso para optimización de costos, indicar el antes y el después.

Definir el personal mínimo que requerirá para funcionar y si el negocio puede funcionar con teletrabajo.

Mencione sus estrategias comerciales: comunicación con clientes / ventas por web.

¿Qué hará para llevar el producto o servicio al mercado?

4. Aspecto Financiero

Breve descripción de la situación financiera

Flujo de caja proyectado mensual

INGRESOS OPERATIVOS

Ventas en efectivo

Cobro de cuentas a crédito

Otros ingresos

EGRESOS OPERATIVOS

Compra de mercadería

Pago a proveedores

Gastos administrativos

Salarios

Servicios básicos

Impuestos

Otros egresos

FLUJO DE

FLUJO DE CAJA MENSUAL		PERIODO DE TIEMPO			
		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4
INGRESOS	Saldo inicial				
	Ventas en efectivo				
	Cobro de cuentas a crédito				
	Otros ingresos				
	Total ingresos				
EGRESOS	Compra de mercadería				
	Pago a proveedores				
	Gastos administrativos				
	Salarios				
	Servicios básicos				
	Impuestos				
	Otros egresos				
	Total egresos				
	Flujo operativo				
INGRESOS NO OPERATIVOS	Ventas de activos fijos				
	Préstamos recibidos				
	Total Ingresos No Operativos				
EGRESOS NO OPERATIVOS	Pago deudas bancarias				
	Otros pagos				
	Total Egresos No Operativos				
	Flujo De Caja Neto				
	Flujo De Caja Acumulado				



TODOSMIGRAMOS@FIDAL-AMLAT.ORG
02 2444 428 / 02 2444 407
WWW.FIDAL-AMLAT.ORG