



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN**  
**DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO**

**TEMA:**

**EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y HABILIDADES**  
**PROFESIONALES REQUERIDAS EN EL MERCADO LABORAL**  
**ECUATORIANO**

**MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES**  
**DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA**

**Autora:** SUÁREZ GÓMEZ ZULEMA KARINA

**Acompañante:** LSI. JAVIER ANTONIO BENITEZ ASTUDILLO, MAE

**Milagro, Septiembre 2017**

**ECUADOR**

## DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

**RECTOR**

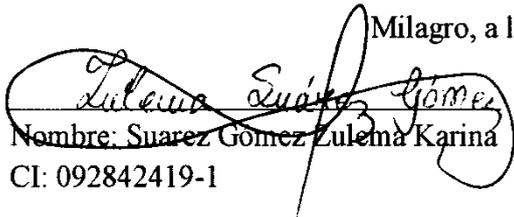
**Universidad Estatal de Milagro**

Presente.

Yo Suárez Gómez Zulema Karina en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación - Examen Complexivo, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la temática “Evaluación de las competencias y habilidades profesionales requeridas en el mercado laboral ecuatoriano” del Grupo de Investigación Modelos de desarrollo local ajustados a los enfoques de la economía popular y solidaria; y sostenibilidad de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social De Los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

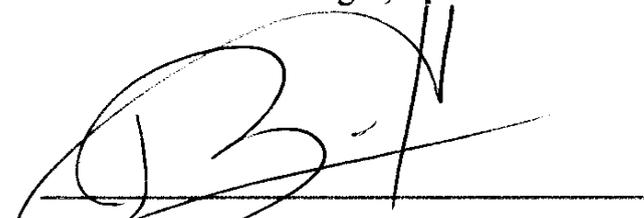
Milagro, a los 27 días del mes de septiembre de 2017

  
Nombre: Suarez Gómez Zulema Karina  
CI: 092842419-1

## **APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA**

Yo, LSI. JAVIER ANTONIO BENITEZ ASTUDILLO, MAE en mi calidad de acompañante de la propuesta práctica del Examen Complexivo, modalidad presencial, elaborado por la estudiante Suárez Gómez Zulema Karina; cuyo tema es: Evaluación de las competencias y habilidades profesionales requeridas en el mercado laboral ecuatoriano, que aporta a la Línea de Investigación Modelos De Desarrollo Local Ajustados A Los Enfoques De La Economía Popular Y Solidaria; Y Sostenibilidad previo a la obtención del Grado de Licenciatura en Gestión empresarial; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Examen Complexivo de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 27 días del mes de septiembre de 2017.



---

Lsi. Javier Antonio Benítez Astudillo, MAE  
ACOMPAÑANTE  
CC. 091808984-8

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: BENITEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO, ANDRADE DOMINGUEZ FRANCISCO JAVIER, CEDILLO FAJARDO MIGUEL ANGEL.

Luego de realizar la revisión de la propuesta práctica del Examen Complexivo, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL presentado por la Señorita ZULEMA KARINA SUÁREZ GÓMEZ

Con el título:

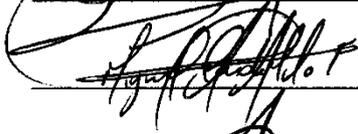
EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y HABILIDADES PROFESIONALES REQUERIDAS EN EL MERCADO LABORAL ECUATORIANO

Otorga al presente la propuesta práctica del Examen Complexivo, las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	[68,83]
DEFENSA ORAL	[1,69]
TOTAL	[70]
EQUIVALENTE	[35]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado  
Fecha: 27 de septiembre del 2017.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	<u>Benitez Astudillo Javier</u>	
Vocal 1	<u>Cedillo Fajardo Miguel</u>	
Vocal 2	<u>Andrade Dominguez Francisco</u>	

## **DEDICATORIA**

En primer lugar agradeciéndole a Dios todopoderoso que me ha dado la vida, por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más, agradecida de manera especial con la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO que me dio la oportunidad de crecer profesionalmente.

A mi madre por ser la persona que me ha acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida, a mis padres quienes con sus consejos han sabido guiarme para culminar mi carrera profesional.

Agradecida con mi esposo ya que sin él nada de esto fuera posible, mis hijos y él son lo que me alientan para salir adelante día tras día.

No podría faltar mi mami Ruth Arévalo quien siempre ha sido una mujer sabia hasta para regañarme, para ti va esto también.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi esposo, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

Gracias a todas las personas que ayudaron en la realización de este proyecto.

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR .....	1
APROBACIÓN DEL ACOMPAÑANTE DE LA PROPUESTA PRÁCTICA .....	2
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
INDICE DE FIGURAS.....	7
INDICE DE CUADROS.....	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN .....	11
MARCO TEÓRICO.....	13
DESARROLLO .....	22
CONCLUSIONES .....	28
BIBLIOGRAFÍA .....	31

## INDICE DE FIGURAS

Cuadro No. 1	Detalle de la Población .....	24
Cuadro No. 2	Detalle de la Muestra .....	25
Cuadro No. 3	Resultados de encuestas movilidad humana .....	25

## INDICE DE CUADROS

Grafico No. 1	Atención al cliente en la venta de productos.....	26
Grafico No. 2	Nivel de las habilidades profesionales generando utilidades en la venta de sus productos .....	27
Grafico No. 3	Distribución adecuada del inventario de los productos .....	28
Gráfico No. 4	LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER “DEL MERCADO MINORISTA LA DOLOROSA” .....	33

## **TEMA: “EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y HABILIDADES PROFESIONALES REQUERIDAS EN EL MERCADO LABORAL ECUATORIANO”**

### **RESUMEN**

En el presente estudio se llevó a cabo en el Mercado “La Dolorosa” ubicado en la ciudad de Milagro donde se encuentran varios locales comerciales minoristas que venden sus productos de víveres es decir se dedican a la venta de consumo masivo, el cual abrieron sus puertas en el año 2005 teniendo buena acogida en sus ventas; para lo cual sus ventas se han reducido por el cambio en el mercado y se han vuelto más competitivas, lo cual surge la necesidad de este estudio en implementar la capacitación necesaria para el usuario y el consumidor y para el beneficio de la Comunidad Milagreña. Este estudio se proyecta en las observaciones y diálogos establecidos con los vendedores minoristas de los locales para cubrir la necesidad de establecer un dialogo para las funciones y el buen manejo de los productos que expenden. Los cuales son vendidos a diario a la personas, el desarrollo organizacional de una empresa es lo más fundamental para llevar a cabo un adecuado control y existan ganancias fructíferas en el negocio así como las relaciones comunicativas que debe establecerse entre el consumidor y el vendedor. Ofrecer productos de calidad y presentarlo con todas las ventajas del buen uso que se adquiere y por el valor que se paga.

### **PALABRAS CLAVE:**

Consumidor

Competencias

Habilidades Profesionales

**THEME: "EVALUATION OF COMPETENCES AND PROFESSIONAL SKILLS REQUIRED IN THE ECUADORIAN LABOR MARKET"**

**ABSTRACT**

En el presente estudio se llevó a cabo en el Mercado “LA Dolorosa” ubicado en la ciudad de Milagro donde se encuentran varios locales comerciales minoristas que venden sus productos de víveres es decir se dedican a la venta de consumo masivo, el cual abrieron sus puertas en el año 2005 teniendo buena acogida en sus ventas; para lo cual sus ventas se han reducido por el cambio en el mercado y se han vuelto más competitivas, lo cual surge la necesidad de este estudio en implementar la capacitación necesaria para el usuario y el consumidor y para el beneficio de la Comunidad Milagreña. Este estudio se proyecta en a observaciones y diálogos establecidos con los vendedores minoristas de los locales para cubrir la necesidad de establecer un dialogo para las funciones y el buen manejo de los productos que expenden. Los cuales son vendidos a diario a la personas, el desarrollo organizacional de una empresa es lo más fundamental para llevar a cabo un adecuado control y existan ganancias fructíferas en el negocio así como las relaciones comunicativas que debe establecerse entre el consumidor y el vendedor. Ofrecer productos de calidad y presentarlo con todas las ventajas del buen uso que se adquiere y por el valor que se paga.

**KEYWORDS:**

Consumer

Competencies

Professional Skills

## INTRODUCCIÓN

Cuando se habla de evaluación de competencias laborables se integra en aquellos procesos de gestión de los recursos humanos que integran dicha empresa, mediante el estudio de la selección del personal como en su desempeño; tomando en cuenta a las personas como una organización útil y en la cual genera utilidades para el País. Además es imperante manifestar la importancia que las personas representan como un costo y el principal recurso en este caso en el mercado laboral de nuestro Cantón Milagro, Provincia del Guayas.

De acuerdo al párrafo anterior se toma en cuenta que además del estudio de la selección del personal también es importante tomar en cuenta su formación, la administración con el cual se maneja los Mercados en este Cantón así como: las políticas sociales que rigen en la Municipalidad de Milagro en cuanto a la administración de los locales que están ubicados en el Mercado la Dolorosa. Las relaciones laborales que están integradas dentro de ese sector comercial deben estar íntimamente relacionados entre sí.

Es imperante tomar en cuenta las competencias laborables que se desarrollen en los locales que expenden sus productos de acuerdo a las tareas que a diario tienen, las relaciones tanto internas como externas que se mantienen es tomar en cuenta el nivel de desarrollo emocional ayudándolos a mejorar y establecer un trabajo equitativo mediante estrategias adecuadas en las labores.

Esta nueva manera de adoptar este tipo de competencias en las personas conlleva a una serie de ventajas, permitiendo la accesibilidad a un nuevo lenguaje común para todas las personas que integran la organización de acuerdo a un comportamiento observable con los individuos y no de manera psicológica, orientando a un resultado que estudia la predicción del comportamiento futuro de las personas de acuerdo a su perfil.

El presente estudio tiene la finalidad de proponer herramientas de competencias laborables adecuadas en el Mercado la Dolorosa del Cantón Milagro, Provincia del Guayas, debido a la baja utilidad que se ha detectado por la falta de conocimiento en la aplicación de estrategias adecuadas a la competitividad y la creación de un adecuado ambiente laboral; ya que, cada día los negocios crecen y se debe buscar métodos adecuados que le permitan ser competitivos en el mercado.

De acuerdo a lo expuesto surge la necesidad de que siendo consumidores se conviertan en personas esenciales para un mejor manejo en las ventajas competitivas que ayudaran en la toma de decisiones por parte de estas personas, en el desarrollo de sus productos, el espacio en donde el cliente se encuentra en el momento de la compra, para que los mismos sean más atractivos en el momento de la decisión en las competencias que se derivan.

## MARCO TEÓRICO

### **Competencia Laboral**

Tomando en cuenta el concepto de competencia tiene su origen en los trabajos de la psicología industria y organizacional en el año de 1960 y a principios de 1970 (Spencer y otros, 1992) con los estudios realizados desde esta época, el interés de la organizaciones se ha ido trasladando, como elementos fundamentales a las personas y a las competencias que estas aportan, además se la define como una características subyacente en una persona que se encuentra causalmente relacionada con una actuación exitosa en un puesto determinado de trabajo.

En las competencias laborables se necesita de recursos como el conocimiento, el saber hacer, cualidades y aptitudes y otros recursos que engloban el medio ambiente como: las relaciones interpersonales, los documentos que ameriten dichas relaciones, las diversas informaciones que se adquieran, entre otros. Son puntos esenciales que se deben tomar en cuenta en una competencia y que ayudaran a resolver problemas profesionales de forma autónoma y flexible capacitándolo para cualquier índole de trabajo encomendado. (Griffin & Van Fleet, 2014)

### **Importancia de la Competencia laboral**

Se han establecido varias consideraciones sobre el tipo de competencias necesarias para obtener un éxito en la inserción y en el desempeño laboral. Diferenciándose entre competencias esenciales, siendo las exigidas para una actuación media adecuada, y competencias diferenciadoras que ayudan a detectar aquellas que sobresalen por sus actuaciones, además de tomar en cuenta las competencia generales que permiten el aprendizaje de toda su vida incluyéndose la alfabetización, la comunicación, el trabajo en equipo, el pensamiento crítico y reflexivo, la toma de decisiones, el dominio de las Tic's y la aptitud por el aprendizaje continuo del individuo.

Tomando en cuenta las competencias transferibles o también llamadas competencias claves, que permiten a los ciudadanos ser capaces de adquirir por sí mismos nuevas competencias, adoptarse a los nuevos cambios, propiciando así su movilidad en el mercado Laboral de cada uno de sus puestos que poseen y que a diario atienden a sus clientes, permite ayudarlos a integrarse en la sociedad convirtiéndose en participativa, metodológica por su desarrollo. (Jaik Dip & Sergio, 2014)

### **Importancia en la labor de un servicio laboral**

La labor de un servicio radica en las costumbres que posee el consumidor sin la necesidad de la presencia de los locales, de acuerdo a su modo de comprar el producto en el cual deben ser frescos como las frutas y verduras en el mercado, así como el cuidado, el control de los precios, el régimen de la calidad como por ejemplo en el expendio de un local de venta de carne debe ser rígida el control de las normas antes enunciadas.

### **Beneficios de un servicio laboral**

Los diversos puestos comerciales son restaurados con el objetivo de prestar un servicio y un bien social a los consumidores, lo cual tiene como finalidad la mejora de la eficacia de existencia de las personas, además se debe tomar en cuenta que de acuerdo al índice del volumen de las compras, los diversos locales comerciales tienen una excelente oportunidad para negociar de acuerdo a diversas formas de pago así como negociar de acuerdo a las condiciones de la calidad y realizar compras de diversas maneras. (Bojorquez, Rosa, & Gonzalez, 2014)

De acuerdo a los requerimientos se determina en la excelencia de brindar un buen servicio que radica en la individualización de los elementos que constituyen en la satisfacción del cliente como lo es la calidad en el producto; así

como la atención al personal y las condiciones físicas lo cual se logra a través de tres elementos básicos como son: (Vargas, Casanova, & Montanaro, 2009)

- El momento de la realidad.- Radica cuando el cliente entra en contacto con algún producto o servicio en el cual es atendido, de allí surge su primera concepción para calificar la atención y la calidad del servicio del cual fue atendido; afinándose aquellos puntos esenciales que sirvieron para establecer una diferencia en el trato y en la calidad del servicio.
- La actitud del empleado, es determinada ante la calidad del servicio que este brinde al cliente; lo cual depende de la voluntad y de la capacidad que este posee para entablar un trabajo eficiente.
- Aspectos administrativos de la empresa: el proceso de la dinámica en una empresa es analizada por como este organizada de acuerdo a las normas internas de cada una de las funciones que representa cada empleado los cuales son calificados por su rendimiento laboral
- Administrativas y de organización que fortalezcan la actitud del empleado para que por su trabajo produzca momentos de verdad satisfactorios al cliente.
- La calidad de las condiciones siendo estas tecnológicas, el desarrollo de un buen ambiente laboral y el desarrollo eficaz de las relaciones interpersonales con los que laboran y con el cliente, logrando una equidad y una adecuada comunicación en el trato de las ventas y en la calidad del producto al cual se expende para la comunidad Milagreña; todo ello tomando como base de acuerdo a lo que estipula el autor (Moreno Hernández, 2012).

## **Las utilidades**

Es aquel resultado en el cual es obtenido en base a reportes establecidos dentro de un ejercicio económico y laboral pues las utilidades no solo representan los balances financieros sino también la mano de obra que es el personal que labora dentro de la empresa que viene a forma como factor ACTIVO dentro de las actividades, que gracias a ello se genera ganancias por el buen desarrollo y el buen manejo en los productos. (Sarabia, 2009)

### **La importancia de las Ventas**

Las ventas es una transacción que se genera entre el cliente y el comerciante de acuerdo a la adquisición de un producto o servicio, es uno de los puntos esenciales en toda empresa ya que representan un activo para los procesos de la continuidad en la buena marcha de los estados financieros; tomando en consideración a los locales comerciales del estudio al cual se está desarrollando. (Ludeña, 2011)

### **La ética concentrada en las ventas**

Establecer la ética en las ventas es generar el optimismo y la validez de lo que representa el producto al cual se está vendiendo, el vendedor debe ser flexible y honesto ante el alcance que debe tener por el cumplimiento del volumen en las ventas que debe realizar cada día en lugar que labora; estableciendo una relación afectiva en base a principios éticos y morales.

De acuerdo a nuestro estudio se detecta que en los locales ubicados en el mercado “La Dolorosa” del Centro de la Ciudad de Milagro; son considerados un Centro de Abastos en la venta de víveres y productos de primera necesidad que han venido sirviendo por años a la urbe Milagreña bajo el calor humano y en la calidad de sus productos sean estos hortalizas y diversos tipos de frutas, convirtiéndose en la Zona Central y comercial.

## **Tipos de Ventas**

De acuerdo al autor (Alvarez, 2016), expone lo siguiente:

*“.....las ventas son los ojos, los oídos y la boca de una empresa en el mercado, son sentidos cuya utilización son fuente de ventaja competitiva de la empresa en el mercado”* (pag.15).

Es por ello que de acuerdo a lo que estipula el autor, las ventas son el ente más importante en el buen manejo de un negocio ya sea grande o pequeño para lo cual si se la lleva de una manera adecuada generara buenos ingresos en las utilidades de la empresa. Y de acuerdo a los tipos de ventas se mencionan a continuación los siguientes:

### **Venta Repetitiva**

De acuerdo a los autores: (Garcia & Luis, 2009)

*“..... Su fuente de ventaja competitiva de la empresa en el mercado cuando es mayor parte y compiten entre sí aquellos productos parecidos que dan ventajas parecidas con imágenes iguales y sus precios igualmente”* (pag.27).

### **Venta de negociación**

Las ventas por negociación radican en cuanto al vendedor debe negociar por la venta de sus productos y de esta manera subir el nivel de las ventas. Es importante también que el cliente debe estar o sentirse satisfecho ante la compra en que todas sus inquietudes fueron contestadas y además la calidad del producto que se encuentre en buen estado. Tomado en base a los autores: (De la Parra & Madero, 24 de enero del 2013).

### **La importancia de rotar los productos**

Es importante que los productos se roten es decir cambien de posición para tener una excelente vista al consumidor renovándolo constantemente y con ello

también surgirá movimiento en su capital invertido; y, observando las utilidades que estos generan y diferencias aquellos productos que se encuentran en stock, reduciendo la permanencia en el estante. A su vez se puede detectar que en ese local comercial existe una buena administración en el manejo de los productos así como en sus precios.

### **El abastecimiento de los productos**

Es una de las funciones primordiales de saber con cuantos productos se cuenta cada día para su desarrollo en las ventas, si se lleva un adecuado abastecimiento existirá el flujo ininterrumpido de los materiales de los productos así como de los suministros, los servicios necesarios para el funcionamiento de ese local comercial. Manteniendo la cantidad necesaria en el tiempo preciso formando un nivel de desarrollo con un ambiente favorable de contar con productos que se necesitan ayuda a mantener las relaciones comerciales con los proveedores competentes. (Restrepo, 20 de enero del 2013)

### **Artículos de larga duración**

Son aquellos productos que permanecen por un tiempo a medida que crece la actividad en el local y se comienza a tomarse en cuenta por el consumidor de acuerdo a su uso.

### **Artículos de corta duración**

Se refiere a los artículos de un local comercial que son usados prioritarios en el uso frecuente y de los cuales son los más vendidos como los químicos, bebidas, artículos de oficina entre otros.

### **Artículos de Stock**

Son el conjunto de bienes y productos y materiales del cual dispone la empresa u local comercial lo cual llevan un control financiero y deben ser almacenados y utilizado dependiendo de qué tipo de mercadería fuere, que no produzca deterioro ni se caduca. Debe ser rentable y productiva.

### **El inventario**

Es un factor importante en el buen desarrollo de los productos. Llevar un inventario conlleva a registrar los artículos de manera ordenada ya sea este en forma digital o manual de acuerdo a las áreas que se rigen dentro del negocio. Caso contrario surgiría un desfase en las ventas, así como se produciría un crecimiento en los desperdicios por la falta de control en los costos de producción dando como resultado presupuestos no confiables. (Berta, 2015)

### **Los proveedores**

La comunicación con este tipo de empresas que se los puede calificar como proveedores y es adecuado llevar un control de los productos y los materiales que a su vez ofrezcan la calidad y la cantidad que se necesita para seguir trabajando en la empresa. Así como también se maneja la forma de pago para lograr una compra efectiva y de tal manera se presten las facilidades para que el comprador pueda pedir todos sus artículos. Es recomendable que para el abastecimiento y almacenaje de los productos exista el orden y la clasificación, la seguridad e higiene, la supervisión de la mercadería que se encuentra en stock y la rotación de los mismos. Principios que se vuelven fundamentales para un correcto abastecimiento y control de los productos. (Idalberto, 2017)

### **La imagen en el negocio**

Cualquier imagen es la unión de varios elementos que, tomados en un conjunto dan como resultado una mezcla el cual se convierte en el nivel de los precios al que aspira el negocio, la decisión tendrá un mercado peso sobre el resto de los elementos, es decir una pequeña empresa incluye en sus servicios de acuerdo como vaya desarrollándose en la venta de sus productos o servicios se necesita de una imagen distinta de la actual donde el producto este al nivel de los precios. Es así, como el negocio puede empezar a crear otra imagen para cualquier nuevo producto que adquieran. (Cana, 2015)

Se expresa que: (Ecuador, 2013 - 2017)

Para la innovación en producción y comercialización, se deberá profundizar la planificación de la formación de trabajadores capaces de elaborar y comercializar los nuevos productos y de brindar los nuevos servicios que surjan del desarrollo tecnológico y productivo, mediante la búsqueda de estrategias diferenciadas que ayudan a las economías campesinas y rurales; permitiendo construir un sector agrícola más diversificado, productivo y sostenible para una pequeña y mediana producción rural y agroindustrial, creando empresas de aprendizaje.

De acuerdo al Plan Nacional Buen Vivir establecida por el Gobierno Nacional Ecuatoriano se ha desarrollado un proyecto de transición del año 2013 hasta el año 2017; lo cual ha sido aprobada por el Consejo Nacional de Planificación. Así también se toma en consideración la importancia que representa la formación del individuo en su desarrollo personal mediante la capacitación sobre el manejo de sus inventarios en cada local comercial; lograra obtener beneficios a largo plazo de acuerdo a la calidad de la enseñanza que adquiera.

## **Ley del Consumidor**

### **Principios Generales**

De acuerdo al **artículo 1** de esta Ley se refiere al ámbito y el Objeto que son de orden público a través de normas ya que se trata de una Ley que tiene carácter orgánico donde se toma en cuenta los contenidos de las Leyes ordinarias las cuales son dirigidas al consumidor con su relación con el proveedor con el fin de proteger sus derechos logrando equidad y seguridad jurisdiccional entre las partes.

De acuerdo al **artículo 2** que concierne a las definiciones se entiende por anunciante al proveedor de los bienes y servicios encargado de difundir en forma publicitaria sus productos; en cuanto al consumidor, es aquella persona natural o jurídica amparado por la Ley del Consumidor de acuerdo al contrato que se establezca.

Contrato de Adhesión.- Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo, haya discutido su contenido.

Derecho de Devolución.- Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

## **DESARROLLO**

Para el desarrollo de este estudio se llevara a cabo mediante estrategias de ventas en el cual será a través de la ley del consumidor y sus principios generales, así como la imagen que debe tener un negocio, la seguridad y el higiene así como delegar las funciones que debe de tener cada persona que laboran en los establecimientos comerciales.

### **2.1 Objetivo**

Analizar los factores que inciden en las competencias y habilidades profesionales a través de una evaluación en el mercado “La Dolorosa” del Cantón Milagro, Provincia del Guayas.

#### **2.1.1 Objetivos Específicos:**

- Determinar la importancia de las herramientas de competencia laborables en el personal que labora en el abastecimiento de productos en el mercado “La Dolorosa” del Cantón Milagro, Provincia del Guayas.
- Describir las nuevas tendencias en los sistemas de mercados a través de la medición de la calidad de los productos.
- Implementar modelos de producción a través de procesos productivos que permitan generar mayor eficiencia, ahorrando costos en la mano de obra y en la producción.

### **2.2 Hipótesis**

La falta de conocimiento en la aplicación de estrategias adecuadas a la competitividad provoca un déficit en el ambiente laboral y en las utilidades comerciales.

### **2.2.1 Hipótesis Específicas**

- Si se implementa las herramientas de competencia laborables en el personal que labora en el abastecimiento de productos en el mercado “La Dolorosa” del Cantón Milagro, Provincia del Guayas, permitirá obtener una adecuada competitividad en las habilidades profesionales.
- El descubrimiento de nuevas tendencias en los sistemas de mercados se lograra a través de la medición de la calidad de los productos.
- El desarrollo de los modelos de producción a través de procesos productivos ayudara de manera efectiva en generar mayor eficiencia, ahorrando costos en la mano de obra y en la producción.

### **2.3 Metodología**

La correspondiente metodología que se lleva a cabo en este estudio es de carácter cuantitativo por cuanto se llevó a cabo mediante las encuestas establecidas en forma aleatoria simple al personal que se encontraban laborando en ese momento en el mercado “La Dolorosa” del Cantón Milagro, Provincia del Guayas.

#### **2.3.1 Población: Aplicación de la muestra**

Se tomara en cuenta la población a la cual se rige este Mercado minorista en la obtención de los datos aproximados en la Cámara de comercio de Milagro y en la Ilustre Municipalidad de Milagro ya que es en esos lugares donde estos pequeños comerciantes pagan sus tasas de servicios. Definiéndose a la población de tipo probabilística.

**Cuadro No. 1 Detalle de la Población**

<b>N°</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PERSONAS</b>
<b>1</b>	<b>ADMINISTRADOR</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>USUARIOS</b>	<b>300</b>
<b>3</b>	<b>VENDEDORES</b>	<b>460</b>
<b>TOTAL</b>		<b>761</b>

Fuente: Datos obtenidos en el Mercado “La Dolorosa”  
 Elaborado por: Suarez Gómez Zulema Karina

**FORMULA DE LA MUESTRA**

$$n = \frac{N}{e^2(N-1) + 1}$$

$$F = \frac{n}{N}$$

$$n = \frac{N}{e^2(N-1) + 1}$$

$$F = \frac{262}{761}$$

$$n = \frac{761}{(0.05)^2 (761-1) + 1}$$

$$F = 0.34$$

$$n = \frac{761}{0.0025(760) + 1}$$

$$n = \frac{761}{2,9}$$

**muestra**  
**n = 262,42**

**Cuadro No. 2 Detalle de la Muestra**

<b>Fracción muestra: 0,34</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>CANT.PERSONAS</b>
<b>0.34 x 1 Administrador</b>	0
<b>0.34 x 300 Usuarios</b>	102
<b>0.34 x 460 Vendedores</b>	156
<b>TOTAL</b>	259

Fuente: Datos obtenidos en el Mercado “La Dolorosa”  
 Elaborado por: Suarez Gómez Zulema Karina

Para lo cual debido a la cantidad de la población de tipo probabilística así como una muestra aleatoria simple; establecida en este estudio se procedió a establecer la fórmula que se ha detallado en el cuadro adjunto, y de esa manera tomar un extracto para su correspondiente análisis estadístico mediante la interpretación de los resultados en gráficos y tablas de Microsoft Excel.

**2.3.2 Presentación de Resultados**

Una vez establecida la encuesta de 259 personas entre los usuarios y los vendedores que laboran en el Mercado de víveres “La Dolorosa”, se detalla a continuación:

**Cuadro No. 3 Resultados de encuestas movilidad humana**

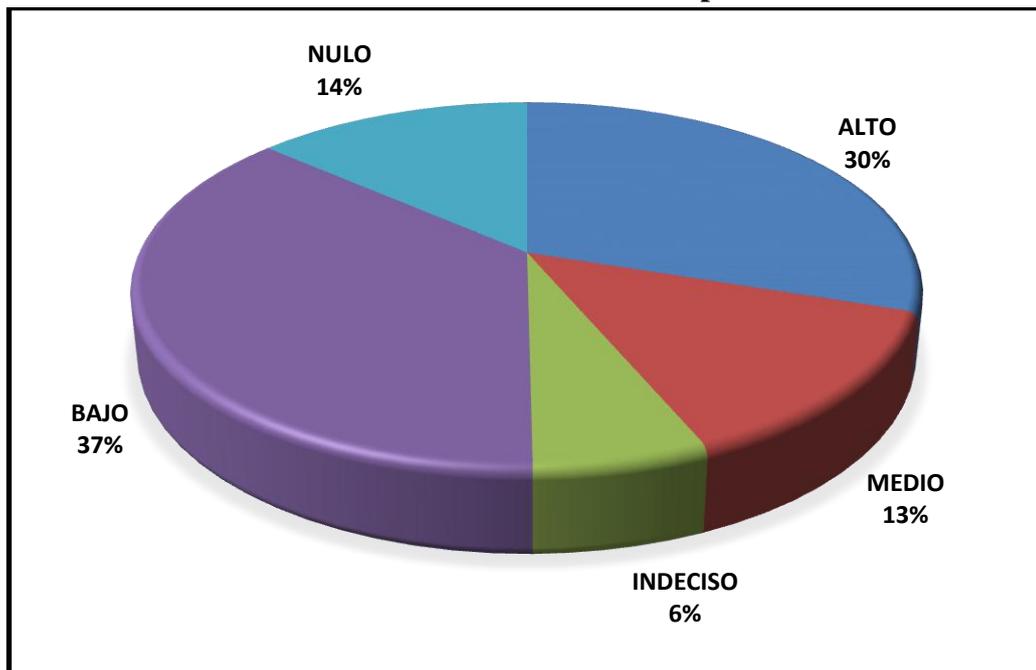
<b>PREGUNTAS</b>	<b>ESCALA DE LIKERT</b>					<b>TOTAL</b>
	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>INDECISO</b>	<b>BAJO</b>	<b>NULO</b>	
En qué nivel se ubica la atención al cliente en la venta de los productos	78	35	16	95	35	259
Cree usted que el nivel de las habilidades profesionales está generando utilidades en la venta de sus productos. Describa el nivel.	25	33	57	87	57	259
Cuál es el nivel que crea usted en la distribución adecuada del inventario de los productos.	18	33	67	85	56	259

Fuente: Datos obtenidos en el Mercado “La Dolorosa”  
 Elaborado por: Suarez Gómez Zulema Karina

En esta tabla se puede apreciar los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios y a las personas de los locales del Mercado “LA DOLOROSA”, detallando a cada uno de los resultados a través de la escala de Likert, a continuación se detallan también los gráficos con los porcentajes y análisis.

## REPRESENTACIÓN GRÀFICA

**Grafico No. 1 Atención al cliente en la venta de productos**

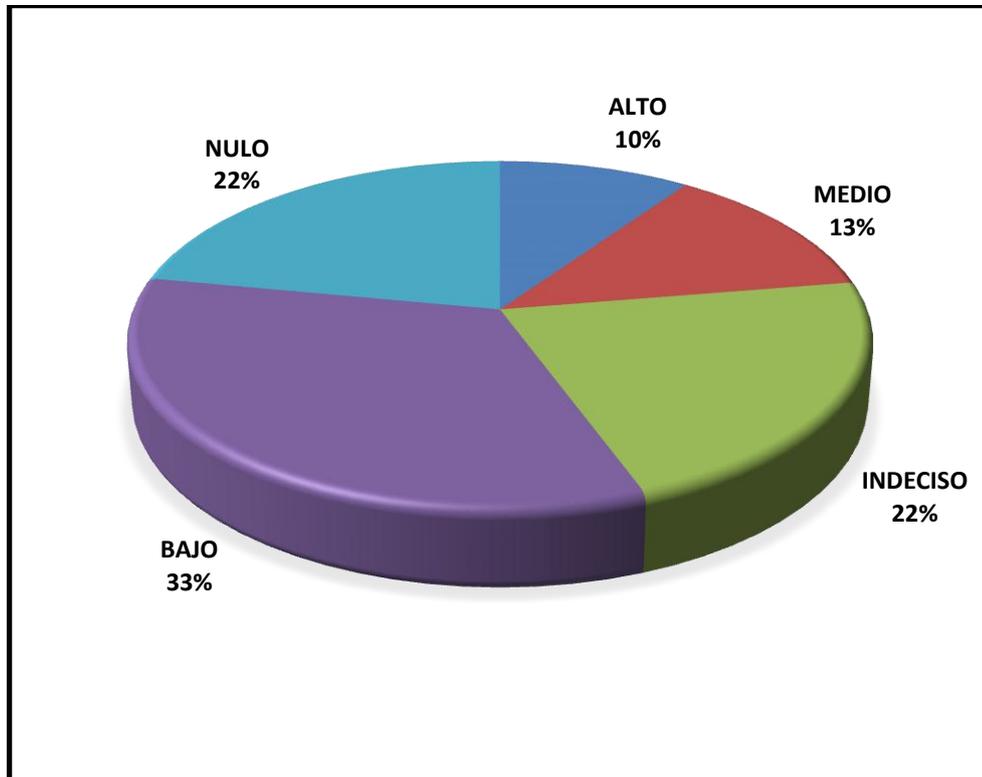


Fuente: Datos obtenidos en el Mercado “La Dolorosa”  
Elaborado por: Suarez Gómez Zulema Karina

### Comentario

Se puede observar que de acuerdo a la encuesta realizada a las personas involucradas en este estudio investigativo la atención al cliente es calificada la mayor parte como con un bajo nivel de calidad por cuanto se prioriza la necesidad de establecer estrategias que sirvan para desarrollar buenas habilidades profesionales.

**Grafico No. 2 Nivel de las habilidades profesionales generando utilidades en la venta de sus productos**

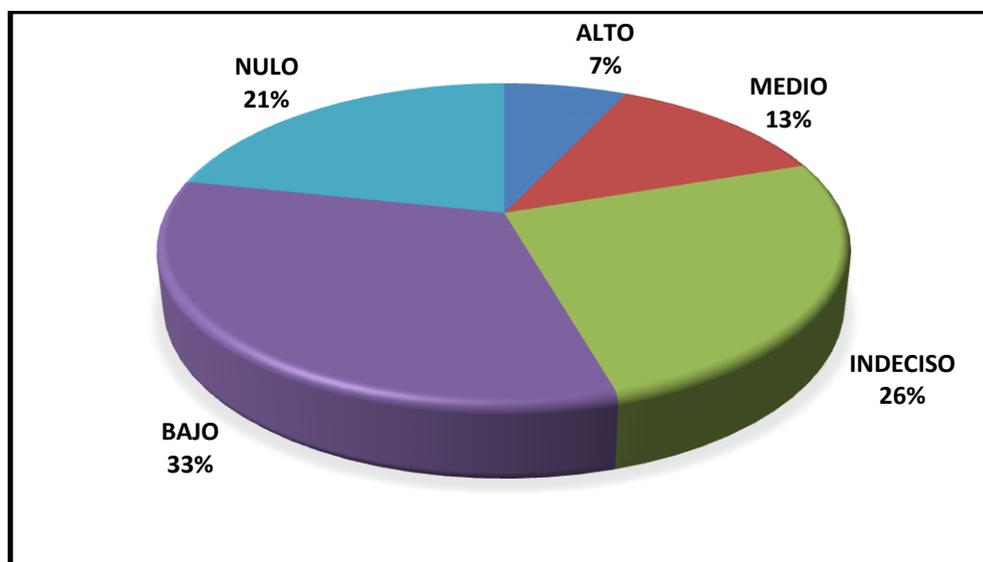


Fuente: Datos obtenidos en el Mercado “La Dolorosa”  
Elaborado por: Suarez Gómez Zulema Karina

### **Comentario**

De acuerdo a las encuestas sobre el Nivel de las habilidades profesionales generando utilidades en la venta de sus productos; se puede manifestar que 33% manifestaron un nivel bajo de atención es decir que falta organización en la distribución de sus productos para que estos puedan ser vendibles y no generen perdidas en el negocio.

**Grafico No. 3 Distribución adecuada del inventario de los productos**



Fuente: Datos obtenidos en el Mercado “La Dolorosa”  
Elaborado por: Suarez Gómez Zulema Karina

### **Comentario**

De acuerdo al proceso investigativo de este estudio sobre las habilidades profesionales centradas en el desarrollo de la competitividad y la manera de llevar una adecuada organización laboral en los usuarios, proveedores y dueños de los locales “La Dolorosa” se puede observar que existe un 33% de nivel bajo que crea en la distribución adecuada del inventario de los productos.

### **ANÁLISIS CRÍTICO**

De acuerdo a las encuestas establecidas se puede detectar la necesidad de una imperante participación de trabajar en equipo, así como la delegación de las responsabilidades entre las personas que operan en cada establecimiento comercial minorista, tomando en cuenta siempre el espíritu de superación por aprender de nuevas estrategias de ventas así como de llevar un adecuado inventario de sus productos.

## CONCLUSIONES

En base a los resultados de la investigación que se llevó a efecto en el Mercado de Víveres “La Dolorosa”, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- Cabe manifestar que la importancia que impera en las variables de esta investigación imperan en la necesidad de las actitudes convirtiéndose en cualitativas y cuantitativas como el eje del desarrollo continuo y el mejoramiento de un buen ambiente de trabajo; la atención a las necesidades específicas del producto así como una capacitación continua al personal, mediante procesos de socialización y concientización. Las flexibilidades de las ideas en cuanto a la adaptabilidad de la realidad en la observación, interpretación de las acciones mediante la toma de decisiones de acuerdo a las situaciones que se presenten.
- La falta de autodisciplina e independencia laboral genera pérdidas representativas en cualquier empresa u organización sea mayorista o minorista; así como la orientación hacia la creatividad e innovación en el buen desarrollo del Buenvivir Ecuatoriano, el trabajador adquiriría nuevas formas de aplicación de capacidades de trabajo.
- El nivel de utilidades se están viendo afectadas al presentar un decrecimiento en relación a períodos anteriores, todo como resultado de una deficiente rotación de sus productos.
- El abastecimiento de productos es deficiente dejando perchas vacías y no satisfaciendo los requerimientos de productos en el momento que los consumidores así lo exijan o requieran, como resultado de una labor poco eficiente de arte del personal que ahí labora.
- La salida de los productos está disminuyendo, como resultado de una ubicación poco atractiva de los productos que en ocasiones lleva a que los

clientes no puedan visualizar la cantidad y variedad de marcas y líneas que está a disposición.

- La imagen del negocio no es la mejor entre los clientes y personas que circulan por el mercado La Dolorosa, lo que ha llevado a tener un efecto negativo en las ventas del negocio.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez, J. (2016). Mètodos y tècniques de investigaciòn. En *Competencias laborables en la incorporaciòn en el mercado de trabajo* (págs. 55-15). Mèxico - Zacatecas: Universidad Autonoma de Fresnillo.
- Berta, M. T. (2015). *Habilidades Directivas* (Vol. 2da.). Mèxico, Guadalajara: MCGrawHill.
- Bojorquez, O., Rosa, Z., & Gonzalez, M. (2014). *Comportamiento humano en las organizaciones*. Mèxico: Cosmell.
- Cana, L. Y. (2015). *E-book. Psicología Organizacional* (Vol. 2da.). Guatemala.
- De la Parra, E., & Madero, M. (24 de enero del 2013). *Estrategias de Ventas*. Barcelona: Casa de la Castilla.
- Ecuador, G. N. (2013 - 2017). *Plan Nacional Buenvividir*. Quito.
- Garcia, B., & Luis, M. (2009). *Ventas*. España: Lucero.
- Griffin, R., & Van Fleet, D. (2014). Habilidades directivas. Evaluaciòn y desarrollo. En *Habilidades centrales para dirigir* (págs. 40-4). Mèxico - Santa Fe: Abril Vega Orozco.
- Idalberto, C. (2017). *Administracion de recursos humanos. el capital humano de las organizaciones*. Mèxico: McGrawHill.
- Jaik Dip, A., & Sergio, M. (2014). Las competencias y su relaciòn con el desarrollo profesional. En *La Gestiòn. La Docencia. La Investigaciòn. El desarrollo profesional* (págs. 306-47). Mèxico - Veracruz: Red Durango de investigadores educativos.
- Ludeña, A. (2011). *Programa de Capacitaciòn Laboral CAPLAB. La formaciòn por las competencias laborables*. Lima - Perù: Ludeña.

Restrepo, A. N. (20 de enero del 2013). *Estrategia de precios : Un enfoque de mercadeo para los negocios de pagina*. Guatemala.

Sarabia, M. (2009). Recursos Humanos en el siglo XXI. En *Gestión de competencias laborables desde un enfoque práctico* (págs. 121-7). Bogota: Comcom07.

Vargas, F., Casanova, F., & Montanaro, L. (2009). el enfoque de competencia laboral. Manual de formación. México: Cinterfor.

**Gráfico No. 4 LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER “DEL MERCADO MINORISTA LA DOLOROSA”**



