



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN INGENIERIA COMERCIAL**

TÍTULO:

**ESTUDIO DE LOS PERFILES DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACIÓN DE
NEGOCIOS EN EL CANTÓN NARANJITO.**

AUTORA:

JULIANA MARJORIE RODRÍGUEZ MATUTE

SHAMANTA KARTIER ROJAS POSLIGUA

MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013

ECUADOR



ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de TUTOR de proyecto de investigación nombrado por el consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que procedí al análisis del proyecto con el título de

ESTUDIO DE LOS PERFILES DE EMPRENDIMIENTO EN LA CREACIÓN DE NEGOCIOS EN EL CANTÓN NARANJITO.

Presentado como requerimiento previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero(a) Comercial.

El mismo que considero debe aceptarse por cumplir con los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentando por los Egresados:

Juliana Marjorie Rodríguez Matute

C.I.: 092500140-6

Shamanta Kartier Rojas Posligua

C.I.: 092836797-8

Mg. Ely Israel Borja Salinas

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras: Juliana Marjorie Rodríguez Matute y Shamanta Kartier Rojas Posligua estudiante de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 26 días del mes de septiembre del 2013

Juliana Marjorie Rodríguez Matute

C.I.: 092500140-6

Shamanta Kartier Rojas Posligua

C.I.: 092836797-8

CERTIFICADO DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERA COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones

MEMORIA CIENTÍFICA ()

DEFENSA ORAL ()

TOTAL ()

EQUIVALENTE ()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico a Dios Jehová, a mis dos hijos Maximiliano y Jamileth Moreno Rodríguez, mis dos grandes amores que han sido mi apoyo y fortaleza en el progreso profesional universitario; dedico este trabajo fruto del esfuerzo compartido a mis queridos padres Maximiliano Rodríguez y Marcia Matute por su perseverancia y consejos hacia a mí; como olvidarme dedicar este trabajo a mi Tía Teresa Matute, y a mis hermanos gracias por estar allí siempre junto a mí.

Juliana Marjorie Rodríguez Matute

AGRADECIMIENTO

Quiero Agradecer a Dios que es el que me ha dado la existencia y gracias a él puedo hoy ser lo que soy.

Agradecer a mis padres Maximiliano y Marcia, a Ronny, Silvia, a mi tía Teresa, que han estado pendientes en la elaboración de este trabajo de investigación tanto moralmente y económicamente.

Agradecer a un ser querido que ya no está entre nosotros mi mamita Rosaura Barrionuevo por haberme demostrado que todo se puede si uno se lo propone, yo sé que estarías orgullosa de mí.

Agradecer a mis demás familiares y a mi compañera/ amiga de tesis Shamanta Rojas, mis sinceros agradecimiento al Econ. Ely Borja por compartir y aplicar todos sus conocimientos en la elaboración de este trabajo de investigación en estos meses.

Juliana Marjorie Rodríguez Matute

DEDICATORIA

A Dios, por tenerme con vida y salud para poder alcanzar uno de mis objetivos, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente además por su infinito amor y bondad.

A mi madre Sicilia Posligua, por darme la vida, por ser mi mejor amiga y compañera, por creer en mí, por brindarme su apoyo incondicional, por ayudarme a crecer como persona, pero sobre todo por estar conmigo en todo momento brindándome sus consejos y su inmenso amor. Todo lo que soy te esto te lo debo a ti.

A mi padre Rómulo Rojas, por apoyarme en mi formación profesional durante todos estos años, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, por el valor mostrado para salir adelante, por su amor y por haberme regalado a la mejor madre del mundo.

A mi sobrino Junniel Litardo Rojas, por ser en mi un gran ejemplo de vida y lucha constante, pero especialmente por manifestarme día a día esa ternura que llena mi corazón de alegría y amor.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Shamanta Kartier Rojas Posligua

AGRADECIMIENTO

Para que la realización de esta tesis fuera de la mejor manera posible fue indispensable del apoyo de varias personas a las cuales quiero agradecerles.

En primer lugar a Dios por llenar mi vida de bendiciones.

A mis Padres, Rómulo y Sicilia quienes han sido mi mayor ejemplo a seguir, además de su apoyo moral y económico para lograr este fin. Gracias por su amor y paciencia.

A mi asesor de tesis, por brindarme su inteligencia y conocimientos, el Ing. Eli Borja le debo el hecho de que esta tesis tenga los menos errores posibles. Gracias por toda su sabiduría impartida hacia a mí.

A mi hermana Rommy que de una u otra forma siempre ha estado conmigo apoyándome en todo momento confiando en mí y a mi sobrino Junniel por su amor y alegría para que vea en mí un ejemplo a seguir. Los quiero mucho.

Shamanta Kartier Rojas Posligua

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MSc.
Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente

Mediante el presente documento libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Creación de un Centro de Recreación para Adultos Mayores en la Ciudad de Milagro y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas.

Milagro, a los 26 días del mes de septiembre del 2013

Juliana Marjorie Rodríguez Matute

C.I.: 092500140-6

Shamanta Kartier Rojas Posligua

C.I.: 092836797-8

INDICE

A.- PAGINAS PRELIMINARES

| | |
|--|-------|
| Página de portada | i. |
| Página de constancia de aceptación por el tutor | ii. |
| Página de declaración de autoría de la investigación | iii. |
| Página de certificación de la defensa | iv. |
| Página de dedicatoria | v. |
| Página de agradecimiento | vi. |
| Página de cesión de derechos d19el autor a la UNEMI | vii. |
| Índice general | viii. |
| Índice de cuadro | ix. |
| Índice de figuras | x. |
| Resumen | xi. |

B.TEXTO:

INTRODUCCION

CAPITULO I EL PROBLEMA

| | |
|---------------------------------------|----------|
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 2 |
| 1.1.1 Problematización | 2 |
| 1.1.2 Delimitación del problema | 4 |
| 1.1.3 Formulación del problema | 4 |
| 1.1.4 Sistematización del problema | 4 |
| 1.1.5 Determinación del tema | 4 |
| 1.2 OBJETIVOS | 5 |
| 1.2.1 Objetivo general | 5 |
| 1.2.2 Objetivo específico | 5 |
| 1.3 JUSTIFICACION | 5 |

CAPITULO II MARCO REFERENCIAL

| | |
|----------------------------------|-----------|
| 2.1. MARCO TEORICO | 7 |
| 2.1.1 Antecedentes Históricos | 7 |
| 2.1.2 Antecedentes Referencial | 15 |
| 2.1.3 Fundamentación | 18 |
| 2.2 MARCO LEGAL | 22 |
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL | 26 |
| 2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES | 26 |

| | |
|---|----|
| 2.4.1 Hipótesis General | 26 |
| 2.4.2 Hipótesis Particular | 27 |
| 2.4.3 Declaración de Variables | 28 |
| 2.4.4 Operacionalización de las Variables | 29 |

CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

| | |
|---|-----------|
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | 31 |
| 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA | 32 |
| 3.2.1 Características de la población | 32 |
| 3.2.2 Delimitación de la población | 32 |
| 3.2.3 Tipo de muestra | 33 |
| 3.2.4 Tamaño de la muestra | 33 |
| 3.2.5 Proceso de Selección | 34 |
| 3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS | 35 |
| 3.3.1 Métodos teóricos | 35 |
| 3.3.2 Métodos empíricos | 36 |
| 3.3.3 Técnica e Instrumentos | 36 |
| 3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICOS DE LA INFORMACION | 36 |

CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

| | |
|---|-----------|
| 4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL | 37 |
| 4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERPECTIVAS | 60 |
| 4.3 RESULTADOS | 64 |
| 4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS | 65 |

CAPITULO V PROPUESTA

| | |
|--|-----------|
| 5.1 TEMA | |
| 5.2 JUSTIFICACION | 67 |
| 5.3 FUNDAMENTACION | 67 |
| 5.4 OBJETIVOS | 69 |
| 5.5 UBICACIÓN | 70 |
| 5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | 72 |
| 5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA | 73 |
| 5.7.1 Actividades | 74 |
| 5.7.2 Recursos, análisis Financiero | 118 |
| 5.7.3 Impacto | 119 |
| 5.7.4 Cronograma | 120 |

| | |
|---|------------|
| 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta | 121 |
| CONCLUSIONES | 122 |
| RECOMENDACIONES | 123 |
| BIBLIOGRAFIA | 124 |
| ANEXOS | 125 |

INDICE DE CUADROS

| | |
|---|----|
| Cuadro 1 Declaración de variables | 38 |
| Cuadro 2 Operacionalización de las Variables | 39 |
| Cuadro 3 Servicio que brindan las negocios | 46 |
| Cuadro 4 Emprendimiento y capacitación de las negocios | 47 |
| Cuadro 5 Negligencia de los empleados y carencia de filosofía del cliente | 48 |
| Cuadro 6 Ingresos Económicos de las negocios | 49 |
| Cuadro 7 Aceptación y Credibilidad de los negocios en el mercado | 51 |
| Cuadro 8 Crecimiento y Desarrollo de las pequeñas y medianas Empresas | 52 |
| Cuadro 9 Emprendimiento de los servicios | 53 |
| Cuadro 10 Creación de la Asesoría y desarrollo integral hacia las PYMES | 54 |
| Cuadro 11. Verificación de la Hipótesis | 57 |
| Cuadro 12. Análisis de Correlación | 69 |
| Cuadro 13. Análisis de Correlación | 70 |
| Cuadro 14 | |

| | |
|---|----|
| Análisis de Correlación | 73 |
| Cuadro 15 Análisis de la situación actual de los negocios | 73 |
| Cuadro 16. Costos mínimos requeridos por los negocios | 74 |
| Cuadro 17 Costos mínimos requeridos por los negocios | 75 |
| Cuadro 18. Costos mínimos requeridos por los negocios | 76 |
| Cuadro 19 Costos mínimos requeridos por los negocios | 76 |
| Cuadro 20. Precio | 78 |
| Cuadro 21. Talento Humano | 83 |
| Cuadro 22. Plan de Adopción | 84 |
| Cuadro 23. Costos Totales Requeridos por los negocios | 85 |
| Cuadro 24. Detalles de Gastos | 86 |
| Cuadro 25. Costos de Ventas y Presupuestos de Ingresos | 87 |
| Cuadro 26. Inversión del proyecto y Financiamiento del proyecto | 88 |
| Cuadro 27. Costos de Materiales | 89 |
| Cuadro 28. Costos de Capacitación | 90 |
| Cuadro 29. Costos de Capacitación personal | 91 |
| Cuadro 30. Costos de Asesoría | 92 |

| | |
|----------------------------------|----|
| Cuadro 31. Costo Total | 93 |
|----------------------------------|----|

| | |
|--|----|
| Cuadro 32. Cronograma de Actividades | 96 |
|--|----|

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura1. Ubicación de los negocios | 68 |
|--|----|

Resumen

Actualmente el Gobierno Central ha implementado estrategias de capacitación en redes de emprendimiento a los negocios conjuntamente con las cámaras de comercio de los diversos cantones, con el objetivo de fortalecer el sector empresarial que es uno de los pilares fundamentales en la economía del país, siendo importante realizar estudios de los perfiles de emprendimiento conociendo las falencias en la creación de negocios que permita mejorar el crecimiento de estas nuevas alternativas beneficiando a la comunidad naranjiteña, mejorando la calidad de los servicios y productos.

El objeto de este estudio es establecer los factores el alto número de emprendedores por necesidad que inciden en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras para fortalecer a este importante sector de la ciudad, contribuyendo al crecimiento económico-empresarial del Cantón Naranjito.

Abstract

Currently, the Central Government has implemented training strategies to enterprise networks business together with the chambers of commerce of the various cantons, with the aim of strengthening the business sector is one of the fundamental pillars of the country's economy, with important studies entrepreneurship profiles of knowing the flaws in business creation to improve the growth of these new alternatives naranjiteña benefiting the community, improving the quality of services and products.

The purpose of this study is to establish the factors the high number of entrepreneurs of necessity affecting business creating operational inefficiencies, administrative and financial measures to strengthen this important sector of the city, contributing to economic growth Naranjito Canton business.

INTRODUCCION

En el Ecuador se encuentra en el tercer lugar a nivel mundial con un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA por sus silabas en Ingles) del 27,24 superior a la media mundial que es de 9,40, es decir, que el 27,24% de los ecuatorianos están involucrados en una actividad emprendedora, pero recientes estudios en los negocios hechos por la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) en las ciudades de Guayaquil y Quito concluyendo que un 17% son empresas dinámicas, mostraron crecimiento de ventas y empleados muy sostenibles.

Actualmente el Gobierno Central ha implementado estrategias de capacitación en redes de emprendimiento a los negocios conjuntamente con las cámaras de comercio de los diversos cantones, con el objetivo de fortalecer el sector empresarial que es uno de los pilares fundamentales en la economía del país, siendo importante realizar estudios de los perfiles de emprendimiento conociendo las falencias en la creación de negocios que permita mejorar el crecimiento de estas nuevas alternativas beneficiando a la comunidad naranjiteña, mejorando la calidad de los servicios y productos.

El objeto de este estudio es establecer los factores el alto número de emprendedores por necesidad que inciden en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras para fortalecer a este importante sector de la ciudad, contribuyendo al crecimiento económico-empresarial del Cantón Naranjito.

Entre los aportes prácticos de este estudio es conocer la situación actual del perfil del emprendedor en la creación de negocios, así como también de dar a conocer la importancia del emprendimiento en las actividades de las organizaciones, además de conocer las características actuales del emprendedor en la ciudad de naranjito, analizando los factores que me permitan solucionar de una manera adecuada la problemática en estudio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El Ecuador cuenta con una alta facultad emprendedora, en donde muchos ecuatorianos emprendedores cuentan con una educación Secundaria o Superior, mientras su nivel educativo sea de amplios conocimientos, técnicas y aptitudes se podrá administrar con éxito en la creación de un negocio.

Actualmente es un reto empresarial emprender un negocio y posicionarse en un mercado tan competitivo, siendo necesario la creatividad y el emprendimiento fomentarla como parte de la cultura organizacional por ello el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) mediante el incentivo del Gobierno actual, desarrolla programas y debates en redes de emprendimiento en la creación de negocios con las diferentes cámaras de industrias en los diversos cantones con la finalidad de fomentar una cultura de emprendimiento en el país.

El Cantón Naranjito es una de las ciudades más productivas de la provincia del Guayas, siendo notable su creciente desarrollo comercial por el incremento de creación de negocios tanto de servicios como de productos, para satisfacer la necesidad de los clientes generando más competitividad en el mercado, pero muchos de estos nuevos negocios son creados por necesidad, lo que surgen dificultades en la gestión administrativa para conseguir y retener el talento humano apropiado que afectan a su crecimiento económico y empresarial llegando al cierre inoportuno de la organización en el mercado.

En efecto, cuando en una empresa surge estas dificultades es necesario analizar los perfiles de emprendiendo que es uno de los factores más importante de los procesos y gestiones internas para la subsistencia del negocio que los cimientos necesarios para afrontar las crisis de una manera oportuna permitiéndole fortalecer su crecimiento en el mercado.

Es por ello que uno de los problemas del cierre inoportuno de los negocios en sus primeros años de vida es por el alto número de emprendedores por necesidad afectando de manera directa en la creación de negocios generando ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el manejo de los recursos, lo que conlleva a no enfocarse en el cliente, aumentando la insatisfacción de los servicios y productos ofertados en el mercado.

El mal manejo de los recursos del negocio se debe a la carencia de conocimientos en Administración por parte del emprendedor, realizando un mal manejo administrativo al no aplicar metodologías y herramientas que le permitan ser más eficientes, competitivos y buen posicionamiento ofertando servicios y productos acorde a los requerimientos del cliente.

Al no haber una cultura de creatividad e innovación de los productos y servicios pierde valor, por lo tanto se ofertaría con baja calidad perdiendo la fidelidad por parte de los clientes, generando baja ganancias al haber poca demanda, además el ineficiente proceso de reclutamiento del talento humano afecta en el desarrollo de las actividades, seleccionando personal no acorde al puesto requerido lo que conlleva al fracaso del emprendiendo del negocio.

De mantenerse la problemática actual en el emprendimiento de nuevos negocios por necesidad ocasionaría el cierre de muchos de estas microempresas aumentando el índice de desempleo, disminuyendo la variedad de servicios y productos en el mercado afectando a toda la población y al crecimiento empresarial del Cantón Naranjito.

Entre las acciones a tomar para esta situación es analizar los perfiles de emprendimiento para la creación de negocios basados en enfoques de calidad y al cliente con la finalidad de disminuir el índice de emprendimiento por necesidad para

generar más fuentes de empleo y estabilidad en los nuevos negocios contribuyendo al desarrollo empresarial del Cantón Naranjito.

1.1.2 Delimitación del problema

- **Campo:** Ingeniería Comercial.
- **Área:** Administración de Empresas.
- **Aspecto:** Medir perfiles de emprendimiento.
- **Espacio:** Naranjito- Provincia del Guayas.
- **Tiempo:** 2011- 2012

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cómo incide el alto número de emprendedores por necesidad en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera la carencia de conocimiento en Administración de negocios incide en el mal manejo administrativo de los recursos por parte de los emprendedores locales?

¿De qué manera las pocas ideas de innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio afectan a la creación de nuevos diseños y desarrollo de los productos y/o servicios para la satisfacción de los clientes?

¿De qué manera la Ineficiente evolución para proyectarse competitivamente en el negocio incide en la inestabilidad para mantenerse dentro del mercado?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de los Perfiles de emprendimiento en la creación de negocios en el Cantón Naranjito.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Establecer los factores del alto número de emprendedores por necesidad que inciden en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras mediante estudios y técnicas estadísticas para contribuir el crecimiento económico-empresarial del Cantón Naranjito.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar en qué manera la baja dinámica en el mercado del Cantón Naranjito está contribuyendo a la desconfianza para emprender nuevos negocios locales.
- Identificar de qué manera las pocas ideas de innovación en los negocios asentados en el cantón Naranjito está contribuyendo a la formación de un mercado monótono donde se agrupan consumidores conformistas.
- Examinar de qué forma la ineficiencia de los emprendedores del cantón Naranjito que no evolucionan ni se proyectan competitivos en los negocios está afectando a la estabilidad de poder mantenerse operativos durante mucho tiempo en el mercado.
- Diagnosticar porque la poca percepción de rotundidades de emprendimiento en el mercado está influyendo en la creación de negocios con bajo perfil de valor agregado en el Cantón Naranjito.

1.3 JUSTIFICACION

1.3.1 Justificación de la Investigación

Actualmente realizar un estudio de perfiles de emprendimiento es de gran importancia para el desarrollo empresarial en el Cantón porque permitirá identificar las tendencias en el desarrollo de emprendimiento en la creación de negocios en el mercado local, para poder adaptarlas a las nuevas tendencias de consumo y de esta

manera se formulara estrategias implantándola al modelo actual del negocio que sea necesario acorde a sus características.

En la ciudad de Naranjito tiene un crecimiento notable en la creación de negocios emprendedores pero al paso del tiempo muchas de estos negocios cierran debido a problemas existentes como la carencia de conocimiento en la Administración de negocios por parte de los emprendedores debido a que hoy en día existe un escaso conocimiento en la cultura y en la creatividad de productos y servicios por parte de estos emprendedores, también surge problemas cuando no se realiza un adecuado proceso de reclutamiento de talento humano afectado en la organización de los negocios.

Entre los beneficios que se obtiene mediante ese estudio hacia la comunidad es que permitirá fortalecer la gestión de los nuevos emprendimientos, brindando servicios y productos adecuados a la necesidad de los clientes, así también conocer las debilidades al crear un negocio y en su crecimiento en el mercado, aportando al desarrollo empresarial-económico de este Cantón.

Además es necesario identificar a los jóvenes emprendedores que interactúen o conozcan diferentes metodologías de administración de negocios de manera que logrando utilizar una idea de las oportunidades existentes en el mercado teniendo una adecuada gestión administrativas interna en el nuevo emprendimiento, conociendo que nuestro País tiene mucha ventaja en redes de emprendimientos e innovación detectando tendencias en los mercados de los países que tiene mejor desarrollo y las cuales las podríamos aplicar o adaptarlas en nuestros mercados

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Histórico

Origen del estudio del Emprendimiento

El emprendimiento tiene su inicio desde la prehistoria del ser humano, debido a que ha luchado por superarse a lo largo de su vida, realizando mejores formas de innovar para mejorar su calidad de vida, la de sus familia y de la comuna . El emprendimiento es natural en la humanidad que siempre ha estado presente en el ser humano, aunque que el emprendimiento no se ha desarrollado para todos los hombres.

El emprendimiento siempre ha estado vigente en el transcurso de la historia del ser humano, en los últimos años esta percepción se ha convertido de vital importancia en los negocios ante la necesidad de superar los crecientes problemas tanto económicos y financieros de las distintas sociedades del mundo de Hoy¹.

Es tan necesario el emprendimiento que ya hoy en la actualidad se habla de fomentar la cultura del emprendimiento en los negocios como una forma de pensar y actuar, orientada hacia la generación de ganancias, a través de las oportunidades, teniendo una visión global y un liderazgo equilibrado, con la finalidad de generar valor que contribuya a los emprendedores, los negocios y la sociedad general

¹SANCHIS PALACIO, Joan Ramón: *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*, pp. 45-48.

El emprendimiento es el conjunto de valores, ideologías, costumbres que comparte un grupo de personas, que nacen en la interrelación social, generando modelos de comportamiento combinados y que establezca una identificación entre las personas que lo identifica y diferencia de otros grupos sociales.

La palabra “emprendimiento” se origina del término francés “entrepreneur”, que significa estar preparado para la toma de decisiones para dar inicio a un proyecto. La evolución de la palabra emprendedor, el filósofo Verin en 1982 demuestra que el emprendimiento a partir de los siglos XVII y XVIII se lo consideraba solo al arquitecto y al maestro de obra como emprendedores. Mediante esta manera se identificaba en ellos las características de personas que emprendían en el diseño y construcción de obras, monumentos, por encargo tales como los edificios, monasterios y casas. Esta idea se lo relaciona con el concepto de los negocios donde se identifica como la actividad económica de manera propia, requiere de evaluación precedente sobre la obtención y generación de ingresos².

Según el progreso del pensamiento clásico de la economía actual esta temática tuvo sus comienzos en el siglo XVIII en el país de Francia por la ideología fisiócratas como Richard Cantillon, fue el que por primera vez introduce el concepto moderno del emprendimiento, definiéndolo que “es el ser humano que afronta los riesgos en condiciones de inseguridad”.

Según Cantillon citado por Sanchis Palacio el término emprendimiento nace en el ser humano racional por excelencia, que actúa en la sociedad económica adonde la competencia y la fluctuación del mercado hacen valorar los eventos para tomar decisiones adecuadas en el inicio de un negocio.

Además, el concepto de emprendimiento se identificaba por dos tipos de individuos: el primero era el guerrero que empezaba una aventura, siempre reconocido por sus aptitudes personales; y el otro eran los reyes o los altos funcionarios que creaban y planificaban estrategias y políticas para lograr con éxito las metas propuestas en su gestión, y era reconocido por sus funciones. Casson propone dos caminos similares

²RODRIGUEZ RAMIREZ, Alfonso: *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*, p.p. 95-121.

de características personales y funcionales para definir el concepto de emprendedor, con base en la economía, diferenciando al emprendedor del inversionista³.

Evolución y tendencias del emprendimiento en la actualidad de los negocios.

La determinación emprendedor ha ido avanzando y se ha transformado con base en estos dos conceptos, hoy en día, caracteriza al ser humano en un estado de renovación permanente, altamente promovida y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, expuesta al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas.

Según Hoselitz y Jean Baptiste Say citado por Rodríguez Ramírez que es uno de los grandes discípulos del emprendimiento de ese tiempo, al manifestar que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior”. Reflexionaba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas.

Esta ventaja puede variar en función del ser humano, del periodo y del lugar en el contexto del emprendimiento⁴.

Paralelamente, la escuela inglesa, con Adam Smith certificó inferencias indirectas sobre el papel del administrador en la economía, y reconoció la innovación como un sello de actividad profesional en el trabajador superior. Complementariamente, en su obra Teoría de los sentimientos morales explica el origen y funcionamiento de los sentimientos honorables: la tirria, la venganza, la virtud, la admiración y la justicia. La conclusión es una dinámica e histórica de los sistemas morales en obstáculo a visiones más estáticas, es decir que la naturaleza humana estaría diseñada para avanzar fines que no necesariamente son conocidos por los apoderados, que se orienta por las causas eficientes. Y en la Riqueza de las naciones sostiene que la riqueza procede de la división del trabajo, de su especialización basada en la moral práctica, profundizando a medida que se amplía la extensión de los mercados y por

³SANCHIS PALACIO, Joan Ramón: *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*, p.p. 45-48.

⁴RODRIGUEZ RAMIREZ, Alfonso: *Nuevas perspectiva para entender el emprendimiento empresarial*, p.p. 95-121.

ende la especialización. Incluye una filosofía de la historia, en la cual la propensión a intercambiar, exclusiva del hombre, se convierte en el motor del desarrollo humano.

Smith da algunas interpretaciones de trabajador superior aproximadas al concepto de superyó que Freud posteriormente trataría de examinar en el psicoanálisis.

Perspectivas del Emprendimiento de los Negocios Actuales

Como se ha contemplado, existen varias directrices y modelos de emprendimiento que han desarrollado diversos autores. Es importante tener la concepción de emprendedor que se quiere estudiar, y analizar las tendencias culturales y su aplicación en el ámbito empresarial, pues esto ayudara para el desarrollo de un modelo de emprendimiento.

Esta mirada interdisciplinaria permite analizar lo complejo y cambiante que es el fenómeno del emprendimiento.

En el estudio del emprendimiento, se identifican cuatro perspectivas de pensamiento:

- Comportamental
- Psicológica cognitiva
- Económica
- De procesos

La perspectiva comportamental o de comportamiento: Representa a la exaltación de la influencia de la persona, sin mucho impacto. Su finalidad es reconocer el perfil psicológico que diferencia al emprendedor exitoso; no reconoce la complejidad del fenómeno emprendedor por lo que sus efectos no fueron provechosos.

Gartner indica que hay muchos tipos de emprendedores, también varias formas de lograr ser un buen emprendedor y sus características de empresas son muy variadas como las condiciones del entorno en que se desenvuelven. En conclusión, el análisis del emprendimiento debe innovar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno;

por lo tanto, cualquier modelo que trate de interpretar el emprendimiento debe tener características económicas, psicológicas y sociales, y culturales.⁵

Al realizar un análisis de los estudios sobre la personalidad de los emprendedores, Gartner manifiesta que presentan carencias de cumplimiento y de dependencia, un gusto por el riesgo y un sentimiento por controlar su destino, anotando que este tipo de estudios son vanos y no contribuyen a su definición, siendo de mucha importancia volver al estudio de los mecanismos por los cuales la organización existe, donde el agente empresarial se permite existir. De ésta manera la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores, lo cual es un enfoque conductista que considera al emprendimiento como un evento contextual, resultado de diferentes influencias.

Perspectiva psicológica o cognitiva: Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el ser humano realiza de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera. Esta perspectiva responde a la comportamental, y desarrolla dos corrientes:

1) La definición de emprendimiento como “eso que es el emprendedor”, no se prescribe al estudio de los lineamientos de personalidad como el análisis del lugar de control, de la aversión al riesgo o de los deseos de independencia;

2) La definición de emprendimiento de “por eso que hace el emprendedor”, donde se examinan argumentos de las representaciones de los fracasos o los triunfos, los resultados anhelados, la constancia, o la información para la toma de decisiones. Busenitz y Barney indica que los empresarios pueden mostrar grandes predisposiciones en la toma de decisiones en el sentido de que son argumentos al “exceso de confianza” y “generalizar demasiado a partir de unas pocas características y observaciones”. Palich y Bagby revelaron que “los empresarios categorizan situaciones en forma más positiva que otras personas.

La perspectiva económica: Describe una comprensión del fenómeno de emprendimiento desde las acciones del ser humano, describiendo la calificación de

⁵SANCHIS PALACIO, Joan Ramón: *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*, Valencia, España, pp. 45-48.

“homo economicus” para justificar la maximización de la utilidad y también su bienestar. Esta perspectiva se edifica por medio el debilitamiento de la práctica para identificar, favorecer y aconsejar al emprendedor potencial mediante la estructura de modelos asociados a los objetivos de maximización de beneficios, caracterizándose por su aporte teórico.

La existencia o la carencia de emprendimiento es la razón de los desarrollos económicos de una sociedad. La perspectiva psicológica estudia el fenómeno para manifestar en dimensiones conductuales y en rasgos personales que asemejen un perfil específico, pero la complejidad del tema de emprendimiento ha impedido establecerlo. Esto ha llevado a realizar estudios y establecer el proceso de emprendimiento. Además, las contribuciones de Filion, Bruyat, Julien, Cunnighan y Lischeron, (Verstraete han apoyado el desarrollo del emprendimiento desde la perspectiva conductual.

Finalmente, la perspectiva antropológica define al emprendimiento como representaciones del cambio social y de la integración a las fuerzas económicas y sociales, lo que demuestra la importancia del emprendimiento como la imagen en el desarrollo de la sociedad.⁶

La perspectiva de procesos: En esta perspectiva el individuo es el centro de atención, en una relación entre su desarrollo y la creación de valor económico. Sus vínculos repercuten en el desarrollo del ser humano, como característica humanista, determinando retos para el fenómeno del emprendimiento. Se caracteriza por su definición de procesos de emprendimiento de todas las acciones y funciones relacionadas con la percepción de oportunidades y la formación de empresas, para su desarrollo, de manera que se ha observado que el área de la estrategia o la planeación estratégica se orienta hacia el estudio de los procesos estratégicos en las empresas u organizaciones , para de esta forma analizar el emprendimiento como proceso que se inicia en el mercado y se orientan hacia el mercado, como un proceso empresarial⁷.

⁶RODRIGUEZ RAMIREZ, Alfonso: *Nuevas perspectiva para entender el emprendimiento empresarial*, p.p. 95-121.

⁷SANCHIS PALACIO, Joan Ramón: *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*, Valencia, España, pp. 45-48.

Emprendimiento en el Ecuador

En nuestro país el emprendimiento y la creación de empresas es un campo de investigación ampliamente extendido, que cuenta con varios trabajos y estudios publicados, sobre todo durante estos últimos años; sin embargo, las publicaciones acerca del emprendimiento social son bastante más escasas y recientes. A pesar de la trascendencia de éste como instrumento al servicio de la inserción socio laboral a través de la generación de empleo socialmente responsable, es decir, estable, de calidad y encaminado hacia personas o colectivos desfavorecidos o con un alto riesgo de exclusión.

El emprendimiento social se traduce en la creación de empresas en las que los fines sociales son la prioridad: la generación de empleo estable y de calidad, la inserción social por el trabajo o la conservación del medio ambiente y la sostenibilidad, entre otros. Este tipo de emprendimiento se lleva a cabo en un contexto en el que la persona y el trabajo son lo más importante, y el beneficio empresarial no es más que el resultado del trabajo bien realizado.

A diferencia de otros tipos de emprendimientos, el emprendimiento social no tiene como objetivo la maximización del beneficio económico, sino que éste no es más que el instrumento o el medio que garantiza los fines sociales de las empresas que se constituyen bajo esta perspectiva. La persona y el grupo, además de ser el motor de la empresa, son también la principal prioridad, es decir, que se trata de organizaciones socialmente responsables, tanto externa (hacia la sociedad en su conjunto), como interna (hacia sus empleados⁸).

Hoy en día existe un extenso acuerdo en la mayoría de los países sobre el valor del emprendimiento para el desarrollo local y nacional; en el caso de nuestro país desde las universidades, gobierno, sector privado y otras instancias de la sociedad se plantea la formación de ciudadanos que cuenten como principal estimulación generar negocios para lograr insertarse en el mundo productivo y a su vez sean generadores de puestos de trabajo para las demás personas.

⁸ARTEAGA, Elizabeth, LASIO, Virginia, CAICEDO, Guido: *Estudio de Factibilidad para un Proyecto de Promoción de la Empresarialidad en Ecuador Fase A: Características básicas de los empresarios y de las empresas estudiadas* de la Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE), Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), pp. 8-100.

Además contamos con programas que proveen de asesoramiento para la generación de planes de negocio y una ayuda posterior con capital semilla no reembolsable o también la “facilidad” de acceso a crédito productivo para la puesta en marcha del negocio o empresa.

Podemos recalcar que el emprendimiento está de moda, pero considero que hay una parte esencial que no se le está dando la suficiente importancia y que se convierte en la otra cara de la moneda para lograr que más ciudadanos emprendan sus negocios y que además dichos emprendimientos perduren en el tiempo; se trata del ecosistema o ambiente donde se desarrollan los negocios, es decir, el marco regulatorio y los trámites necesarios para la puesta en marcha del negocio, posterior desarrollo de sus actividades, y por qué no su etapa de cierre⁹.

Ecuador es el país con más emprendimiento en América Latina, con un Índice de Actividad Emprendedora Temprana del 26,6%, según el informe Global Entrepreneurship Monitor GEM del 2012, publicado por la escuela de negocios Espae.

Este estudio, que recogió 2 mil encuestas a adultos de entre 18 y 64 años, muestra que 1 de cada 4 había iniciado trámites para establecer un negocio o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses.

En el informe se registró que el 17% de los adultos emprendieron al aprovechar una oportunidad y el 9,5% lo hicieron por necesidad. El 43% de los emprendedores había completado su educación secundaria, mientras que el 42,4% solo la primaria y el 6% fue profesional.

Guido Caicedo, profesor de la ESPAE y coautor del estudio, explicó que el emprendimiento por necesidad se da porque la persona no tiene una opción de ingreso, está desempleado y necesita hacer algo por subsistir.

El Ecuador se encuentra en el tercer lugar a nivel mundial con un TEA del 27,24 superior a la media mundial que es de 9,40, es decir, que el 27,24% de los ecuatorianos están involucrados en una actividad emprendedora. Es importante

⁹CESAR ZULUAGA, Julio: “Apuntes para un dialogo interdisciplinario”, *Emprendimiento e Historia Empresarial*, Bogotá, Colombia, pp.14-16.

indicar que en el grupo analizado forman parte cuatro países sudamericanos (Ecuador, Perú, Argentina y Brasil) constituyendo América Latina la segunda fuerza mundial emprendedora.

Aparentemente la posición y el índice muestra un resultado muy alentador para nuestro país, pero al analizar la MOTIVACIÓN para el emprendimiento, este cambia radicalmente.

Se ha establecido dos grandes motivaciones para instalar un negocio:

- La Oportunidad y
- La Necesidad

Emprendimiento por Oportunidad es cuando se emprendió al identificarse una oportunidad comercial y se instaló el negocio para aprovecharla, situación óptima que garantizaría el éxito futuro de la nueva empresa.

Emprendimiento por Necesidad es cuando se emprende en una nueva empresa porque no hay una mejor alternativa de empleo y se tiene que subsistir.

En base a estos parámetros, dentro de la muestra analizada, nuestro país está situado en los últimos lugares (posición 27 entre 34) con una relación de 2,16 señalando que existen aproximadamente dos iniciativas emprendedoras por oportunidad por cada emprendimiento por necesidad, lo que se podría considerar muy bueno, pero al compararlo con el contexto mundial cuyo promedio es de 5,6 nos encontramos dentro del conjunto con baja tasa de emprendimiento por oportunidad y distantes de los países industrializados¹⁰.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Los antecedentes referenciales de este estudio están basados en los siguientes trabajos de investigación:

- Según los estudios de ARTEAGA, Elizabeth; LASIO, Virginia; CAICEDO, Guido:

¹⁰CESAR ZULUAGA, Julio: "Apuntes para un dialogo interdisciplinario", *Emprendimiento e Historia Empresarial*, Bogotá, Colombia, pp.14-16.

Tiene como objetivo determinar las causas que limitan la creación de negocios y su crecimiento en el mercado de hoy en nuestro País, en la cual se realizó encuestas a 150 gestores de creación de nuevos negocios con la el fin de establecer, analizar las causas que limiten su crecimiento y desarrollo de estas nuevas alternativas de organizaciones hacia la sociedad.

Que el 79% de las 150 empresas analizadas en la ciudad de Guayaquil y Quito están ubicadas en áreas urbanas y el 63% de estas se dedican a servicios, mientras que un 45% se basan en el conocimiento del talento humano, y tan solo el 32% es de la participación de las industrias, generando 20 plazas de empleo en promedio general, solo 6 de cada 100 negocios exporta sus productos y servicios hacia otro mercado.

En cuanto el perfil emprendedor del Ecuador se concluyó que de cada 10 ocasiones 8 son hombres, por lo menos el 32% de estos emprendedores ya habían creados por lo menos 1 negocios anteriormente, la mayoría de los gestores tienen una edad promedio de 41 años.

De total de las muestras tomadas solo 25 negocios son dinámicas es decir un 17% del total, mostraron un crecimiento y desarrollo en ventas y empleados muy sostenibles, cabe notar que en conjunto de estos negocios generan 887 de empleos, que representan un 40%de total de 3131 fuentes de empleo conformados por las 150 empresas.

Los emprendedores más jóvenes se encuentras en el sector que es basado en conocimientos que el convencional.

Es importante recalcar que el 90% de los gestores dinámicos han sido empleados y cerca del 20% de estos se han desempeñado como empresarios primordialmente en el sector de las PYMES y MIPYMES.El 65% entrevistados tienen título universitario principalmente de ingeniería, en el caso de los emprendedores dinámicos poseen estudios de nivel de postgrado.

Los gestores dinámicos consideran que las competencias más importantes del negocio son: solución oportuna de los problemas, establecer alianzas estratégicas y a la toleración de riesgos. Casi el 90% de los gestores dinámicos

mencionaron que el espacio para competir el país con un producto diferenciado fue la principal oportunidad para la creación de empresas.¹¹

- Según los Estudios de LASIO, Virginia; CAICEDO Guido; ORDEÑANA, Xavier:

ESPAE (Escuela de Postgrado en Administración de Empresas) - ESPOL (Escuela Superior Politécnica del Litoral) ha presentado el cuarto Informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Ecuador 2012, donde se presenta y discute el índice de la Actividad Emprendedora Temprana (TEA), en el cual obtuvo un 26.6%, continuando el incremento sostenido que se ha venido experimentando en los últimos 3 años, siendo en el 2010 de 21.3% y en el 2009, de 15.8%. Lo anterior representa que en 2012, aproximadamente 1 de cada 4 adultos había iniciado los trámites para establecer un negocio, o poseía uno cuya antigüedad no superaba los 42 meses.

El 17% afirmaron haber emprendido aprovechando una oportunidad, mientras 9.5% lo hicieron por necesidad, pasando a tener la tasa de emprendimientos por necesidad más alta de la región.

Según la encuesta realizada a 36 expertos del país, el clima económico es el factor que tiene mayor incidencia en promover el emprendimiento local, es decir que las condiciones del entorno son favorables para emprender. Por otro lado, el apoyo financiero fue una limitante para el emprendimiento, siendo este un denominador común a nivel global.¹²

- Según VERDEZOTO SALAZAR, Jackelin Mariasol

Este estudio tiene como finalidad establecer programas de capacitación especializada en las zonas adecuadas a la enseñanza y formación de habilidades para las ventas definidas por los gestores, implementando capacitaciones continuas al interior como al exterior de la organización con orientaciones presentada mediante talleres técnicos.

¹¹ ARTEAGA, Elizabeth; LASIO, Virginia; CAICEDO, Guido; *Estudio de Factibilidad para un Proyecto de Promoción de la Empresarialidad en Ecuador Fase A: Características básicas de los empresarios y de las empresas estudiadas* de la Escuela de Postgrado en Administración de Empresas (ESPAE), Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), Guayaquil, 2008.

¹² LASIO, Virginia; CAICEDO Guido; ORDEÑANA, Xavier: *Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2012* ESPAE de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil .2012.

Además de establecer programas y sistemas de orientación en el desarrollo de talento humano que incentiven el grado de satisfacción laboral en la pequeña y mediana empresa. Realizando actividades de vinculación con la comunidad que ayude a detectar a los posibles emprendedores.¹³

2.1.3 Fundamentación

2.1.3.1 Fundamentación Científica

Para el presente estudio se fundamenta de la:

Teoría del Emprendimiento

Los cambios positivos que influyen en la humanidad al desarrollo de la historia, no han surgido por situaciones del destino, estos han sido el resultado de grandes esfuerzos de personas que buscaban invariablemente mejorar su situación de vida y medio que los rodeaba. Los seres humanos que han proporcionado los cambios que han permitido el desarrollo de la humanidad, se los han caracterizado por ser fundadores en su campo, por su alta capacidad para identificar nuevas oportunidades, por encontrar diversidad de mecanismos creativos para satisfacerlas y medidas en el momento de proteger y ejecutar sus ideas, hasta lograr convertirlas en realidad.¹⁴

Los pioneros de los cambios actuales son nombrados emprendedores, palabra que proviene del francés “entrepreneur” y que los expertos han definido así:

- **Shumpeter:** Emprendedor es aquel que se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades.
- **Kirzner:** El emprendedor es aquel que está alerta a las oportunidades que existen en situaciones inciertas. “El emprendedor gana por estar alerta a oportunidades que existen en situaciones inciertas, de desequilibrio”¹.
- **Stevenson:** “Interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos”².

¹³ VERDEZOTO SALAZAR, Jackelin Mariasol: *La Gestión Empresarial En La Formación De Emprendedores Para La Pequeña Y Mediana Empresa, En La Ciudad De Riobamba*, Provincia DelChimborazo, 2010

¹⁴ LANZAS DUQUE, Victoria Eugenia; LANZAS DUQUE, Francisco Danilo; LANZAS DUQUE, Ángela María: “Scientia et Technica”, *Propuesta para medir el perfil de emprendedores de base tecnológica*, Colombia, pp.25-28.

- **Flores:** Emprendedor es quien se apropia de su historia y toma acción para generar condiciones futuras.

Teoría de Jeffry Timmons y Bill Bygrave.

Relación del emprendedor con el espíritu empresarial

En la actualidad, el término emprendedor se lo relaciona fuertemente con el concepto de empresario; quien es la persona que busca nuevas y mejores maneras de utilizar los medios y realizar las rutinas, siempre en función de satisfacer necesidades y generar mayores beneficios para él y su entorno.¹⁵ El espíritu empresarial por lo tanto, se convierte en la capacidad que tiene un emprendedor en identificar y desarrollar una nueva idea o modificar una existente para traducirla en una actividad social, rentable y productiva. Se evidencia que los países de altos desarrollo socioeconómico son los que han logrado fomentar y desarrollar en sus sociedades las características del espíritu empresarial, lo cual es sustentado por: **Jeffry Timmons y Bill Bygrave.**

- **Timmons**, creador de un modelo de establecimiento de empresas fundamentado en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos³, señala que en los últimos treinta años la economía ha prosperado por el impulso de una generación revolucionaria de jóvenes empresarios, que han sentado las pautas para generaciones futuras.
- **Bygrave**, investigador, profesor y director del centro de emprendimiento de Babson Collage, señala que la ventaja competitiva es el espíritu empresarial; dicha ventaja parte de la combinación del espíritu empresarial y la innovación, lo cual da como resultado la prosperidad.¹⁶

TEORÍA DE LAS VARIABLES PSICOSOCIALES (GARTNER)

La teoría de emprendimiento se ha venido abordando desde diferentes enfoques, cada enfoque ha empleado diversas teorías, que han buscado sustentar el espíritu empresarial y el perfil del emprendedor; a continuación se describen tres enfoques:

¹⁵FUENTES GARCIA, Fernando; SANCHEZ CAÑIZARES, Sandra: *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva global*. Estudios de la Economía Aplicada, pp.1-28.

¹⁶LANZAS DUQUE, Victoria Eugenia; LANZAS DUQUE, Francisco Danilo; LANZAS DUQUE, Ángela María: "Scientia et Technica", *Propuesta para medir el perfil de emprendedores de base tecnológica*, Colombia, pp.25-28.

El enfoque económico: Es el que analiza la naturaleza y las consecuencias de los emprendimientos en relación con el desarrollo de las industrias y su directa incidencia

El enfoque sociológico: Trabaja principalmente las causas que explican el por qué en unas regiones se crea mayor cultura de emprendimiento que en otras y cuáles son las características de los individuos y las condiciones del entorno, analizando factores étnicos, migratorios y de estructura familiar.

El enfoque psicológico: Se interesa por el perfil del emprendedor, la relación entre la personalidad y factores como experiencias pasadas, competencias existentes y el contexto inmediato. Para determinar el perfil del emprendedor se partirá del enfoque Psicológico.

Enfoque Psicológico

Los estudios de personalidad del individuo, se ha resaltado en existen factores psicológicos que incitan a las personas a crear empresa. Este enfoque psicológico se ha centrado en constituir un perfil descriptivo de la personalidad del emprendedor, para poder descubrir personas con este potencial. Partiendo de la teoría de los rasgos de la personalidad del empresario, Brockhaus y Horwitz señalan que las personas que evidencien un elevado control interno, alta necesidad de logro, capacidad para asumir riesgos y una alta tolerancia a la ambigüedad, tienen mayores oportunidades de crear empresa.

Los resultados de estas investigaciones han sido criticados por Gartner debido a sus debilidades en la metodología y en la teoría. Estas falencias han motivado a diferentes investigadores y expertos a focalizarse en un modelo que presente integración de los factores personales con los sociales, buscando la interacción de los mismos para exponer el perfil del emprendedor¹⁷.

¹⁷LANZAS DUQUE, Victoria Eugenia; LANZAS DUQUE, Francisco Danilo; LANZAS DUQUE, Ángela María: "Scientia et Technica", *Propuesta para medir el perfil de emprendedores de base tecnológica*, Colombia, pp.25-28.

Teoría de Intención Emprendedora.

El Modelo Intención Emprendedora, examina y comprende la elección de algunas personas por el autoempleo para el desarrollo profesional, según Douglas y Shepherd, el cual permite clasificar las variables psicosociales en las sociodemográficos y personales (competencias empresariales)¹⁸.

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS: Las variables sociodemográficos son propiedades reales del emprendedor, fácilmente verificables, lo que no se puede modificar con facilidad como:

- Edad
- Sexo
- Antecedentes
- Familiares
- Experiencia Previa
- Educación.

VARIABLES PERSONALES O COMPETENCIAS EMPRESARIALES: Las variables personales o competencias empresariales hacen referencia a rasgos de personalidad (individuales y colectivistas), las cuales son definidas por Varela como: “Un conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, auto-conceptos, conocimientos y habilidades) de una persona que se manifiestan en comportamientos que son definibles, observables y medibles y están causalmente vinculados con un desempeño superior en la acción empresarial”

Teoría Shumpeter (Instrumento)

Para construir un instrumento según Shumpeter, esta recolección de información que permita establecer el perfil del emprendedor de base tecnológica, se recomienda efectuar un cuestionario que permita identificar las variables sociodemográficas y personales, lo cual se puede dividir en dos secciones:

Sección I Variables sociodemográficas: Es un conjunto de preguntas cerradas (pueden ser dicotómicas o de selección múltiple), adonde se gestiona al

¹⁸FUENTES GARCIA, Fernando, SANCHEZ CAÑIZARES, Sandra: *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva global*. Estudios de la Economía Aplicada, pp. 1-28.

emprendedor que elija una respuesta entre la lista de opciones. Las propiedades de las variables (atributos reales del emprendedor), permitirán determinar cómo los elementos de su entorno y de su condición en edad, sexo y formación contribuyen o no al proceso de creación de empresas de base tecnológica¹⁹

Sección II Competencias empresariales: En esta sección se busca medir actitudes (intensidad), las cuales no son aptos a la observación directa, sino que se deben deducir a través de expresiones verbales, para esto se elabora una lista de enunciados que expresan una actitud o preferencia favorable o desfavorable frente a la competencia empresarial. El emprendedor de base tecnológica debe especificar su nivel de acuerdo o desacuerdo frente a estos, es decir se emplea una escala de Likert, donde los valores van de 1 a 5, siendo 1 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo.

2.2 MARCO LEGAL

LEY DE DESARROLLO DE LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, LA CREACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE EMPRESAS SOCIALES EN EL ECUADOR COMO MECANISMO DE GENERACIÓN DE EMPLEO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

CAPÍTULO I

Disposiciones generales

ARTÍCULO 1º. OBJETO DE LA LEY. La presente Ley tiene por objeto:

- Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley
- Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

¹⁹FUENTES GARCIA, Fernando; SANCHEZ CAÑIZARES, Sandra: *Análisis del perfil emprendedor, una perspectiva global*, Estudio de la Economía Aplicada, pp.1-28.

- Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;
- Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;
- Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales.
- Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;
- Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;
- Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clústers productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;
- Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;
- Buscar a través de las diversas instituciones y mecanismos de apoyo al emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.
- Crear las bases de un sistema de incentivos, financiamiento y capitalización de las nuevas empresas de los emprendedores.

ARTÍCULO 3°. PRINCIPIOS GENERALES. Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

- a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, Asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;
- b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;
- c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;
- d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional

ARTÍCULO 4°. OBLIGACIONES DEL ESTADO. Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.
2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a organizaciones de apoyo al emprendimiento debidamente registradas en los Ministerios de Industria, Comercio o Turismo
3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de los programas, y actividades de las organizaciones de apoyo al emprendimiento debidamente registrada en los Ministerios de Industrias, Comercio o Turismo.
4. Buscar los mecanismos y acuerdos con las entidades financieras para hacer que los modelos y planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los modelos y planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de organizaciones de apoyo al emprendimiento debidamente registrada en los Ministerios de Industria, Comercio o Turismo
6. Generar condiciones para que en las diferentes regiones, provincias y municipios del país surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

ARTÍCULO 5º. POLÍTICAS DIRIGIDAS A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS PLANES DE GOBIERNO O PLANES DE DESARROLLO.- El Gobierno Nacional, incluirá en el curso de la elaboración de su Plan de gobierno y Planes anuales de desarrollo, la inclusión de políticas de fomento, desarrollo y promoción de la actividad emprendedora del Ecuador.

ARTÍCULO 6º. AGRUPACIONES EMPRESARIALES. El Gobierno Nacional apoyará a las organizaciones de apoyo al emprendimiento para el establecimiento de Parques Tecnológicos, centros de investigación y desarrollo, Centros de Desarrollo Productivo, Centros de Investigación, Centros de Desarrollo Tecnológico , Bancos de Maquinaria y Observatorios empresariales, para el fomento de la actividad emprendedora de los ecuatorianos.

Entre otros mecanismos a cargo de las entidades estatales para dar cumplimiento a lo previsto en el presente artículo, las entidades estatales en proceso de liquidación o reestructuración, podrán reasignar bienes improductivos; el Consejo de sustancias Estupefacentes podrá asignar, en forma provisional o permanente, los bienes objeto de declaratoria de extinción del derecho de dominio, para dar cumplimiento a lo establecido en el presente artículo. Tal destinación podrá darse, por parte de las entidades competentes, a aquellos bienes decomisados o incautados.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Cognitivo, va:** adj. Perteneiente o relativa al conocimiento.
- **Competitividad:** Capacidad de competir. Rivalidad para la consecución de un fin.
- **Cultura:** Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.
- **Emprendedor:** Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas.
- **Estrategia:** En un proceso regulable, conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento.
- **Ideología:** Conjunto de ideas fundamentales que caracteriza el pensamiento de una persona, colectividad o época, de un movimiento cultural, religioso o político, etc.
- **Innovación:** Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado.
- **Interdisciplinario:** Dicho de un estudio o de otra actividad: Que se realiza con la cooperación de varias disciplinas.
- **Liderazgo:** Situación de superioridad en que se halla una empresa, un producto o un sector económico, dentro de su ámbito.
- **MIPRO (Ministerio de Industrias Y Productividad) :**
Impulsa el desarrollo del sector productivo, industrial y artesanal incentivando la inversión e innovación tecnológica que promuevan la producción de bienes y servicios con un mayor valor agregado y de calidad.
- **Sociología:** Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El alto número de emprendedores por necesidad incide en la creación de negocios con ineficiencia operativa, administrativa y financiera en el Cantón Naranjito.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- Persistiendo la baja dinámica en el mercado del Cantón Naranjito estará generando desconfianza para emprender nuevos negocios locales.
- Insertando nuevas ideas de innovación de negocios para los emprendedores asentados en el cantón Naranjito ayudará a la formación de un mercado mucho más dinámico y variado para satisfacción de los consumidores locales.
- Persistiendo la ineficiencia en los emprendedores del cantón Naranjito para lograr evolucionar y proyectarse competitivos en el mercado aumentará la inestabilidad operativa para mantener sus negocios durante mucho tiempo.
- Permaneciendo la poca percepción de oportunidades de emprendimiento en el mercado aumentara la creación de negocios con bajo perfil de valor agregado en el Cantón Naranjito.

2.4.3 Declaración de Variables

Cuadro 1. Declaración de Variables

| HIPOTESIS GENERAL | VARIABLES |
|---|---|
| El alto número de emprendedores por necesidad incide en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito | Dependiente(x): Creación de Negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras |
| | V. Independiente (Y): Emprendedores por necesidad |
| HIPOTESIS PARTICULARES | VARIABLES |
| Persistiendo la baja dinámica en el mercado del Cantón Naranjito estará generando desconfianza para emprender nuevos negocios locales. | Dependiente(x): Baja dinámica de los negocios en el mercado del Cantón Naranjito. |
| | Independiente (Y): Desconfianza para emprender negocios en el mercado. |
| Insertando nuevas ideas de innovación de negocios para los emprendedores asentados en el cantón Naranjito ayudará a la formación de un mercado mucho más dinámico y variado para satisfacción de los consumidores locales. | Dependiente(x): Creación de un mercado monótono |
| | Independiente (Y): Poca ideas de innovación en los negocios asentados en un cantón. |
| Persistiendo la ineficiencia en los emprendedores del cantón Naranjito para lograr evolucionar y proyectarse competitivos en el mercado aumentará la inestabilidad operativa para mantener sus negocios durante mucho tiempo. | Dependiente(x): inestabilidad operativa para mantener durante mucho tiempo los negocios |
| | Independiente (Y): Ineficiencia en los emprendedores para evolucionar y proyectarse competitivos en el mercado |
| Permaneciendo la poca percepción de oportunidades de emprendimiento en el mercado aumentara la creación de negocios con bajo perfil de valor agregado en el Cantón Naranjito. | Dependiente(x): creación de negocios con bajo perfil de valor agregado |
| | Independiente (Y): La poca percepción de oportunidades de emprendimiento de negocios en el Cantón Naranjito. |

Fuente: Matriz de Problematización

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 2.Operacionalización de las variables

| VARIABLES | CONCEPTUALIZACION | DIMENSION | INDICADOR | FUENTE | INSTRUMENTO |
|--|--|---------------------------------------|--|---|--------------------|
| Creación de negocios con Ineficiencias operativas, administrativas y financieras. | Negocios con deficiente manejo administrativo, y con baja productividad del talento humano. | Administración de empresas y Finanzas | Numero de negocios con deficiencias operativas, administrativas y financieras. | Superintendencia de compañías, SRI, RISE y la comunidad. | Encuesta |
| Alto número de emprendedores por necesidad. | Personas que crean negocios por necesidad debido a fuentes de empleo. | Administración de Empresas. | Números de emprendedores por necesidad. | Cámara de Comercio del Cantón Naranjito, Superintendencia de compañías y MIPRO. | Encuesta |
| Poco conocimiento en la Administración de Negocios. | Desconocimiento de los gestores en Administración de Negocios para la correcta gestión empresarial. | Administración de Negocio | Numero de emprendedores con conocimientos administrativos. | Superintendencia de compañías y Administradores de los negocios. | Encuesta |
| Mal manejo administrativo de los recursos. | Es el desconocimiento administrativo de los recursos financieros, talento humano de la organización. | Finanzas y Recursos Humanos. | Porcentaje de eficiencia productiva en los negocios. | Negocios Locales | Encuesta |

| | | | | | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|----------|
| Poca ideas de innovación. | Desconocimiento de las metodologías de emprendimiento e innovación de un producto o servicio. | Organización y Métodos | Porcentaje de negocios emprendedores. | Ciudadanía en general, MIPRO y Superintendencia de compañías. | Encuesta |
| Creación de nuevos diseños y desarrollo de los productos. | Son aquellos productos y servicios que no cumplen con las características y requerimientos para satisfacer una necesidad. | Marketing, Investigación Científica. | Nivel de calidad de productos y servicios. | Ciudadanía en general. | Encuesta |
| Ineficiente evolución para proyectarse competitivo en el negocio | Gestión no adecuada para proyección competitiva | Auditoria | Grado de evolución dentro del mercado | Negocios Locales | Encuesta |
| Inestabilidad para mantenerse dentro del mercado | Es la deficiencia en el manejo administrativos de la empresa para ser más competitiva. | Administración de Recurso Humano | Productividad del negocio | Negocios Locales | Encuesta |

Fuente: Matriz de Problematización

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SUS PERPECTIVA GENERAL

Para el diseño de investigación se tomó como base la recopilación de información a los ciudadanos del Cantón de Naranjito como también a fuentes de investigación consultando a cada uno de los factores que estén inmersas a la problemática, esta investigación de estudio es de tipo cuantitativo con el fin de dar una solución consistente y de mejora en la creación de Negocios.

El presente estudio lleva un tipo de investigación:

Descriptiva

Este tipo de investigación describen los hechos como son observados para el adecuado análisis de la problemática en estudio.

Es descriptiva con el propósito de este estudio es de destacar todos los aspectos que fundamentan esta problemática y de encontrar las soluciones adecuadas para el desarrollo de este estudio.²⁰

²⁰HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar: Metodología de la investigación, McGraw-Hill, México, 1998.

De campo

Se realizara una investigación directa a los negocios del Cantón Naranjito este tipo de investigación nos brinda para este estudio en la obtención de información que procede, de entrevistas expertos, cuestionarios, encuestas y observaciones, para analizar las variables establecidas y su respectiva

Exploratoria

Este tipo de investigación analiza por primera vez o son estudios muy pocos investigados además se la emplean para identificar una problemática.

Este tipo de investigación permitirá analizar antecedentes de la problemática, mediante las temáticas y estudios realizados con anterioridad del problema en estudio, lo cual nos llevara a realizar una detalla investigación para descubrir los problemas que existe en las creaciones de negocio por necesidad.²¹

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Característica de la población

Se tomará una fracción de la población según el criterio propio de los investigadores para deducir la muestra siendo nuestro grupo objetivo las microempresas establecidas en el cantón Naranjito.

Para realizar una selección de la Población, hemos tomado en cuenta que existen 1071 negocios de acuerdo al último censo del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), consideramos investigar por los tipos de negocios existentes en el Cantón Naranjito, de características las siguientes:

Manufactura, Comercio y Servicio.

3.2.2 Delimitación de la población

De acuerdo a las características de la población, se la delimitara de acuerdo al numero de negocios que existen en el Cantón Naranjito siendo un total de 1071 PYMES de las cuales las clasificamos de acuerdo al tipo de negocios con la finalidad

²¹HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar: Metodología de la investigación, McGraw-Hill, México, 1998.

de ver el desarrollo de los negocios según su área. Por lo tanto la población a considerar es de tipo finita.

Según El Instituto Nacional De Estadística Y Censos se tomara en cuenta la siguiente población²²

Cuadro 3.- Tipos De Negocios en el Cantón Naranjito

| Tipos de Negocios | Nº- NEGOCIOS | PORCENTAJE |
|--------------------------|---------------------|-------------------|
| Manufactura | 78 | 7% |
| Comercio | 662 | 62% |
| Servicios | 331 | 31% |
| TOTAL | 1071 | 100% |

Fuente: Instituto Nacional De Estadística y Censos 2010

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra acorde a la características y delimitación de la población se va a utilizar para este estudio es la muestra probabilísticas a cual permite seleccionar a todo el talento humano adecuado para esta investigación acorde por sectores de negocios.

3.2.4 Tamaño de la muestra

De acuerdo a este estudio se tiene una población de 1.071 de tipos de negocio por lo tanto para este estudio se aplicara esta fórmula de población finita.

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

Dónde:

N: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

²² INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS: VII de la población y VI de la vivienda 2010, Quito, 2010.

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$

E: error, se considera el 5%; $E = 0,05$

Z: nivel de confianza, que para el 95%, $Z = 1,96$

La información que nos facilitó la Universidad Estatal de Milagro servirá como base para calcular el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N - 1) E^2}{Z^2} + p q}$$
$$n = \frac{(1.071)(0.5)(0.5)}{\frac{(1.071 - 1) (0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$
$$n = \frac{(1.071)(0,25)}{\frac{(1.070) (0,0025)}{(3,84)} + (0,25)}$$
$$n = \frac{267,75}{0,9466146}$$

$n = 263$ encuestas a los ciudadanos

Teniendo en cuenta que el universo total es manejable, obteniendo el cálculo de selección de la muestra recomienda encuestar a 283 microempresas del Cantón Naranjito.

3.2.5 Proceso de selección

De acuerdo a nuestra población y tamaño de la muestra aplicaremos el proceso de selección de la sistemática de elementos muestrales. Debido a que este procedimiento de selección implica elegir dentro de una población N un número n de elementos a partir de un intervalo dado por tipos de negocio.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Los métodos teóricos para el procesamiento de la información de este estudio que se aplicaran son:

Método inductivo-deductivo

Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya.

También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

- **Inductivo:**

Porque se aplicara conclusiones generales del estudio a partir de las deducciones específicas y del análisis de las variables que están inmersas en la problemática.

- **Deductivo:**

Debido a que muestran conceptos, definiciones o normas generales de las cuales se extraen conclusiones y además utiliza una información general para manifestar una solución posible a un problema dado.

- **Método Hipotético-Deductivo**

Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes más generales Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan verificar.

- **Hipotético**

Debido a que este estudio se plantea hipótesis con la finalidad de medir cuantitativamente las variables de esta problemática

- **Deductivo**

Por qué a partir del análisis se verificaran las hipótesis dando conclusiones generales de este estudio.

- **Analítico Sintético**

Luego de obtener la información apropiada al tema de la investigación, se procede a efectuar un análisis de los contenidos, sintetizando las principales temáticas relacionadas. Se aplicara la Observación como método empírico fundamental, debido al levantamiento de información esto se realizará en base a evaluar y observar la situación actual de los tipos de negocios del Cantón Naranjito.

3.3.2 Métodos empíricos

El método empírico complementarios a emplear dentro de esta investigación será el de la encuesta.

Encuesta

La encuesta es para identificar los criterios de las personas inmersas a la problemática en el conocimiento de los emprendedores en la gestión de sus negocios

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La técnica que se aplicara para el presente estudio será:

- Encuesta

3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El tipo de estudio y tratamiento de las estadísticas que ejecutaremos dependió del nivel de las variables, las hipótesis de nuestra problemática, para ello concretamos correctamente la población y el tipo de muestra, concretamos los mecanismos de análisis estadísticos. Estudiamos información investigada, formulamos la hipótesis que explica la conducta de un resultado importante, de la misma manera los datos obtenidos serán tabulados y mostrados por diagramas pastel donde se mostraran las estimaciones porcentuales con las que cuenta este estudio. La herramienta que se utilizara en el presente proyecto es el utilitario de office Excel y el desarrollo de formatos para la recolección de los datos conforme se analice las variables en los anexos.

CAPITULO 4

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Actividad Económica a la que se dedica:

Objetivo:

El objetivo de este indicador es conocer la actividad económica que se dedican los ciudadanos con el fin de clasificar los negocios de acuerdo a su finalidad dentro del Cantón Naranjito

Cuadro 4. Actividad Económica del Cantón Naranjito

| Actividad Económica | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Compra y Venta De Cacao | 8 | 3% |
| Ventas de legumbres | 50 | 18% |
| Tienda De Víveres | 10 | 4% |
| Comerciales Mayorista | 8 | 3% |
| Mini Market | 9 | 3% |
| Comedores De Comida | 15 | 5% |
| Ventas de Ropa | 30 | 11% |
| Boutique | 8 | 3% |
| Farmacias | 10 | 4% |
| Cyber | 30 | 11% |
| Gabinetes | 10 | 4% |
| Taller de Moto | 8 | 3% |
| Lavadora de Autos | 10 | 4% |
| Cabinas Telefónicas | 25 | 9% |
| Librería | 10 | 4% |
| Karaoke | 8 | 3% |
| Lubricadora | 5 | 2% |
| Panaderías | 20 | 7% |
| Confecciones de Ropa | 9 | 3% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 1. Actividad Económica del Cantón Naranjito



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Edad a la que decide emprender su negocio:

Objetivo:

El objetivo de esta interrogante es para conocerla edad los ciudadanos que deciden emprender su negocio dentro del Cantón Naranjito

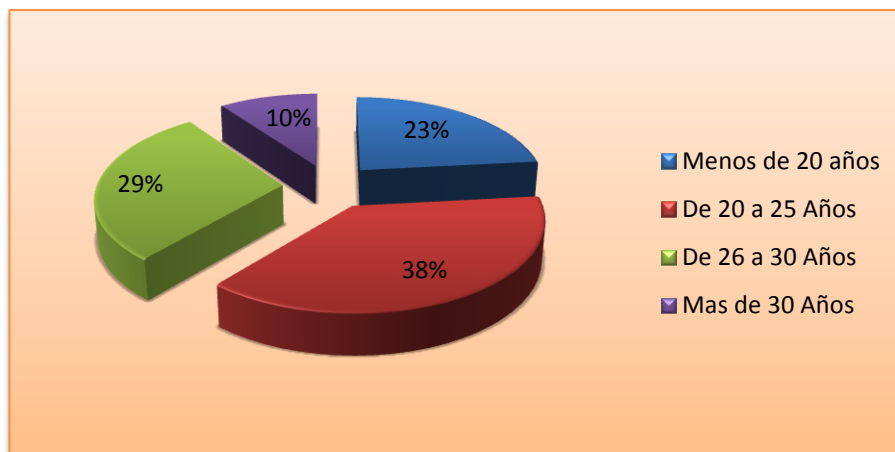
Cuadro 5. A qué edad inicio Ud. se negocio

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------|---------------------|---------------------|
| Menos de 20 años | 66 | 23% |
| De 20 a 25 Años | 107 | 38% |
| De 26 a 30 Años | 82 | 29% |
| Más de 30 Años | 28 | 10% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 2. Edad que inicia Ud. se negocio



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

En el Cantón Naranjito, la edad con que los encuestados comenzaron hacer su negocios según el 38% fue entre 20 y 25 años de edad, pero el 29 % fue entre los 26 y 30 años, siendo esta la edad con que la mayoría de los ciudadanos comienzan a crear negocios emprendedores, mientras el 23% lo hizo entre menos de 20 años, y el 10% con más de 30 años.

Tipo de negocio que posee el emprendedor

Objetivo:

El objetivo de esta interrogante es para conocer el tipo de negocio que posee el emprendedor con el fin de determinar en promedio de los tipos de negocios dentro del Cantón Naranjito

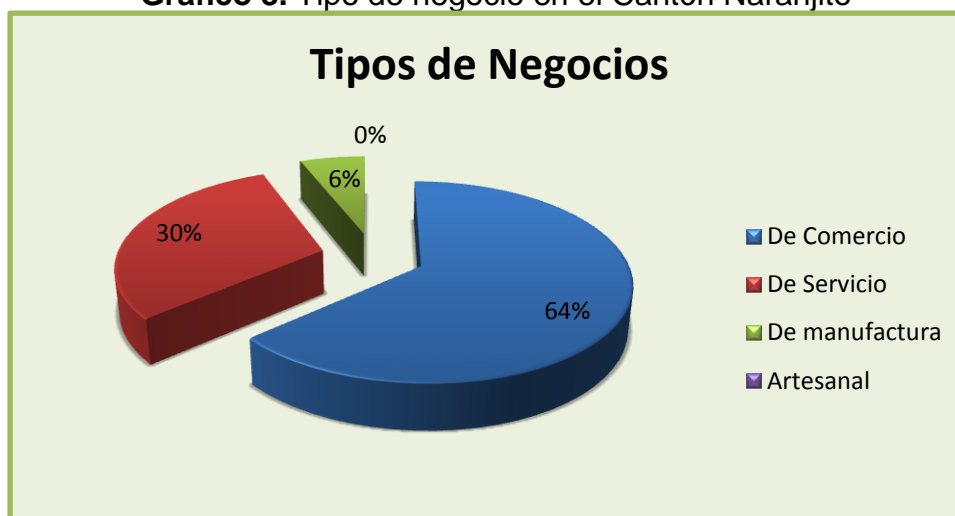
Cuadro 6. Tipo de negocio en el Cantón Naranjito

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|----------------|---------------------|---------------------|
| De Comercio | 180 | 64% |
| De Servicio | 86 | 30% |
| De manufactura | 17 | 6% |
| Artesanal | 0 | 0% |
| Total | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 3. Tipo de negocio en el Cantón Naranjito



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

En el Cantón naranjito según la encuesta el 64% de los negocios es de tipo de comercio, el 30% es de servicios y el 17 % es de manufactura, mientras no hay artesanales, lo que conlleva que en el Cantón naranjito hay poco negocios en artesanías, siendo una ciudad más comercial.

Años que ha permanecido en el mercado

Objetivo:

El objetivo de esta interrogante es para conocerlos años que ha permanecido en el mercado dentro del Cantón Naranjito

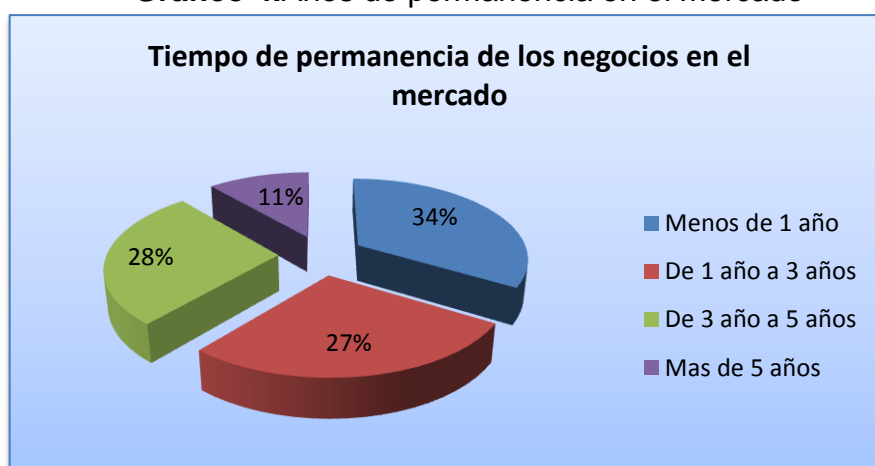
Cuadro 10.Años de permanencia en el mercado

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|-------------------|---------------------|---------------------|
| Menos de 1 año | 95 | 34% |
| De 1 año a 3 años | 78 | 28% |
| De 3 año a 5 años | 78 | 28% |
| Mas de 5 años | 32 | 11% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 4.Años de permanencia en el mercado



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Los negocios emprendedores del Cantón Naranjito según la encuesta el 34% de estos tiene en el mercado menos de 1 año, el 28 % está entre 1 a 3 años y de 3 a 5 años mientras que el 11% está entre más de 5 años, llegando a la conclusión que la mayor parte de los negocios de la ciudad son relativamente jóvenes en el mercado.

Pregunta 1.

¿Considera Ud. que los negocios actuales del cantón Naranjito satisfacen las necesidades de la comunidad y realizan actividades para atraer a sus clientes?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta era para evaluar si se satisfacen las necesidades de la comunidad y realizan actividades para atraer a sus clientes en el Cantón Naranjito.

Cuadro 11. Negocios actuales satisfacen las necesidades de la comunidad en el Cantón Naranjito

| Alternativas | Frecuencia Relativa | Frecuencia Absoluta |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 82 | 29% |
| De Acuerdo | 114 | 40% |
| Indeciso | 25 | 9% |
| En Desacuerdo | 30 | 11% |
| Totalmente Desacuerdo | 32 | 11% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 5. Negocios actuales satisfacen las necesidades de la comunidad en el Cantón Naranjito



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Los negocios actualmente tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes, mediante la calidad de productos, de servicios y a la buena atención de lo mismo, con el fin de mantenerse en el mercado. Según los resultados de la encuesta, el 40 % de los ciudadanos está totalmente de acuerdo que los negocios del Cantón Naranjito si satisfacen sus necesidades y a su vez realizan actividades para atraer clientes, mientras que el 29% de los mismos está de acuerdo, el 9 % estaba indeciso, el 11% está en desacuerdo y totalmente de desacuerdo en los servicios y productos que brindan los negocios en el Cantón.

Pregunta 2

¿Siente Ud. una verdadera confianza en el mercado basándose en el nivel de consumo de los pobladores del cantón Naranjito como para decidirse a instalar un nuevo negocio diferente a los ya existentes?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta era para reconocer si existe una verdadera confianza en el mercado basándose en el nivel de consumo de los pobladores del cantón Naranjito como para decidirse a instalar un nuevo negocio diferente a los ya existentes

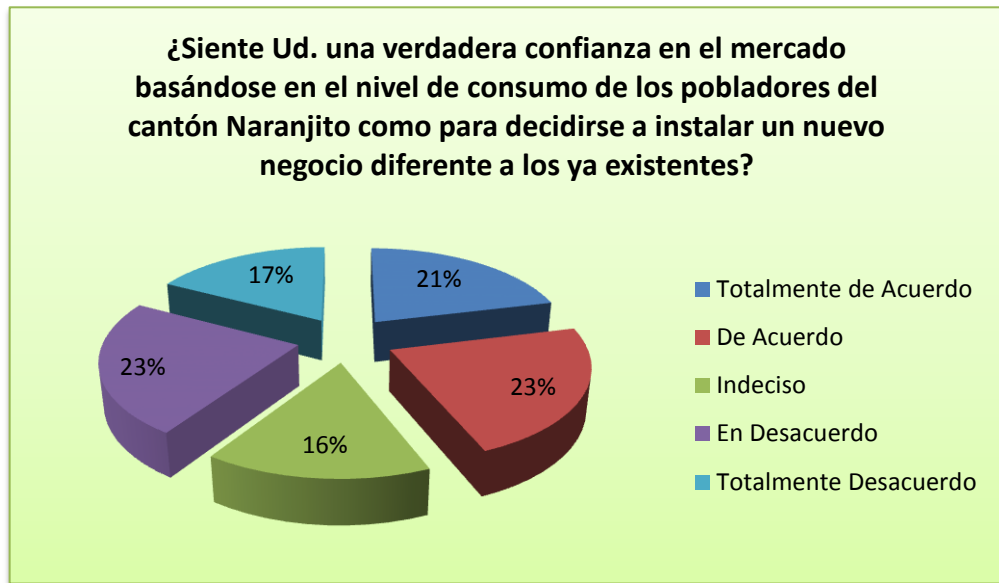
Cuadro 12. Creación de nuevos negocios basándose en el nivel de consumo

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 60 | 21% |
| De Acuerdo | 64 | 23% |
| Indeciso | 44 | 16% |
| En Desacuerdo | 66 | 23% |
| Totalmente Desacuerdo | 49 | 17% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 6. Creación de nuevos negocios basándose en el nivel de consumo



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Los negocios que ofertan adecuados servicios y productos acordes a las necesidades de los clientes, generan confianza y competitividad en el mercado, basándose en esta idea, la encuesta indicó que el 21% están totalmente de acuerdo en instalar nuevos negocios para satisfacer los requerimientos de los clientes en el Cantón Naranjito, mientras que el 23% está en acuerdo y en desacuerdo, el 17% de los encuestados está totalmente en desacuerdo y el 16% está indeciso en crear nuevos negocios. Analizando estos resultados de la encuesta una mayor parte está en desacuerdo en instalar nuevos negocios, concluyendo que existe una inestabilidad en el mercado en la ciudad de Naranjito.

Pregunta 3

¿Considera Ud. que la poca innovación en los servicios y productos de los negocios incide en el emprendimiento de los mismos?

Objetivo

La finalidad de plantear esta pregunta era para analizar la poca innovación en los servicios y productos de los negocios y su incidencia en el emprendimiento de los mismos en el Cantón Naranjito.

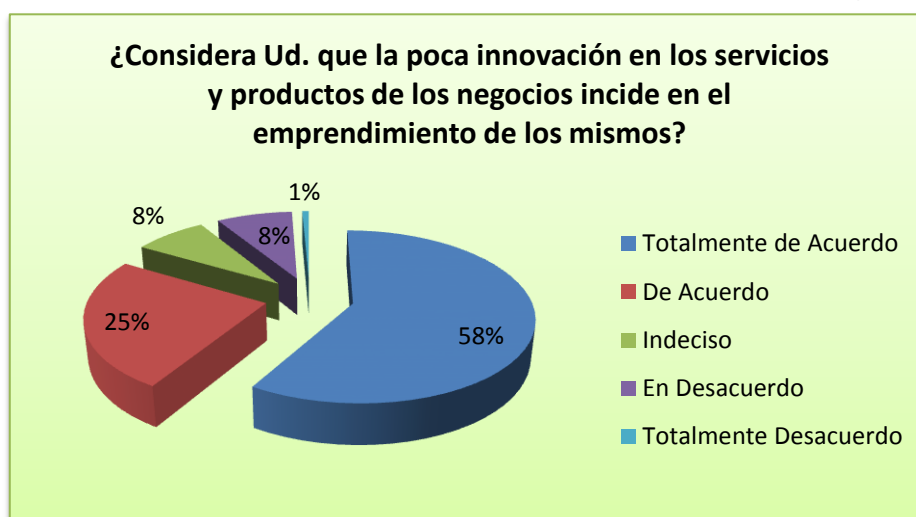
Cuadro 13. Innovación de servicios y productos de los negocios

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|-----------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 166 | 59% |
| De Acuerdo | 70 | 25% |
| Indeciso | 22 | 8% |
| En Desacuerdo | 23 | 8% |
| Totalmente Desacuerdo | 2 | 1% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 7. Innovación de servicios y productos de los negocios



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

La innovación de los productos y servicios que se ofertan al cliente es fundamental al momento de emprender una idea de negocio y de vital importancia en la estabilidad de los mismos en el mercado. Según el 59% de los encuestados está totalmente de acuerdo que la poca innovación de los productos y servicios incide en el emprendimiento de los mismos lo que generaría el cierre de la misma a corto plazo, mientras el 25% está de acuerdo, el 8% es indeciso y en desacuerdo y el 1% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 4

Cree Ud. ¿Que la carencia de conocimientos en Administración de negocios incide en el mal manejo de los recursos por parte de los emprendedores locales?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta era para analizar si la carencia de conocimientos en Administración de negocios incide en el mal manejo de los recursos por parte de los emprendedores locales del Cantón Naranjito.

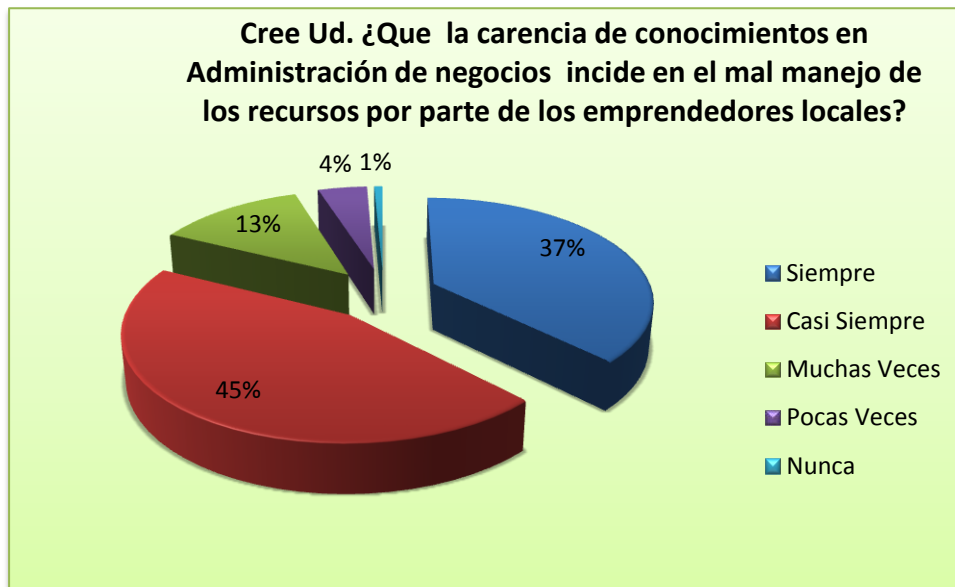
Cuadro 14. Conocimientos de administración de los Negocios

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| Siempre | 106 | 37% |
| Casi Siempre | 127 | 45% |
| Muchas Veces | 36 | 13% |
| Pocas Veces | 12 | 4% |
| Nunca | 2 | 1% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 8. Conocimientos de administración de los Negocios



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Los emprendedores deben tener conocimientos sólidos en administración de negocios porque son esenciales en el manejo de todos los recursos de los mismos, siendo de vital importancia que el 45% de los encuestados indica que el mal manejo de los recursos casi siempre se debe a la carencia de conocimientos de administración de negocios por parte del emprendedor, mientras que el 37% menciona que siempre se debe a esta causa, el 13% a muchas veces, el 4% pocas veces, y el 1% nunca se produce por esta razón.

Pregunta 5

Considera Ud. ¿Que las pocas ideas de innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio afectan a la creación de nuevos diseños y desarrollo de los productos y/o servicios para la satisfacción de los clientes?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta es demostrar que las pocas ideas de innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio afectan a la creación de nuevos diseños y desarrollo de los productos y/o servicios para la satisfacción de los clientes

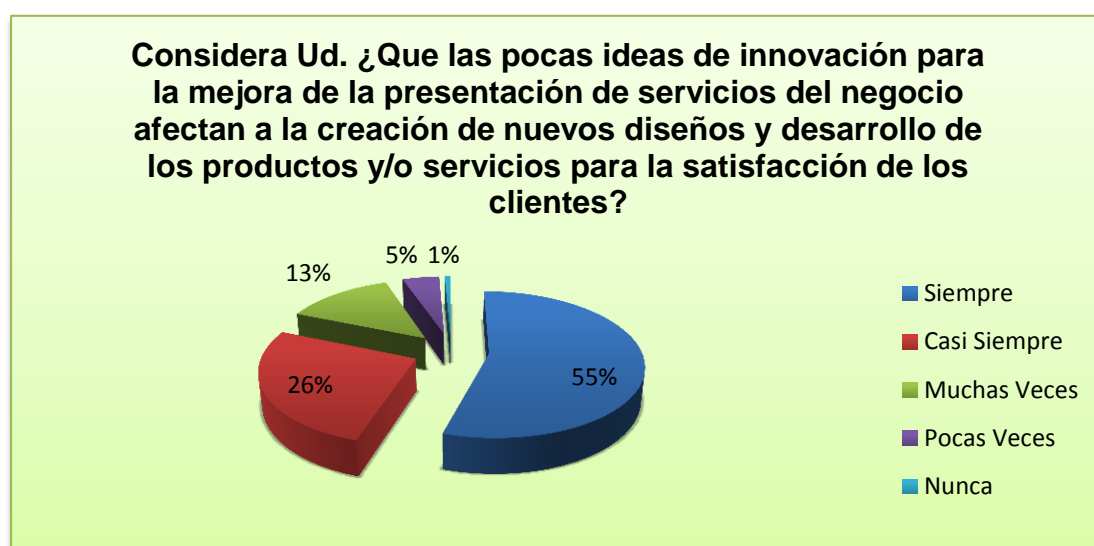
Cuadro 15. Ideas de Innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|--------------|---------------------|---------------------|
| Siempre | 155 | 55% |
| Casi Siempre | 75 | 27% |
| Muchas Veces | 38 | 13% |
| Pocas Veces | 13 | 5% |
| Nunca | 2 | 1% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 9. Ideas de Innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

La innovación es esencial en cualquier negocio emprendedor, desde la mejora de presentación de servicios y productos hasta la creación de nuevos diseños de los mismos, tendiendo como objetivo siempre satisfacer las necesidades de los clientes. La encuesta realizada en el Cantón Naranjito, arroja que el 55% indicaron que las pocas ideas de innovación en la presentación de servicios del negocio afecta en la creación de nuevos diseños de productos o servicios, conllevando a no poder satisfacer a las exigencias de los clientes, mientras el 27% siempre considera este

problema, el 13% indica muchas veces, el 5% muy pocas veces es por este problema, y el 2% nunca ocurre esta problemática.

Pregunta 6

¿Cree Ud. que la inestabilidad para mantener un negocio durante mucho tiempo en el mercado se debe a la incapacidad que han demostrado los emprendedores para evolucionar y proyectarse competitivamente en este mercado?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta es demostrar que la inestabilidad para mantener un negocio durante mucho tiempo en el mercado se debe a la incapacidad que han demostrado los emprendedores para evolucionar y proyectarse competitivamente en este mercado

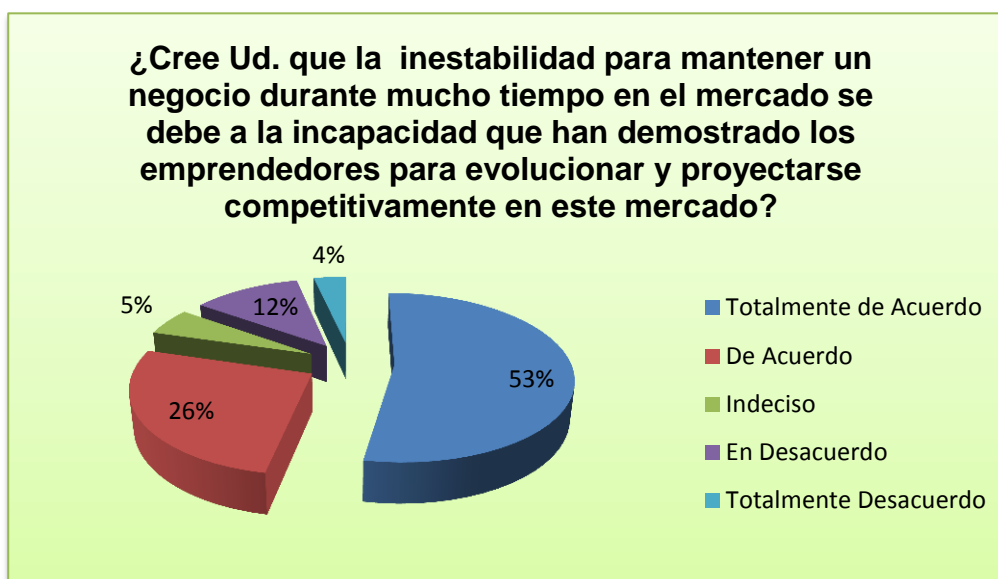
Cuadro 16. Inestabilidad de mantener un negocio y la incapacidad de proyectarse competitivamente en el mercado

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 150 | 53% |
| De Acuerdo | 75 | 27% |
| Indeciso | 15 | 5% |
| En Desacuerdo | 33 | 12% |
| Totalmente Desacuerdo | 10 | 4% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 10. Inestabilidad de mantener un negocio y la incapacidad de proyectarse competitivamente en el mercado



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Las ideas de negocios emprendedoras que se proyectan competitivamente e innovando sus procesos, generan valores agregados, competitivos y evolucionan dentro del mercado, siendo tal la importancia, la encuesta indica que en un 53% está totalmente de acuerdo que la incapacidad del emprendedor de evolucionarse y proyectarse competitivamente en el mercado afecta en la estabilidad del negocio en el mercado lo que causaría que cierren a mediado o corto plazo afectando al desarrollo comercial del Cantón, mientras que un 27% está de acuerdo con esta problemática, el 12% está en desacuerdo, el 5% indeciso y el 4% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 7

¿Considera Ud. que la presencia de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito se debe al alto número de emprendimientos surgidos por necesidad?

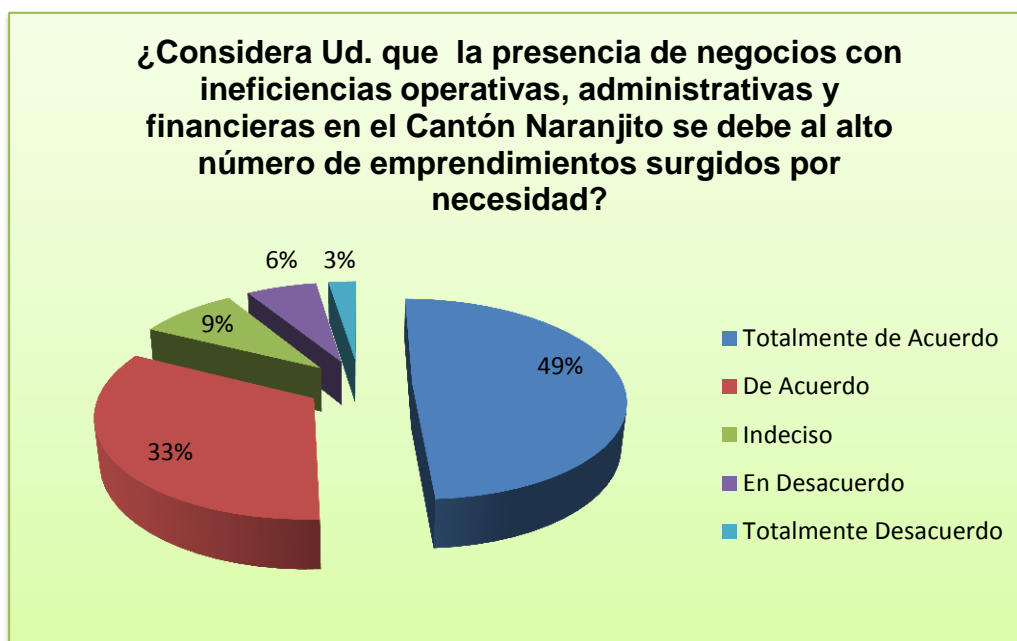
Cuadro 17. Negocios con Ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|-----------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 139 | 49% |
| De Acuerdo | 94 | 33% |
| Indeciso | 25 | 9% |
| En Desacuerdo | 18 | 6% |
| Totalmente Desacuerdo | 7 | 2% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 11. Negocios con Ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

En la actualidad la mayor parte de emprendimiento de los negocios se debe por necesidad, debido a la falta de fuentes de trabajo, pero muchas veces esta creación de negocios tiene deficiencias administrativas lo que le conlleva al cierre a corto plazo. En el canto naranjito, el 49% de los encuestados que está totalmente de acuerdo que la presencia de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito se debe al alto número de emprendimientos surgidos por necesidad, debido a que el emprendedor no cuenta con conocimientos sólidos de administración de negocios lo que causa que pierdan estabilidad dentro del mercado, pérdida de clientes y competitividad, mientras que el 33 % menciona que está de acuerdo, el 9% estaba indeciso, el 6% está en desacuerdo, el 2% está totalmente en desacuerdo que se deba por emprendimientos por necesidad.

Pregunta 8

¿Cuáles de las siguientes alternativas cree Ud. incide en mayor medida a que exista un alto números de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta es conocer que incide en mayor medida a que exista un alto números de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito.

Cuadro 18. Altos números de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|
| Ineficiencia Operativa | 92 | 33% |
| Ineficiencia Administrativa | 61 | 22% |
| Ineficiencia Financiera | 130 | 46% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 12. Altos números de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Actualmente lo que más Incide en mayor medida a que exista un alto números de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito se debe eventualmente a la mala administración total del negocios, según el 33% de los encuestados se debe a ineficiencia operativas, el 22% a ineficiencias administrativas y el 46 % a ineficiencia financiera, lo que corresponde para que exista un alto índice de emprendimiento por necesidad es debido por el mal manejo de los recursos financieros del negocios.

Pregunta 9

¿Cree usted que la imagen de los negocios asentados en el cantón Naranjito no ha cambiado debido a la falta de apoyo informativo y técnico por parte de la Cámara de Comercio para que surjan nuevos emprendedores locales?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta es analizar que la imagen de los negocios asentados en el cantón Naranjito no ha cambiado debido a la falta de apoyo informativo y técnico por parte de la Cámara de Comercio para que surjan nuevos emprendedores locales

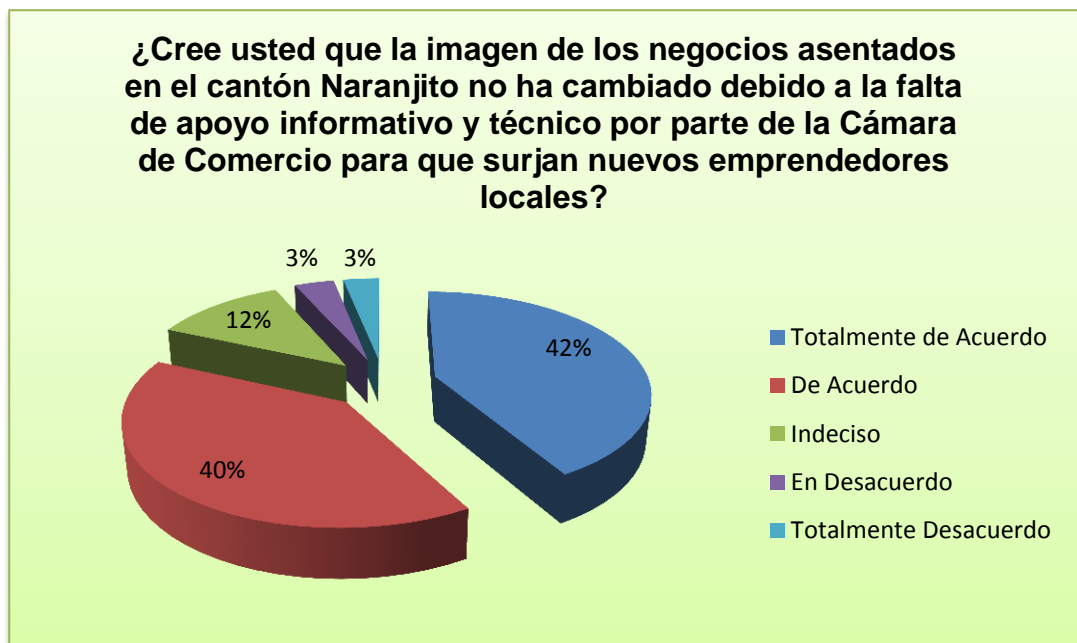
Cuadro 19. Imagen de los negocios en el Cantón Naranjito

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 118 | 42% |
| De Acuerdo | 113 | 40% |
| Indeciso | 33 | 12% |
| En Desacuerdo | 10 | 4% |
| Totalmente Desacuerdo | 9 | 3% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 13. Imagen de los negocios en el Cantón Naranjito



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

La imagen y publicidad de los negocios es fundamental en la capacitación de clientes en el mercado, pero según la encuesta el 42% de los encuestados indicaron que están totalmente de acuerdo que la imagen de los negocios asentados en el cantón Naranjito no han cambiado debido a la falta de apoyo informativo y técnico por parte de la Cámara de Comercio para que surjan nuevos emprendedores locales

causando que no capten clientes lo que conllevaría menos ingresos al negocio, mientras el 40% está de acuerdo, el 33% está indeciso, 4% en desacuerdo, y el 3% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 10

¿Cree usted que la baja calidad de atención al cliente demostrada en los negocios locales se debe a la percepción de que Naranjito no es un cantón de oportunidades para el emprendimiento?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta es demostrar que la baja calidad de atención al cliente demostrada en los negocios locales se debe a la percepción de que Naranjito no es un cantón de oportunidades para el emprendimiento

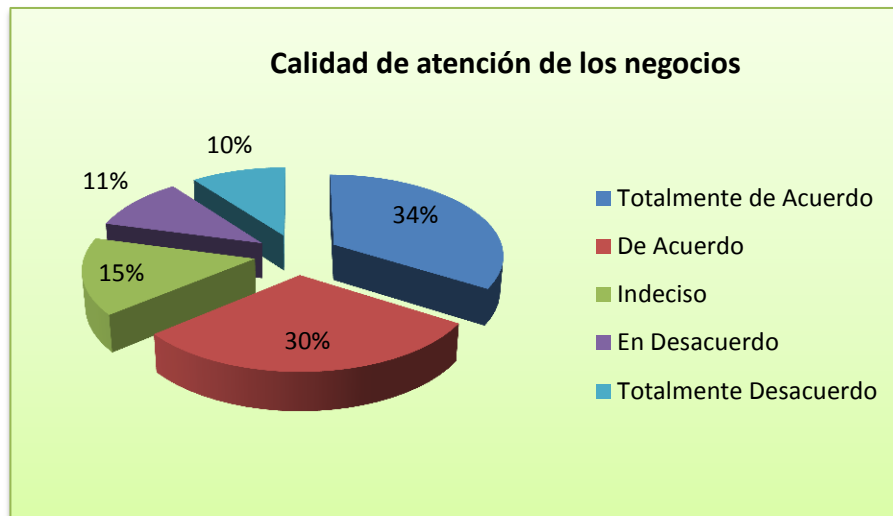
Cuadro 20. Calidad de atención de los negocios

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 96 | 34% |
| De Acuerdo | 85 | 30% |
| Indeciso | 43 | 15% |
| En Desacuerdo | 30 | 11% |
| Totalmente Desacuerdo | 29 | 10% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 14. Calidad de atención de los negocios



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

La calidad de atención del cliente es muy importante para la capacitación de clientes en un negocio emprendedor lo que genera una oportunidad de emprendimiento en el mercado, según la encuesta el 34% está totalmente de acuerdo que la baja calidad de atención al cliente demostrada en los negocios locales se debe a la percepción de que Naranjito no es un cantón de oportunidades para el emprendimiento lo que conlleva establecer estrategias comerciales de mercadeo para inversión local, mientras el 30% de acuerdo con la problemática, 15% está indeciso, 11% está en desacuerdo, y el 10% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 11

¿Piensa Ud., que con la persistencia y las ganas de sacar adelante un negocio bastaría para mantenerlo y permanecer durante mucho tiempo en el mercado?

Objetivo:

La finalidad de plantear esta pregunta es demostrar que con la persistencia y las ganas de sacar adelante un negocio bastaría para mantenerlo y permanecer durante mucho tiempo en el mercado.

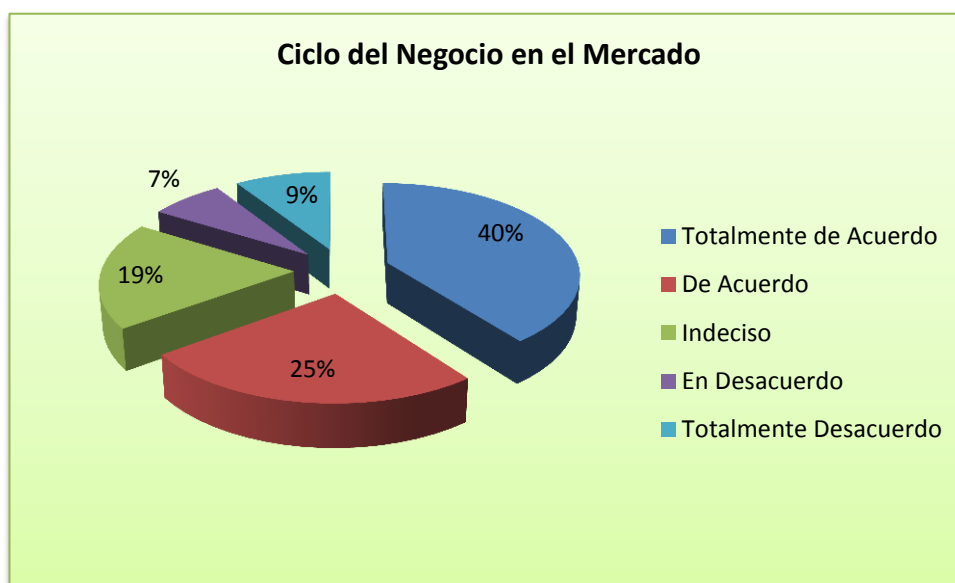
Cuadro 21. Ciclo del Negocio en el Mercado

| Alternativas | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|------------------------------|---------------------|---------------------|
| Totalmente de Acuerdo | 112 | 40% |
| De Acuerdo | 72 | 25% |
| Indeciso | 53 | 19% |
| En Desacuerdo | 20 | 7% |
| Totalmente Desacuerdo | 26 | 9% |
| TOTAL | 283 | 100% |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Grafico 15. Ciclo del Negocio en el Mercado



Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

Según la encuesta el 40% indica que está totalmente acuerdo que con la persistencia y las ganas de sacar adelante un negocio bastarían para mantenerlo y permanecer durante mucho tiempo en el mercado mientras el 25% está de acuerdo, el 19% está indeciso, el 7% está en desacuerdo y el 9% está totalmente desacuerdo.

4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Cuadro 22. Análisis de correlación pregunta 1 y 5

| PREGUNTA 1 Y 5 | | Considera Ud. Que los negocios actuales del Cantón Naranjito satisfacen las necesidades de la comunidad y realizan actividades para atraer a sus clientes? | | | | | |
|--|--------------|--|------------|----------|---------------|-----------------------|-------|
| | | TOTALMENTE DE ACUERDO | DE ACUERDO | INDECISO | EN DESACUERDO | TOTALMENTE DESACUERDO | Total |
| Considera Ud. Que las pocas de innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio afectan a la creación de nuevos diseños y desarrollo de los productos y/o servicios para la satisfacción de los clientes. | SIEMPRE | 47 | 59 | 15 | 17 | 17 | 155 |
| | CASI SIEMPRE | 18 | 38 | 4 | 8 | 7 | 75 |
| | MUCHAS VECES | 11 | 13 | 2 | 5 | 7 | 38 |
| | POCAS VECES | 4 | 4 | 4 | 0 | 1 | 13 |
| | NUNCA | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| | Total | 82 | 114 | 25 | 30 | 32 | 283 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación

En el siguiente cuadro muestra la correlación de la pregunta 1 y 5 de la encuesta que 59 personas indican que están de acuerdo y siempre satisfacen las necesidades de los clientes y también que afecta la falta de innovación en la mejoras de los servicios y desarrollo de los productos para la satisfacción de los clientes; luego teniendo a 47 personas totalmente de acuerdo y siempre se visualiza la innovación de los servicios como la satisfacción a los clientes.

Cuadro 23. Análisis de correlación pregunta 7 y 8

| PREGUNTA 7 Y 8 | | Considera Ud. ¿Que la presencia de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito se debe al alto número de emprendimientos surgidos por necesidad? | | | | | |
|---|-----------------------------|--|------------|-----------|---------------|-----------------------|------------|
| | | TOTALMENTE DE ACUERDO | DE ACUERDO | INDECISO | EN DESACUERDO | TOTALMENTE DESACUERDO | Total |
| ¿Cuáles de las siguientes alternativas cree Ud. Incide en mayor medida a que exista un alto número de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito? | INEFICIENCIA OPERATIVA | 46 | 29 | 6 | 7 | 4 | 92 |
| | INEFICIENCIA ADMINISTRATIVA | 31 | 18 | 6 | 5 | 1 | 61 |
| | INEFICIENCIA FINANCIERA | 62 | 47 | 13 | 6 | 2 | 130 |
| | Total | 139 | 94 | 25 | 18 | 7 | 283 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación:

El siguiente cuadro observamos la correlación de la pregunta 7 y 8 lo que muestra que 49 personas encuestadas están totalmente de acuerdo que existe negocios con ineficiencias financieras lo que provoca una existencia mayor del alto número de emprendedores por necesidad.

Cuadro 24. Análisis de correlación pregunta 3 y 6

| Correlación entre la pregunta 3 y 6 | | ¿Considera Ud. que la poca innovación en los servicios y productos de los negocios incide en el emprendimiento de los mismos? | | | | | |
|---|---------------------------------|---|------------|----------|---------------|--------------------------|-------|
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo | Total |
| ¿Cree Ud. que la inestabilidad para mantener un negocio durante mucho tiempo en el mercado se debe a la incapacidad que han demostrado los emprendedores para evolucionar y proyectarse competitivamente en este mercado? | Totalmente de acuerdo | 88 | 39 | 7 | 15 | 1 | 150 |
| | De acuerdo | 47 | 15 | 9 | 4 | 0 | 75 |
| | Indeciso | 9 | 4 | 1 | 0 | 1 | 15 |
| | En desacuerdo | 17 | 9 | 3 | 4 | 0 | 33 |
| | Totalmente en desacuerdo | 5 | 3 | 2 | 0 | 0 | 10 |
| | Total | 166 | 70 | 22 | 23 | 2 | 283 |

Fuente: Encuesta

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

Interpretación:

En el siguiente cuadro de correlación muestra que 88 personas de las encuestadas están totalmente de acuerdo que la poca innovación de servicios y productos incide en el emprendimiento del mismo y que existe una inestabilidad para mantener un negocio durante un largo periodo.

4.3 RESULTADOS

De acuerdo a la encuesta realizada a la ciudadanía del Cantón Naranjito el 47% del encuestado estuvo totalmente de acuerdo, se pudo comprobar que el alto número de emprendedores por necesidad si incide en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito.

También se comprueba que el mercado de este Cantón genera desconfianza para emprender nuevos negocios, además que la innovación es fundamental para el emprendimiento de un negocio ayudando a la formación de un mercado mucho más dinámico y variado para satisfacción de los consumidores locales, y que permaneciendo la poca percepción de oportunidades de emprendimiento en el mercado aumentara la creación de negocios con bajo perfil de valor agregado en el Cantón Naranjito

4.4 VERIFICACION DE LA HIPOTESIS

Cuadro 26. Verificación de la Hipótesis

| HIPOTESIS | VERIFICACION |
|--|--|
| Hipótesis General | VERIFICACION |
| El alto número de emprendedores por necesidad incide en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito | De acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta No. 7, se pudo comprobar que el alto número de emprendedores por necesidad si incide en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito, en un 47 % del encuestado estuvo totalmente de acuerdo. |
| Hipótesis Particular 1 | VERIFICACION |
| Persistiendo la baja dinámica en el mercado del Cantón Naranjito estará generando desconfianza para emprender nuevos negocios locales. | De acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta No. 2 se pudo comprobar que el mercado de este Cantón genera desconfianza para emprender nuevos negocios. |
| Hipótesis Particular 2 | VERIFICACION |
| Insertando nuevas ideas de innovación de negocios para los emprendedores asentados en el cantón Naranjito ayudará a la formación de un mercado mucho más dinámico y variado para satisfacción de los consumidores locales. | De acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta No. 5 y 3 se comprueba que la innovación es fundamental para el emprendimiento de un negocio ayudando a la formación de un mercado mucho más dinámico y variado para satisfacción de los consumidores locales. |
| Hipótesis Particular 3 | VERIFICACION |
| Persistiendo la ineficiencia en los emprendedores del cantón Naranjito para lograr evolucionar y proyectarse | De acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta No. 6 se comprueba que Persistiendo la ineficiencia en los |

| | |
|---|---|
| competitivos en el mercado aumentará la inestabilidad operativa para mantener sus negocios durante mucho tiempo. | emprendedores del cantón Naranjito para lograr evolucionar y proyectarse competitivos en el mercado aumentará la inestabilidad operativa para mantener sus negocios durante mucho tiempo. |
| Hipótesis Particular 4 | VERIFICACION |
| Permaneciendo la poca percepción de oportunidades de emprendimiento en el mercado aumentara la creación de negocios con bajo perfil de valor agregado en el Cantón Naranjito. | De acuerdo a las respuestas obtenidas en la pregunta No. 8 y 7 se comprueba que permaneciendo la poca percepción de oportunidades de emprendimiento en el mercado aumentara la creación de negocios con bajo perfil de valor agregado en el Cantón Naranjito. |

Fuente: Encuesta y matriz del problema

Elaborado: Rodríguez Matute Juliana y Rojas Posligua Shamanta

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de los perfiles mínimos requeridos en los emprendedores de negocios del Cantón Naranjito para mejorar su imagen y atención al cliente para el año 2014.

5.2 FUNDAMENTACION

El emprendimiento tiene su inicio desde la prehistoria del ser humano, debido a que ha luchado por superarse a lo largo de su vida, realizando mejores formas de innovar para mejorar su calidad de vida, la de sus familia y de la comuna . El emprendimiento es natural en la humanidad que siempre ha estado presente en el ser humano, aunque que el emprendimiento no se ha desarrollado para todos los hombres.

El emprendimiento siempre ha estado vigente en el transcurso de la historia del ser humano, en los últimos años esta percepción se ha convertido de vital importancia en los negocios ante la necesidad de superar los crecientes problemas tanto económicos y financieros de las distintas sociedades del mundo de Hoy²³.

Es tan necesario el emprendimiento que ya hoy en la actualidad se habla de fomentar la cultura del emprendimiento en los negocios como una forma de pensar y actuar, orientada hacia la generación de ganancias, a través de las oportunidades, teniendo una visión global y un liderazgo equilibrado, con la finalidad de generar valor que contribuya a los emprendedores, los negocios y la sociedad general

²³SANCHIS PALACIO, Joan Ramón: *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*, pp. 45-48.

El emprendimiento es el conjunto de valores, ideologías, costumbres que comparte un grupo de personas, que nacen en la interrelación social, generando modelos de comportamiento combinados y que establezca una identificación entre las personas que lo identifica y diferencia de otros grupos sociales.

En la actualidad la imagen en los negocios es fundamental para la captación de clientes y mucho más en las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Muchos de los negocios PYMES cometen un error en creer que construir una buena imagen es para las grandes empresas y compañías, porque cuentan con recursos y los presupuestos suficientes proyectar imagen. La mayoría de los emprendedores piensan que para disponer de una buena imagen hay que realizar una gran inversión económica.

Hoy en día donde el mercado es cada vez más competitivo, disponer con una buena imagen es crucial para la supervivencia de un negocio, en la cual deben comprender que la imagen que proyectan del negocio va a ser una de las mejores herramientas para captar clientes potenciales.

El principal objetivo de la imagen es proyectar su profesionalidad, transmitiendo confianza a los clientes directos con la finalidad de aumentar la competitividad, además hay que tomar en cuenta que ningún cliente va a depositar su confianza en un negocio si este no transmite lo que ellos esperan.

Según estudios recientes acerca del poder de compra revelaron que el 80% de las decisiones de compra de los clientes se basa primeramente en la imagen del negocio, concluyendo que la mayor parte del impacto que provoca una empresa es de forma visual, dependiendo de su apariencia o la forma de comportarse. El impacto que causamos a través de la imagen ayuda al negocio a potenciar las ventas, generando rentabilidad

Según la GEM en el 2012 menciona que 2 cada de 10 PYMES invierten en construir una imagen que les diferencie y les posicione en el mercado, las 8 restantes piensan que la imagen no influye en su éxito empresarial, analizando el resultado de este estudio se puede llegar a que independientemente del tamaño del negocio

5.3 JUSTIFICACIÓN

El emprendimiento es de vital importancia en los negocios para la mejora de competitividad, así como también dinamizar el mercado para la satisfacción de los clientes.

El Ecuador tiene un gran potencial emprendedor debido a las acciones en temas de productividad hechas por el gobierno central, y de los gobiernos autónomos, según estudios de la GEM-Espol (Global Entrepreneurship Monitor), el índice TEA (Actividad Emprendedora Temprana) del Ecuador en el 2012 fue el 26.6% una de las más altas que ha tenido el país en los últimos años, lo que muestra la tendencia de crecimiento de actividad empresariales en la creación de negocios.

Según este estudio un cuarto de la población total del país, planificaba el inicio de un negocio o era propietario de al menos un empresa joven, en el primer semestre del 2012, además la tasa de negocios nacientes en ese año fue de 16.7%, mientras que la de los negocios nuevos en el mercado fue de 11.7%, estos últimos se han mantenido en los últimos años, pero el de negocios nacientes a tenido un factor muy relevante de crecimiento que actualmente duplica esa tasa, evidenciando una etapa de gestión de negocios de una manera muy dinámica dentro del mercado.

Según el informe de la GEM en el 2012 el Ecuador lidera la actividad emprendedora temprana (TEA) por ende la etapa de eficiencia esta intermedia y sigue creciendo con lo que a sido una oportunidad de crecimiento sostenible de los negocios debido a las políticas implementadas por el actual régimen de gobierno.

Conociendo este contexto, el Cantón Naranjito es una ciudad con un notable crecimiento comercial y empresarial en los últimos años, teniendo un mercado con negocios jóvenes que presentan falencias en emprendimiento e innovación de los servicios y productos que ofrecen al consumidor, perdiendo competitividad y clientes dentro del mercado. Además hay que tomar en cuenta que según datos de la GEM-ESPOL, es que en los cantones de la Provincia del guayas tiene un comportamiento de emprender por necesidad, comparando datos obtenidos de la GEM 2008 hasta el 2012, confirmo que la mayor parte de los negocios nacientes surgen de emprendimiento por necesidad.

Teniendo encuesta estos análisis por esta entidad, establecemos un perfil de emprendimiento acorde a cada tipo de negocio, para el mejoramiento de lo ser vicio y productos, creando una cultura de emprendimiento para beneficios de los ciudadanos del Cantón.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general

Diseñar los perfiles de emprendedor de los tipos de negocio, mediante una metodología de planes de negocios con la finalidad de mejorar la competitividad de estos en el mercado, en el cantón Naranjito.

5.4.2 Objetivo especifico

- Establecer los insumos necesarios para el mejoramiento del negocio acorde a su finalidad.
- Desarrollar el Perfil General para la innovación de cada tipo de Negocio
- Proponer el perfil de emprendimiento adecuado por negocios
- Proponer una mezcla de colores adecuados para el posicionamiento y mejoramiento del confort del cliente al visitar este tipo de negocios
- Proponer un plan de adopción de esta propuesta de innovación para emprendedores en el cantón Naranjito
- Establecer el nivel de inversión promedio que tendrían que realizar para mejorar la presentación e imagen en los negocios escogidos para el análisis

5.5 UBICACIÓN

Este estudio se lo realizara a los negocios más importantes del Cantón Naranjito, tales como: Panaderías, restaurantes, Cyber, cabinas telefónicas, ventas de ropa.

Figura 1. Ubicación de los negocios en el Cantón Naranjito



5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Analizando la actividad empresarial de los negocios actuales en el Cantón Naranjito se puede concluir que existen más negocios por necesidad, lo que muchas veces conlleva al cierre definitivo de los mismos en poco tiempo, esto causado por las fallencias al momento de plasmar una idea de emprendimiento

Este proyecto es factible por que los negocios lo acogerán de una práctica y sencilla de aplicar, además con el desarrollo de los perfiles de emprendimiento se pretende llegar a concientizar la importancia de emprender e innovar en el negocio con el fin de mejorar la competitividad y valor agregado a los productos o servicios que ofertan al mercado.

Además se trabajara conjuntamente con la cámara de comercio del Cantón Naranjito, este ejecutara mediante un cronograma estableciendo las actividades a realizar, mediante capacitaciones haciendo concientizar la importancia de emprender, de mejorar los productos y servicios, con el objetivo de seguir creciendo en el mercado en la que se encuentran.

Es también factible debido a que beneficiara la comunidad en general, porque tendrán mejores productos y servicios de acuerdo a los requerimientos de esto, y con esto aportando a la generación de empleo, mejorando la imagen de los negocios permitiéndoles crecer, y se aporta al crecimiento económico y social de este Cantón,

5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA

La propuesta consiste en elaborar el plan de emprendimiento de los negocios en el Cantón Naranjito, sugerimos que lo lleve a cabo la Cámara de Comercio, que realizara capacitación sobre el perfil de emprendimiento y la importancia de aplicarlo los negocios PYMES. Además consiste en capacitación y formación permanente de los administradores y dueños de negocios de pequeña y mediana dimensión (PYMES) pero que son el motor del comercio y los servicios porque su mejoramiento dependerá el crecimiento económico empresarial y mejoramiento de la calidad de los servicios y productos satisfaciendo al cliente.

Para enriquecer las cualidades de estos negocios se realizara capacitación, sugerimos que lo realice la cámara de comercio del Cantón debido a que esta entidad pública que cumple con funciones como prestar servicios de mejoramiento continuo a los negocios en materia de calidad e innovación, de organizar exposiciones y conferencias para el mejoramiento empresarial de los mismos, y de editar estudios o informes relacionados con los comportamientos productivos de todos los negocios del cantón, en imagen, competitividad, ventas, y de la productividad , además se sugiere que la Cámara de Comercio trabaje conjuntamente con entidades del gobierno tal como el Ministerio de Industrias y Productividad(MIPRO) junto con el programa FONDEPYME que tiene como objetivo contribuir a mejorar las condiciones y capacidades de las PYMES que son productoras de bienes o servicios de calidad, la escuela de negocio y emprendimiento ESPAE-Espol en la cual brinda asesoría de innovación e emprendimiento a las PYMES, Innova Ecuador que tiene como objetivo de promover las condiciones de innovación e emprendimiento para generar cambios que aumenten la productividad y mejoren la competitividad de los negocios .adema se sugiere trabajar con entidades financieras tales como el Banco Nacional del Fomento (BNF) que ofrece los créditos 555 para los negocios, Corporación Financiera Nacional(CFN), Cooperativa 29 de Octubre, Credife del Banco del Pichincha. Y Cooperativa Alianza del Valley.

Este propuesta se lo hará en el Cantón mediante exposiciones tanto prácticas como teórica con el fin de aplicar estrategias y herramientas tanto en la calidad de servicio,

imagen del negocio, como de gestión administrativa llegando a tener negocios más competitivos en la cual se lo realizará a cabo cada 4 meses dependiendo de la disponibilidad de los participantes, además dentro de la capacitación se promoverá la cultura del emprendimiento y la importancia de innovar, así mismo se dictara charlas acerca de las entidades financieras que dan crédito para el mejoramiento de los negocios, además de acceder asesorías acerca de Imagen de negocios, calidad de servicio, y sobre la gestión administrativa.

La propuesta contiene el diseño de los perfiles mínimos requeridos en los emprendedores de negocios del Cantón Naranjito para mejorar su imagen y atención al cliente, en la cual primero tenemos la situación actual de los negocios, luego detallamos los perfiles adecuado a los mismos, que contiene la demanda del servicio, imagen requerida, requerimientos de materiales, el perfil general de innovación, herramientas de publicidad, plan de mejoras, perfil del administrador y los costos, además de plan de adopción de la entidad encargada para esta propuesta. Esta propuesta estará planificada para dos años, primero se realizara una reunión a los administradores de los negocios que participaran de este proyecto, donde se presentara las temáticas a implantar, y del seguimiento que se les dará a medida que transcurra el tiempo, para luego dar inicio a la implementación, donde se les dará a conocer la situación actual del negocio, y de las mejoras que deberán realizar para poder mejorar la imagen y competitividad en el negocio.

Para que esta propuesta tenga éxito además de contar con la dirección de la Cámara de Comercio, debe estar el Municipio del Cantón, que conjuntamente con las entidades de gobierno, se podrán cumplir con el objetivo trazado en mejorar la imagen productividad de los negocios y así aportando al desarrollo empresarial económico del Cantón Naranjito.

5.7.1 Actividades

Los perfiles de negocios que se desarrollaran en este estudio son los negocios más sobresalientes del Cantón naranjito tales como las panaderías, heladerías, Cyber , cabinas telefónicas y restaurantes dado que los mismos significan la mayor cantidad de establecimientos en el cantón y que si se orienta la innovación y la creatividad

para ellos, entonces con la finalidad que se forme una cultura de buen servicio y de preocupación permanente por mantener una buena imagen y la aceptación de los clientes

Este estudio se los aplico a los negocios del Cantón tales como a las heladerías, restaurantes, venta de ropa, Cyber, panaderías, y cabinas telefónicas, además se maneja de acuerdo a las características del negocio, motivándolos con asesoramiento personalizado, en la aplicación adecuada de las estrategias y herramientas que se utilizaran en el mejoramiento de la imagen del negocio, y además de cómo acceder a créditos por parte de las instituciones financieras públicas como el Banco Nacional del Fomento y la Corporación Nacional Financiera.

Después de las capacitación a los negocios, se le realizara seguimientos que estará a cargo del persona de la Cámara de Comercio, que cumpla con las siguientes características que tenga conocimientos acerca de la imagen y publicidad del negocio, y calidad de servicio, además de pedir a los administradores de los negocios reportes e informes de la inversión, del nivel de ventas del producto y servicio del que está ofertando.

Además se ha propuesto con detalle los gastos de capacitación, de materiales que se emplearan y cuanto costaran las dos exposiciones de administradores exitosos de PYMES.

También se detalla las instituciones que brindaran charlas acerca de créditos, y de mejoramiento de los negocios, inversión, que pasos a seguir. Y considerando el estudio socio-económico para identificar la percepción de las personas ante el cambio de imagen de un local

A continuación se revisarán de cada uno de los perfiles generalmente aceptados en muchas localidades de otros cantones así como serán las aspiraciones dentro del Cantón como negocios de buena imagen e innovación hacia el cliente.

El siguiente cuadro muestra la situación actual de los perfiles de los comerciantes emprendedores del Cantón Naranjito

Cuadro 27. Análisis de los negocios del Cantón Naranjito

| COLECTIVO ESTUDIADO | PRESENCIA DE COMPETENCIAS | RECURSOS DISPONIBLES | DEFICIENCIA DE RECURSOS | OPORTUNIDAD DE INNOVACIÓN | |
|---------------------------------------|--|---|---|--|--|
| Grupo de vendedores de Comidas Rápida | Habilidad para cocción Agilidad en pelar la papa. | Cocinas Industriales Cocinas Domésticas Picadora de papa Picadora manual Tanque de gas Instalación eléctrica | Mesas y sillas Carpas Sistema de lavado Local con conexión eléctrica | Arrendamiento de local céntrico | Utilización de colores adecuados Publicidad adecuada |
| Grupo de Comedores y restaurantes | Habilidad para la cocción Atención al cliente. Variedades de platos típicos. | Cocinas industriales Tanque de gas Instalación eléctrica Refrigeradora Congeladores | Mesas y sillas. Local pequeño. | Incorporación de recursos tecnológicos para la elaboración de pan Plan de capacitación del administrador en la atención al cliente Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente. | Publicidad adecuada. Ofrecer comidas saludables. Ofertamiento de servicios alternativos al cliente. Selección del personal acorde a las características del lugar de trabajo. |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| | | | | Controles de calidad internos en el negocio en los servicios prestados. | |
| Grupo de Vendedores de ropa informales | Habilidad para atender al cliente. Diferentes estilos de prendas de vestir. | Energía eléctrica. Puestos en la Bahías. | Vitrinas. Instalación eléctrica. Vestuarios. Local con conexión eléctrica. | Incorporación de recursos tecnológicos para la elaboración de pan Plan de capacitación del administrador en la atención al cliente Implantación de un . Selección del personal acorde a las características del lugar de trabajo. | Arrendamiento de local amplio en un adecuado lugar. Una publicidad adecuada. Indicador para medir el grado de satisfacción del cliente. Controles de calidad internos en el negocio en los servicios prestados Ofertamiento de servicios alternativos al cliente. |
| Grupo de Heladerías | Destreza para vender helado. Agilidad para servirlos. Diferentes sabores de helados | Local. Instalación eléctrica. Congeladores. Proveedor. | Mesas y sillas. Local amplio. | Incorporación de recursos tecnológicos para la elaboración de pan Plan de | Arrendar local en zona céntrica. Ampliar el local. Controles de calidad |

| | | | | | |
|----------------------------|--|--|--|--|---|
| | | | | <p>capacitación del administrador en la atención al cliente</p> <p>Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente.</p> | <p>internos en el negocio en los servicios prestados.</p> <p>Ofertamiento de servicios alternativos al cliente.</p> <p>Selección del personal acorde a las características del lugar de trabajo.</p> |
| <p>Grupo de Panaderías</p> | <p>Destreza para la elaboración de panes.</p> <p>Agilidad para servirlos.</p> <p>Diferentes variedades de pan de sal y dulce</p> | <p>Charolas</p> <p>Horno</p> <p>Mostrador</p> <p>Vitrina</p> | <p>Tablero de publicidad</p> <p>Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecida</p> <p>Batidoras planetarias</p> <p>Mostrador rotativo</p> <p>Muebles de panadería</p> <p>Carros lateros</p> <p>Bragueteras de aluminio</p> | <p>Revista mensual</p> <p>Decoración interna y externa del lugar</p> | <p>Ampliar el local</p> <p>Arrendar local</p> <p>Más vitrinas e insumos para la elaboración del pan.</p> <p>Controles de calidad internos en el negocio en los servicios prestados.</p> <p>Ofertamiento de servicios alternativos al cliente.</p> <p>Selección del personal acorde a las características del lugar de</p> |

| | | | | | |
|---------------------|--|---|--|--|---|
| | | | | | trabajo. |
| Cabinas Telefónicas | Eficiente servicio telefónico. | 2 cabinas 2 visualizador RCP. 2 teléfonos | Visores RCP Teléfono Panasonic TS 500 Estructura de aluminio | Incorporación de recursos tecnológicos para la elaboración de pan Plan de capacitación del administrador en la atención al cliente Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente. | Ampliar el local Arrendar local Mas teléfonos Controles de calidad internos en el negocio en los servicios prestados. Ofertamiento de servicios alternativos al cliente. Selección del personal acorde a las características del lugar de trabajo. |
| Cyber | Servicio de internet rápido. Equipos adecuados Área limitada | Computadoras Internet Mobiliario | Modulares Computadoras de Escritorios Auriculares Cámara de Videos Parlantes | Incorporación de recursos tecnológicos para la elaboración de pan Plan de capacitación del administrador en la atención al cliente Implantación de un | Ampliar el local Arrendar local Mas computadoras Controles de calidad internos en el negocio en los servicios prestados. Ofertamiento de servicios alternativos al cliente. Selección del |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|
| | | | | indicador para medir el grado de satisfacción del cliente. | personal acorde a las características del lugar de trabajo. |
|--|--|--|--|--|---|

PERFIL GENERAL SUGERIDO PARA PANADERIAS



Descripción

Las panaderías están ubicada en la zona cabecera de la Ciudad de Naranjito y son negocios de vital importancia para los ciudadanos, debido a que ofertan un producto de calidad y de buen precio siendo primera mano en los hogares margariteña, laborando desde la 6:00 am hasta las 7:00 pm ofreciendo panes de sal por la mañana y panes de dulce por las tardes.

Actualmente en el Cantón existen un crecimiento económico muy sostenido y rentable, esto ha generado que las panaderías ya establecidas se han desarrollados empresarialmente, y muchas nuevas han entrado al mercado, como es natural en nuestro medio, también han surgido muchos negocios informales, por la cual también forma parte del boom del crecimiento.

Pero la situación actual de estos negocios que elaboran pan, no han sido muy productivas debido a contar con recursos limitados y despreocupación del administrador por emprender nuevas estrategias que ayuden a crecer la imagen y la competitividad del negocio. Sin embargo para el crecimiento empresarial de estos negocios se ve ligada con la capacitación continua además de una adecuada planificación administrativa y del Marketing.

Demanda de este servicio en el sector

La demanda es muy alta en este tipo de negocios porque ellos elaboran un producto de primera necesidad, teniendo clientes jóvenes y adultos por lo general este negocio generan más ingresos por las mañanas y en las tardes elaborando un producto variado. Estos negocios ofertan panes de sal y de dulce entre las cuales enrollado, caracoles, palanqueta, cachitos, empanada de queso, budín entre otros, En estos negocios, lo clientes compran de 5 a 10 panes diarios, dando 30 a 50 panes por persona, además el servicio lo consumen también los restaurantes que ofrecen ceviches, y encebollado, así como también los restaurantes que ofrecen desayunos.

Imagen requerida en este tipo de negocio



Requisitos materiales para la instalación de este negocio

- ✓ Mostrador panorámico (merchandising)
- ✓ Buena iluminación de acuerdo al color de fondo del local (Blanco, Gris, Turquesa, marfil, melón).
- ✓ Mandil entre los trabajadores con un color blanco

- ✓ Tablero de publicidad
- ✓ Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecida
- ✓ Batidoras planetarias
- ✓ Mostrador rotativo
- ✓ Muebles de panadería
- ✓ Carros lateros
- ✓ Bragueteras de aluminio

Perfil General para la innovación de este Negocio

Para este negocio el perfil de innovación de este tipo de negocio es:

- ✓ Realizar publicidad mediante hojas de volantes y tarjetas de presentación, la hoja volantes deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, tipos de producto que se ofertan, dirección números de teléfono
- ✓ Realizar promociones con descuento en las fiestas de navidad, y en ferias.
- ✓ Anuncio en guías informativas mediante páginas web y redes sociales, deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, tipos de producto que se ofertan, dirección números de teléfono, además fotos de local, y del producto hecho.
- ✓ Mejorar la calidad de servicio y ofrecer variedades del producto, con respecto a la calidad producir panes mejor elaborado, con variedades actuales, en el servicio de atención al cliente, atenderlo de una manera rápida brindándole un servicio adecuado,
- ✓ Mejorar la publicidad e imagen del negocio, incorporando una valla publicitaria, mostrador de los panes con sus respectivos precios, iluminación adecuada de acuerdo al fondo del local.

Herramientas de publicidad

- ✓ Televisión y radio local
- ✓ Revista publicitaria semestral que contenga:
 1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
 2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
 3. Precios de los panes

4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
5. Promociones y descuento
6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
7. Horarios de atención.

Plan de Mejora para de negocios de panaderías instalados actualmente en el cantón Naranjito

El plan de mejora de negocios de panadería se lo realizara de acuerdo al análisis de la situación actual de estos negocios este se lo implementara dependiendo del negocio, debido a que no todos cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir, en la capacitación por parte de la cámara de comercio se detallara las identidad financieras tanto públicas como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional Financiera (CNF) como privadas como Banco del Pichincha que brindan créditos para negocios PYMES, de acuerdo a lo anterior estos negocios deberán mejorar en:

- a. Incorporar de nuevos equipos y materiales para la elaboración de panes tales como: Batidoras planetarias, Mostrador rotativo, Muebles de panadería Carros lateros, Bragueteras de aluminio, con el fin de mejorar el diseño y calidad del pan y así como también su presentación hacia el cliente.
- b. Establecer un cronograma de capacitación del administrador y el personal por lo menos dos veces al año en temáticas como servicio de atención al cliente y gestión empresarial, para mejorar el servicio así el cliente salga satisfecho por el trato recibido y de tener un buen manejo administrativo
- c. Implantar un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente, empleando la técnica de la encuesta, en la cual indique las sugerencias y recomendaciones del servicio
- d. Implantar controles de calidad internos en la producción y elaboración de panes en los negocios para tener calidad y diseños de panes acorde al gusto del cliente

- e. Ofertar servicios alternativos al cliente. tales como jugos, naturales, así como la elaboración de cake por la tardes, para así brindar más para así cumplir con las expectativas y requerimientos de los clientes
- f. Análisis del personal con la que cuenta y luego decidir si seleccionar nuevo personal acorde a las características y requerimientos del lugar de trabajo, tales como:
 - 1. Elaboración de panes
 - 2. Manejo de contabilidad,
 - 3. Trato de servicio de atención a los clientes.
- g. Cambiar la publicidad y la imagen del negocio por lo menos deberá contar con una:
 - 1. Valla publicitaria que contenga el nombre del negocio, la dirección número de teléfono y el slogan.
 - 2. Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local colores sugeridos son el Blanco, Gris, Turquesa, marfil y el melón.
 - 3. Mostrador panorámico para la observación del producto por parte del cliente, teniendo a cada producto su respectivo precio.
 - 4. Tablero de publicidad
- h. Desarrollar una revista publicitaria semestral que contenga:
 - ✓ La presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
 - ✓ Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
 - ✓ Precios de los panes
 - ✓ Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
 - ✓ Promociones y descuento
 - ✓ Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
 - ✓ Horarios de atención.

Perfil necesario de un administrador emprendedor en este tipo de negocios

Para este tipo de negocios adecuada perfil de emprendimiento y dentro de ellas se podrían destacar las siguientes:

Debe tener conocimiento de los gustos y requerimientos en el mercado, y acerca de la elaboración de pan y variedad de los mismos, debe estar comprometido con el negocio ser puntual en sus actividades diarias, dedicado a la administración de los negocios. Ser Cordial con los empleados y los clientes y que tenga la capacidad de trabajo. Carismático para el trato de los clientes, que se responsable en el cumplimiento de las actividades. Habilidad para crear un buen ambiente de trabajo Iniciativa personal. Creativo en emplear estrategias empresariales en el negocio y crear confianza en sus trabajadores además de tener conocimiento sobre la gestión del proceso administrativo, emprendedor e innovador en ideas de negocios.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que se ofrezca además de panes de dulce y sal, lo cake además de servicios a domicilio.
- ✓ Cada cierto realice capacitaciones y asesoramiento en la elaboración de pan y que vallan acorde a los gustos del cliente.
- ✓ Se sugiere que estudie el mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer más productos con el fin de que estén satisfechos por el producto y los servicios brindados.
- ✓ Se recomienda tener asesoría profesional acerca de la infraestructura del negocio para optar con las nuevas tendencias para que se sientan a gusto los clientes.

Costos mínimos para mejorar las instalaciones en cada uno de estos negocios de panadería

Cuadro 28. Costos mínimos para mejorar la Panadería

| Recursos | Costos (Dólares) |
|--|-------------------------|
| Mostrador panorámico (merchandising) | \$ 90.00 |
| Iluminación | \$ 15.00 |
| Mandil entre los trabajadores con un color claro | \$ 15.00 |
| Tablero de publicidad | \$15.00 |
| Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecidas | \$ 25.00 |
| Batidoras planetarias | \$215 |
| Mostrador de vidrio curvo(con iluminación y ventilación) | \$ 650 |
| Muebles de panadería | \$ 250 |
| Carros lateros(carro porta bandejas) | \$ 100 |
| Bragueteras de aluminio(bandejas de aluminio) | \$15 |
| Total | \$ 1375 |

PERFIL GENERAL SUGERIDO PARA CABINAS TELEFONICAS



Descripción

Los negocios de cabinas telefónicas han tenido un crecimiento notable en los últimos años, debido a su facilidad de instalación y de poca inversión además es un servicio muy requerido por los ciudadanos por lo que permite comunicarse con amigos y familiares en otras ciudades del mundo, además de ser un factor importante para el crecimiento empresarial y de desarrollo de fuentes de empleo para el Cantón.

Estos negocios ofertan servicios de llamadas a nivel nacional e internacional en las diversas líneas telefónicas como claro y movistar, además el precio depende de la cantidad de minutos que ocupe el servicio, el horario de atención depende de un negocio a otro pero normalmente es de 8am de la mañana a 8 a 10 pm de la noche.

La mayoría de estos negocios cuenta con una infraestructura péquela, no cuenta con la debida seguridad en la parte eléctrica, además hay ciertos negocios que solo les funciona una sola cabina de telefonía, lo que genera que los negocios pierdan clientes y con el tiempo cierran el mercado.

Demanda de este servicio en el sector

La demanda es muy alta en este tipo de servicio, en la cual lo que más utilizan este servicio son los jóvenes y los adultos, debido a la comunicación rápida y menos

costo dependiendo del tiempo. Estos negocios son de vital importancia para la población, además que las personas acuden 2 a 3 veces por semana y en promedio diario concurren en promedio 50 personas diarias. Estos negocios ofrecen servicios de llamadas locales e internacionales además de servicios de recargas. El costo de la llamada es de 10 centavos por minuto esto a nivel de celulares y si es internacional de acuerdo al país.

Imagen del negocio



Requisitos materiales para la instalación de estos tipos de negocios

Buena iluminación (colores sugeridos) de acuerdo al color Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local (Blanco, Gris, marfil, melón, verde claro).

- Área climatizada
- Sala de espera acondicionada para los ciudadanos.
- Equipos de ventilación
- Tablero de publicidad
- Listado de los servicios con sus respectivos precios

- Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecidas
- Visores RCP
- Teléfono Panasonic TS 500
- Estructura de aluminio

Perfil General para la innovación de este Negocio

Para este negocio el perfil de innovación de este tipo de negocio es:

- Realizar publicidad mediante hojas de volantes y tarjetas de presentación, la hoja volantes deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios ofertan, dirección números de teléfono
- Anuncio en guías informativas mediante páginas web y redes sociales, deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios que se ofertan, dirección números de teléfono, además fotos de local, y del producto hecho.
- Mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente y atenderlo de una manera rápida brindándole un servicio adecuado,
- Mejorar la publicidad e imagen del negocio, incorporando una valla publicitaria, mostrador de los panes con sus respectivos precios, iluminación adecuada de acuerdo al fondo del local.
- Establecer precios de acuerdo al número de horas

Herramientas de publicidad

- ✓ Televisión y radio local
- ✓ Revista publicitaria semestral que contenga:
 1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
 2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
 3. Precios de los panes
 4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
 5. Promociones y descuento
 6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
 7. Horarios de atención.

Plan de Mejora para de negocios de cabinas telefónicas instalados actualmente en el cantón Naranjito

El plan de mejora de negocios de cabinas telefónicas se lo realizara de acuerdo al análisis de la situación actual de estos negocios este se lo implementara dependiendo del negocio, debido a que no todos cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir, en la capacitación por parte de la cámara de comercio se detallara las identidad financieras tanto públicas como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional Financiera (CNF) como privadas como Banco del Pichincha que brindan créditos para negocios PYMES, de acuerdo a lo anterior estos negocios deberán mejorar en:

- a. Incorporar equipos y recursos para el mejoramiento del local tales como:
 1. Área climatizada
 2. Sala de espera acondicionada para los ciudadanos.
 3. Equipos de ventilación
 4. Visores RCP
 5. Teléfono Panasonic TS 500
 6. Estructura de aluminio
- b. Establecer un plan de capacitación semestral para el administrador en la temática de calidad de atención al cliente
- c. Implantar de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente mediante una encuesta, además que indique las sugerencias y recomendaciones
- d. Manejo de quejas y reclamaciones.
- e. Ofertar servicios alternativos al cliente como venta de artículos como pendrive, cámaras web, auriculares, tarjetas de memorias gráficas.
- f. Análisis del personal y decidir si seleccionar del personal acorde a las características del lugar de trabajo como conocimientos de computación, que tenga facilidad de palabras,
- g. Mejorar la imagen y publicidad del negocio en la cual deberá constar:
 1. Valla publicitaria que contenga el nombre del negocio, la dirección número de teléfono y el slogan.

2. Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local colores sugeridos son el Blanco, Gris, marfil y el melón, verde claro.
3. Mostrador panorámico para la observación del producto por parte del cliente, teniendo a cada producto su respectivo precio.
4. Tablero de publicidad.

h. desarrollar una revista publicitaria semestral que contenga:

1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
3. Precios de los panes
4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
5. Promociones y descuento
6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
7. Horarios de atención.

Perfil necesario de un administrador emprendedor en este tipo de negocios

Las capacidades emprendedoras que debe contar el administrador de este tipo de negocio:

Tener conocimiento de manejo de herramientas informáticas o de las diversas herramientas e infraestructura tecnológica de una cabina telefónica.

Ser respetuoso y cordial con los clientes y personal de trabajo, logrando así la facilidad de palabras del personal al cliente o viceversa.

Seguridad personal en las actividades a emprender en el negocio; brindando confianza, amabilidad y carisma a los trabajadores, el cual ellos puedan cumplir bien sus funciones con puntualidad dentro del negocio.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que la imagen del negocio este de acuerdo a las líneas telefónicas que está ofreciendo.

- ✓ Para ganar visión de oportunidades es detectar los problemas del negocio y convertirlos en puntos a favor hará la mejora con el propósito de mejorarla imagen del negocio y su competitividad.
- ✓ Se recomienda que cada 2 años se actualice el perfil de negocios, ya que a medida que avanza la tecnología, cambian los dispositivos.
- ✓ Se sugiere que estudie el mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer más productos con el fin de que estén satisfechos por el producto y los servicios brindados.
- ✓ Se recomienda tener asesoría profesional acerca de la infraestructura del negocio para optar con las nuevas tendencias para que se sientan a gusto los clientes.
- ✓ Además se sugiere que se de mantenimiento cada 2 meses a la cabinas telefónicas

Costos mínimos para mejorar las instalaciones en cada uno de estos negocios de cabinas telefónicas

Cuadro 30. Costos mínimos para mejorar la cabina telefónica

| Recursos | Costos (Dólares) |
|---|-------------------------|
| Estructura de aluminio (4 teléfonos) | \$ 600.00 |
| Teléfono Panasonic TS 500 | \$ 20.00 |
| Visores RCP | \$15.00 |
| Iluminación | \$ 15.00 |
| Mandil entre los trabajadores con un color claro | \$ 15.00 |
| Área climatizada | \$ 50.00 |
| Tablero de publicidad | \$15.00 |
| Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecidas | \$ 15.00 |
| Instalación de 3 cabinas telefónicas con ventilación | \$ 600 |
| TOTAL | \$1.345 |

PERFIL GENERAL SUGERIDO PARA CYBER



Descripción

Los negocios de Cyber, ofertan servicios de navegación de internet, mensajería, correos, redes sociales, además de que realizan trabajos investigativos, tesinas y muchas veces hasta tesis, en algunos negocios realizan trasmites del seguro social, prestamos al IESS, todo esto vía online, normalmente atienden desde las 8 am de la mañana hasta las 9 pm de la noche. El precio del uso del internet varia de un negocio a otro, aproximadamente es de \$ 0.85 centavos de dólar a \$ 1.00 dólar.

La situación actual de estos negocios, tiene muy pocas máquinas de escritorio, que no abastece para los usuarios que acuden a estos sitios, además la navegación de internet es lenta generando malestar en los clientes llegando a causar pérdidas de clientes. Muchos de estos negocios no cuenta con la seguridad en las conexiones eléctricas por lo que muchas veces los clientes no tiene las seguridad debida por cualquier situación a ocurrir.

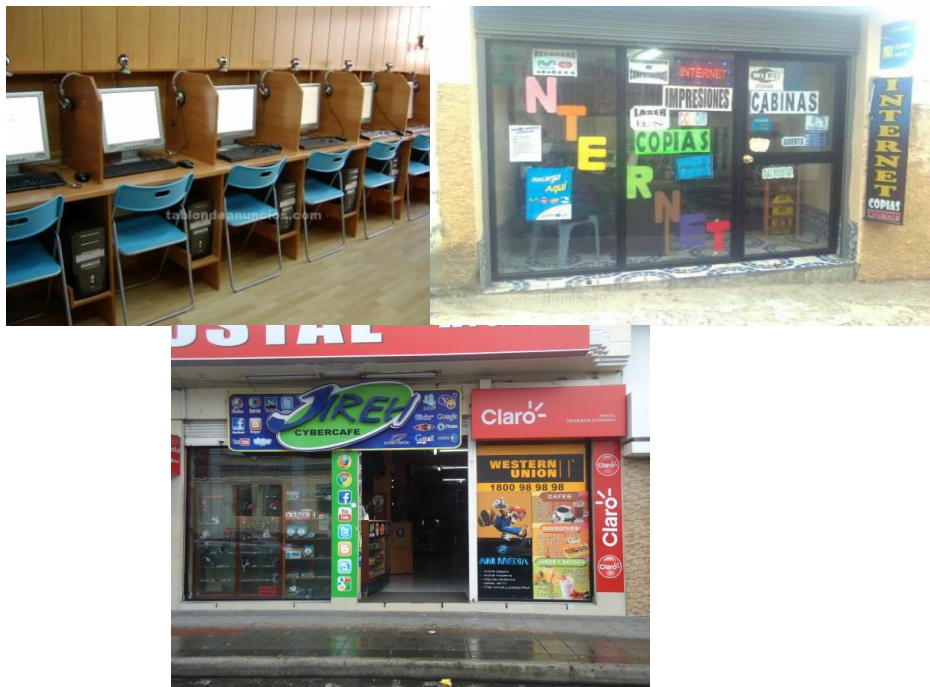
Siendo necesario el desarrollo de un perfil de emprendimiento de negocios con la finalidad de mejorar la imagen y competitividad de los negocios.

Demanda de este tipo de servicio en el sector

Este servicio es muy requerido por los estudiantes, debido a las múltiples tareas y conexión en las redes sociales, así como también para el uso de los adultos en asuntos de trabajo salud y económico.

Estos negocios ofertan servicios a redes sociales, correos, así como también trámites para el seguro, trabajos escolares además ofrecen servicios de navegación internet de acuerdo al tiempo que se lo solicitan, teniendo una demanda diaria de 120 personas, teniendo en cuenta que una persona concurren por lo menos 2 veces al día, la mayor parte de la población tiene acceso a este servicio, muchos de los barrios marginales del Cantón no cuentan con un acceso de navegación internet.

Imagen requerida para mejorar este tipo de negocios en el sector



Requisitos materiales para la instalación de este negocio

- ✓ Buena iluminación (colores sugeridos) de acuerdo al color Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local (Blanco, Gris, Turquesa, marfil, melón).
- ✓ Área climatizada
- ✓ Sala de espera acondicionada para los clientes.
- ✓ Equipos de ventilación
- ✓ Tablero de publicidad

- ✓ Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecidas
- ✓ Modulares
- ✓ Computadoras de Escritorios
- ✓ Auriculares
- ✓ Cámara de Videos
- ✓ Parlantes

Perfil General para la innovación de este Negocio

- Realizar publicidad mediante hojas de volantes y tarjetas de presentación, la hoja volantes deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios ofertan, dirección números de teléfono
- Anuncio en guías informativas mediante páginas web y redes sociales, deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios que se ofertan, dirección números de teléfono, además fotos de local, y del producto hecho.
- Mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente y atenderlo de una manera rápida brindándole un servicio adecuado,
- Mejorar la publicidad e imagen del negocio, incorporando una valla publicitaria, mostrador de los panes con sus respectivos precios, iluminación adecuada de acuerdo al fondo del local.

Herramientas de publicidad

- ✓ Televisión y radio local
- ✓ Revista publicitaria mensual que contenga:
 - a. Presentación del negocios
 - b. Variedades del servicio
 - c. Precios
 - d. Imagen
 - e. Promociones y descuento
 - f. Sección de sugerencias
 - g. Horarios de atención

Plan de Mejora para negocios de Cyber instalados actualmente en el cantón Naranjito

El plan de mejora de negocios de Cyber se lo realizara de acuerdo al análisis de la situación actual de estos negocios este se lo implementara dependiendo del negocio, debido a que no todos cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir, en la capacitación por parte de la cámara de comercio se detallara las identidad financieras tanto públicas como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional Financiera (CNF) como privadas como Banco del Pichincha que brindan créditos para negocios PYMES, de acuerdo a lo anterior estos negocios deberán mejorar en:

- ✓ Realizar incorporación de equipos y productos para mejoramiento de la imagen del negocio y calidad del servicio.
 1. Modulares
 2. Computadoras de Escritorios
 3. Auriculares
 4. Cámara de Videos
 5. Parlantes
 6. Área climatizada
 7. Sala de espera acondicionada para los clientes.
 8. Equipos de ventilación
- ✓ Establecer un plan de capacitación del administrador y del personal por lo menos dos veces al año en temáticas en la atención al cliente y servicios telefónicos.
- ✓ Hacer un estudio para el ampliamiento de la infraestructura del local
- ✓ Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente
- ✓ Manejo de las quejas y reclamaciones.
- ✓ Ofertamiento de servicios alternativos al cliente como paquetes de internet por varias horas.
- ✓ Selección del personal acorde al servicio que tenga la siguientes características:
 1. Conocimiento de computación
 2. Amable
 3. Puntual al trabajo

4. Sea activo en el trabajo
- ✓ Mejorar la imagen del negocio para captar más clientes deberá constar:
 1. Valla publicitaria que contenga el nombre del negocio, la dirección número de teléfono y el slogan.
 2. Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local colores sugeridos son el Blanco, Gris, marfil y el melón, verde claro.
 3. Mostrador panorámico para la observación del producto por parte del cliente, teniendo a cada producto su respectivo precio.
 4. Tablero de publicidad.
 - ✓ Implementar una revista publicitaria semestral que contenga:
 1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
 2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
 3. Precios de los panes
 4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
 5. Promociones y descuento
 6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
 7. Horarios de atención.

Perfil necesario de un administrador emprendedor en este tipo de negocios

Las capacidades emprendedoras que debe contar el administrador de este tipo de negocio

Conocer de la tendencia de la moda y de los diversos gustos de los clientes

Ser recíproco y respetuoso con el personal de trabajo, recibiendo como buenos resultados puntualidad en las funciones a realizar cada uno de ellos. El emprendedor debe tener una facilidad de palabra con los clientes y personal.

Tener iniciativa en las actividades a emprender ya que en este negocio hay que estar actualizados en moda y perspectiva de gustos de los clientes.

Recomendaciones

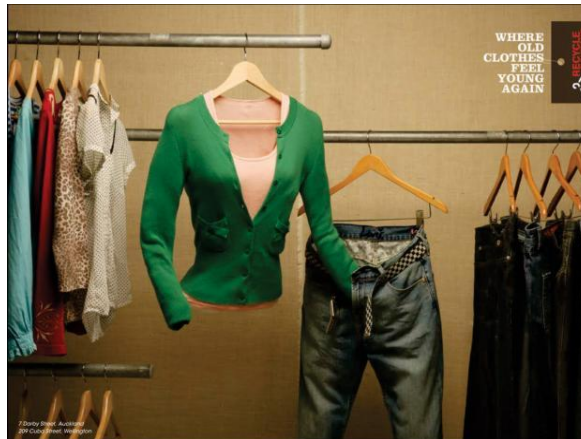
- ✓ Se recomienda mejorar el servicio de internet con el fin de no causar malestar a los clientes.
- ✓ Utilice la estrategia de benchmarking para el mejoramiento continuo del negocio.
- ✓ Para ganar visión de oportunidades es detectar los problemas del negocio y convertirlos en puntos a favor hará la mejora con el propósito de mejorarla imagen del negocio y su competitividad.
- ✓ Se sugiere que estudie el mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer más productos con el fin de que estén satisfechos por el producto y los servicios brindados.
- ✓ Se recomienda tener asesoría profesional acerca de la infraestructura del negocio para optar con las nuevas tendencias para que se sientan a gusto los clientes.

Costos mínimos para mejorar las instalaciones en cada uno de estos negocios de Cyber.

Cuadro 31. Costo mínimo para mejorar el Cyber.

| Recursos | Costos (Dólares) |
|---|-------------------------|
| Buena Iluminación | \$ 15.00 |
| Camisa de los trabajadores | \$ 15.00 |
| Tablero de publicidad | \$15.00 |
| Conexión eléctrica bajo norma de seguridad establecidas | \$ 25.00 |
| Modulares | \$ 30 |
| Computadoras de Escritorios | \$ 700 |
| Auriculares | \$ 14 |
| Cámara de Videos | \$ 12 |
| Parlantes | \$ 12 |
| Total | \$ 838 |

PERFIL GENERAL SUGERIDO PARA VENTAS DE ROPA



Demanda de este servicio en el sector

El vestuario es lo más importante en la sociedad, es de vital importancia para demostrar elegancia ya sea en reuniones sociales en el trabajo, dentro del Cantón existen un flujo inmenso de locales en venta de ropa, desde los recién nacidos, hasta adultos, con una variedad inmensa en marca y estilo, característicamente los que más acuden a la compra de ropas son los jóvenes y adultos pero actualmente se comienza desde los 15 años en adelante, dependiendo de la edad es el estilo y el gusto. La demanda de compra en venta de ropas es aproximadamente de 15-20 personas de lunes a jueves, pero los fines de semanas incrementan de 20 a 25 personas.

Imagen de este negocio



Requisitos materiales para la instalación de este negocio

- Buena iluminación (colores sugeridos) de acuerdo al color Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local (Blanco, Gris, marfil, melón).
- Recomendable utilizar ojos de buey en los mostradores.
- Equipos de ventilación
- Tablero de publicidad
- Listado de los productos con sus respectivos precios
- Insumos necesarios para la prestación de servicios.
- Maniqués de torso, de mujer, hombre, de manos, cabeza.
- Mostradores de madera para organización de las ropas.
- Variedad de ropa con tendencia actual.
- Vestidor
- Barras del probador
- Cortina para el probador
- Espejo de pie
- Expositor de Folletos de imagen
- Marcador de precio

Perfil General para la innovación de este Negocio

- Realizar publicidad mediante hojas de volantes y tarjetas de presentación, la hoja volantes deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios ofertan, dirección números de teléfono
- Anuncio en guías informativas mediante páginas web y redes sociales, deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios que se ofertan, dirección números de teléfono, además fotos de local, y del producto hecho.
- Mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente y atenderlo de una manera rápida brindándole un servicio adecuado,
- Mejorar la publicidad e imagen del negocio, incorporando una valla publicitaria, mostrador de los panes con sus respectivos precios, iluminación adecuada de acuerdo al fondo del local.

Herramientas de publicidad

- Televisión y radio local

➤ Revista publicitaria mensual que contenga:

- Presentación del negocios
- Variedades del servicio
- Precios
- Imagen
- Promociones y descuento
- Sección de sugerencias
- Horarios de atención

Plan de Mejora para negocios de Boutique actualmente en el cantón Naranjito

El plan de mejora de negocios de cabinas telefónicas se lo realizara de acuerdo al análisis de la situación actual de estos negocios este se lo implementara dependiendo del negocio, debido a que no todos cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir, en la capacitación por parte de la cámara de comercio se detallara las identidad financieras tanto públicas como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional Financiera (CNF) como privadas como Banco del Pichincha que brindan créditos para negocios PYMES, de acuerdo a lo anterior estos negocios deberán mejorar en:

- Incorporación de recursos y equipos para mejoramiento de la imagen del negocio y la calidad de servicio tales como
 1. Maniqués de torso, de mujer, hombre, de manos, cabeza.
 2. Mostradores de madera para organización de las ropas.
 3. Variedad de ropa con tendencia actual.
 4. Vestidor
 5. Barras del probador
 6. Cortina para el probador
 7. Espejo de pie
 8. Expositor de Folletos de imagen
 9. Marcador de precio
- ✓ Establecer un plan de capacitación del administrador y del personal en temáticas como atención al cliente
- ✓ Análisis para el ampliamiento de la infraestructura del local

- ✓ Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente
- ✓ Mejorar la imagen del negocio para captar más clientes potenciales deberá constar:
 1. Valla publicitaria que contenga el nombre del negocio, la dirección número de teléfono y el slogan.
 2. Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local colores sugeridos son el Blanco, Gris, marfil y el melón, verde claro.
 3. Mostrador panorámico para la observación del producto por parte del cliente, teniendo a cada producto su respectivo precio.
 4. Tablero de publicidad.
- ✓ Desarrollar una revista publicitaria semestral que contenga:
 1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
 2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
 3. Precios de los panes
 4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
 5. Promociones y descuento
 6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
 8. Horarios de atención.

Perfil necesario de un administrador emprendedor en este tipo de negocios

Las capacidades emprendedoras para el administrador de este negocio deben ser las siguientes:

Conocer de la tendencia de la moda y de los diversos gustos de los clientes

Ser reciproco y respetuoso con el personal de trabajo, recibiendo como buenos resultados puntualidad en las funciones a realizar cada uno de ellos. El emprendedor debe tener una facilidad de palabra con los clientes y personal.

Tener iniciativa en las actividades a emprender ya que en este negocio hay que estar actualizados en moda y perspectiva de gustos de los clientes.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que se estudie la posibilidad de implementar ropa a las diferentes edades, dependiendo del estilo y gusto.
- ✓ Para ganar visión de oportunidades es detectar los problemas del negocio y convertirlos en puntos a favor hará la mejora con el propósito de mejorarla imagen del negocio y su competitividad.
- ✓ Se sugiere que estudie el mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer más productos con el fin de que estén satisfechos por el producto y los servicios brindados.
- ✓ Se recomienda tener asesoría profesional acerca de la infraestructura del negocio para optar con las nuevas tendencias para que se sientan a gusto los clientes.
- ✓ Se sugiere que el personal sea un asesor en la elección de la ropa del cliente.

Costos mínimos para mejorar las instalaciones en cada uno de estos negocios de boutique

Cuadro 32. Costo mínimo para mejorar el negocio de Boutique

| Recursos | Costos (Dólares) |
|--|-------------------------|
| Mostrador panorámico (merchandising) | \$ 35.00 |
| Buena Iluminación | \$ 15.00 |
| Perchas con codificación | \$ 20.00 |
| Camisa entre los trabajadores con un color claro | \$ 15.00 |
| Sala de espera acondicionada para los ciudadanos. | \$ 100.00 |
| Área climatizada | \$ 140.00 |
| Tablero de publicidad | \$15.00 |
| Maniqués de torso, de mujer, hombre, de manos, cabeza. | \$ 10 |
| Cortina para el probador | \$ 15 |
| Espejo de pie | \$ 22 |
| Expositor de Folletos de imagen | \$ 18 |
| Marcador de precio | \$ 25 |
| Vestidor | \$ 25 |
| Barras del probador | \$ 8 |
| Mostradores de madera para organización de las ropas. | \$ 50 |
| TOTAL | 453 |

PERFIL GENERAL SUGERIDO RESTAURANTES



Demanda de este servicio en el sector

La demanda de este servicio es muy concurrente debido a las múltiples personas de que acuden a este tipo de servicio que es muy requerido, teniendo en cuenta la calidad y precio del mismo, entre las características del cliente son siempre los mayores de edad lo que más concurren a estos negocios así como trabajadores de empresas, porque el Cantón cuenta con una riqueza gastronómica muy buena. Según ciertos negocios asisten unas 80 personas en todo el día. Muchos de estos solo ofertan meriendas, y que la demanda promedio es de 40 personas solo los fines de semana,

Imagen de este negocio



Requisitos materiales para la instalación de este negocio

- Buena iluminación (colores sugeridos) de acuerdo al color Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local (Blanco, Gris, Turquesa, marfil, melón).
- Mandil entre los trabajadores
- Equipos de ventilación
- Tablero de publicidad
- Listado de los servicios con sus respectivos precios
- Mesas
- Cubiertos adecuados al servicio
- Microonda
- Refrigerador mostrador
- Cafetera
- Sistema de extracción
- Anaqueles
- Batidora

Perfil General para la innovación de este Negocio

- Realizar publicidad mediante hojas de volantes y tarjetas de presentación, la hoja volantes deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios ofertan, dirección números de teléfono
- Anuncio en guías informativas mediante páginas web y redes sociales, deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios que se ofertan, dirección números de teléfono, además fotos de local, y del producto hecho.
- Mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente y atenderlo de una manera rápida brindándole un servicio adecuado,
- Mejorar la publicidad e imagen del negocio, incorporando una valla publicitaria, mostrador de los panes con sus respectivos precios, iluminación adecuada de acuerdo al fondo del local.

Herramientas de publicidad

- ✓ Televisión y radio local
- ✓ Revista publicitaria mensual que contenga:
 - Presentación del negocios
 - Variedades del servicio
 - Precios
 - Imagen
 - Promociones y descuento
 - Sección de sugerencias
 - Horarios de atención

Plan de Mejora para negocios de Restaurantes actualmente en el cantón Naranjito

El plan de mejora de negocios de cabinas telefónicas se lo realizara de acuerdo al análisis de la situación actual de estos negocios este se lo implementara dependiendo del negocio, debido a que no todos cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir, en la capacitación por parte de la cámara de comercio se detallara las identidad financieras tanto públicas como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional Financiera (CNF) como

privadas como Banco del Pichincha que brindan créditos para negocios PYMES, de acuerdo a lo anterior estos negocios deberán mejorar en:

Plan de capacitación del administrador en la atención al cliente

- ✓ Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente
- ✓ Implementar más recursos y equipos en lo que tenemos:
 1. Mesas
 2. Cubiertos adecuados al servicio
 3. Microonda
 4. Refrigerador mostrador
 5. Cafetera
 6. Sistema de extracción
 7. Anaqueles
 8. Batidora
- ✓ Mejora continua en la prestación de servicios y de higiene.
- ✓ Ofertamiento de servicios alternativos al cliente como ofrecimientos de jugos naturales, adecuada decoración de la mesa,
- ✓ Análisis del personal que esté acorde a las características del lugar de trabajo.
- ✓ Mejorar la imagen del negocio para captar más clientes potenciales por lo que deberá contar:
 1. Valla publicitaria que contenga el nombre del negocio, la dirección número de teléfono y el slogan.
 2. Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local colores sugeridos son el Blanco, Gris, marfil y el melón, verde claro.
 3. Mostrador panorámico para la observación del producto por parte del cliente, teniendo a cada producto su respectivo precio.
 4. Tablero de publicidad.
- ✓ Desarrollar una revista publicitaria semestral que contenga:
 1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
 2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
 3. Precios

4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
5. Promociones y descuento
6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
7. Horarios de atención.

Perfil necesario de un administrador emprendedor para este tipo de negocios

Las capacidades emprendedoras del administrador para este negocio debe ser el siguiente:

Ser Optimista y conocer la gama de comidas ecuatoriana y los gustos de los cliente; mostrando siempre una buena atención al cliente o (carismático/a, respetuoso/a), tener confianza en sí mismo, también confiar en sus ayudantes y al mismo tiempo tener paciencia.

Capacidad de detectar oportunidades mediante asesoría que dan las cámaras de productividad, SGS, y también el empleo de técnicas como el benchmarking

Recomendaciones

- ✓ Para ganar visión de oportunidades es detectar los problemas del negocio y convertirlos en puntos a favor hará la mejora con el propósito de mejorarla imagen del negocio y su competitividad.
- ✓ Se sugiere que estudie el mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer más platos a la carta con el fin de que estén satisfechos por el producto y los servicios brindados.
- ✓ Se recomienda tener asesoría profesional acerca de la infraestructura del negocio para optar con las nuevas tendencias para que se sientan a gusto los clientes.
- ✓ Realizar capacitaciones al personal de labores en atención al cliente y de presentación de las comidas, ayudando a mejorar la imagen del negocio, con la finalidad de captar más clientes.

Costos mínimos para mejorar las instalaciones en cada uno de estos negocios de Restaurantes

Cuadro 33. Costo mínimo para mejorar el negocio de Restaurantes

| Recursos | Costos (Dólares) |
|---|-------------------------|
| Mostrador panorámico (merchandising) | \$ 30.00 |
| Buena Iluminación | \$ 15.00 |
| Tablero de publicidad | \$15.00 |
| Cafetera | \$ 22 |
| Mesas | \$ 6 |
| Cubiertos adecuados al servicio | \$10 |
| Refrigerador mostrador | \$ 150 |
| Sistema de extracción | \$ 60 |
| Anaqueles | \$ 30 |
| Batidora | \$ 110 |
| Microonda | \$ 300 |
| TOTAL | \$448 |

PERFIL GENERAL HELADERIAS



Demanda de este servicio en el sector

La demanda de este servicio es muy concurrente debido a las múltiples personas de que acuden a este tipo de servicio que es muy requerido, teniendo en cuenta la calidad y precio del mismo, entre las características del cliente son los jóvenes y los mayores de edad lo que más concurren a estos negocios así como también los niños Según datos de ciertos negocios asisten unas 20 a 30 personas en todo el día, estos negocios ofertan una variedad de helados de diversas marcas como tosy y pingüino

Imagen de este negocio



Requisitos materiales para la instalación de este negocio

- ✓ Congelador mostrador
- ✓ Buena iluminación (colores sugeridos) de acuerdo al color Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local (Blanco, Gris, Turquesa, marfil, melón).
- ✓ Mandil entre los trabajadores (Fucsia, morado, rojo bajito, azul)
- ✓ Equipos de ventilación
- ✓ Tablero de publicidad
- ✓ Listado de los servicios con sus respectivos precios
- ✓ Vitrinas de helado
- ✓ Vitrinas de pastel
- ✓ Mesas y sillas de acuerdo a la decoración del local

Perfil necesario de un administrador emprendedor para este tipo de negocios

- ✓ Realizar publicidad mediante hojas de volantes y tarjetas de presentación, la hoja volantes deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios ofertan, dirección números de teléfono
- ✓ Anuncio en guías informativas mediante páginas web y redes sociales, deben contar ,el nombre del negocio, horario de atención, servicios que se ofertan, dirección números de teléfono, además fotos de local, y del producto hecho.
- ✓ Mejorar la calidad en el servicio de atención al cliente y atenderlo de una manera rápida brindándole un servicio adecuado,
- ✓ Mejorar la publicidad e imagen del negocio, incorporando una valla publicitaria, mostrador de los panes con sus respectivos precios, iluminación adecuada de acuerdo al fondo del local.

Herramientas de publicidad

- ✓ Televisión y radio local
- ✓ Revista publicitaria mensual que contenga:
 1. Presentación del negocios
 2. Variedades de helado y tortas.
 3. Precios
 4. Imagen

5. Promociones y descuento
6. Sección de sugerencias
7. Horarios de atención

Plan de Mejora para negocios de heladerías instaladas actualmente en el cantón Naranjito

El plan de mejora de negocios de cabinas telefónicas se lo realizara de acuerdo al análisis de la situación actual de estos negocios este se lo implementara dependiendo del negocio, debido a que no todos cuentan con los recursos financieros necesarios para invertir, en la capacitación por parte de la cámara de comercio se detallara las identidad financieras tanto públicas como el Banco Nacional de Fomento (BNF) y la Corporación Nacional Financiera (CNF) como privadas como Banco del Pichincha que brindan créditos para negocios PYMES, de acuerdo a lo anterior estos negocios deberán mejorar en:

1. Implantación de un indicador para medir el grado de satisfacción del cliente
2. Implementación de los recursos y equipos tales como:
 - ✓ Congelador mostrador
 - ✓ Mandil entre los trabajadores
 - ✓ Equipos de ventilación
 - ✓ Tablero de publicidad
 - ✓ Vitrinas de helado
 - ✓ Vitrinas de pastel
 - ✓ Mesas y sillas de acuerdo a la decoración del local
3. Mejora continua en la prestación de servicios y de higiene.
4. Análisis del personal este acorde a las características del lugar de trabajo.
5. Implementación de equipos de música para tener un ambiente más relajado
6. Mejoramiento de la imagen del local.
7. Análisis del personal actual si está acorde a las características del lugar de trabajo.
8. Mejorar la imagen del negocio deberá constar:
 1. Valla publicitaria que contenga el nombre del negocio, la dirección número de teléfono y el slogan.

2. Buena Iluminación de acuerdo al color de fondo del local colores sugeridos son el Blanco, Gris, marfil y el melón, verde claro.
3. Mostrador panorámico para la observación del producto por parte del cliente, teniendo a cada producto su respectivo precio.
4. Tablero de publicidad.

11. Desarrollar una revista publicitaria semestral que contenga:

1. Presentación de los negocios en la cual muestre la misión, visión, slogan, objetivos, propietarios, ubicación, dirección, teléfonos.
2. Variedades del servicio que se ofertan tanto en la mañana y en la tarde
3. Precios de los panes
4. Imagen del negocio aplicando técnicas de publicidad, además de utilizar volantes y tarjetas de presentación
5. Promociones y descuento
6. Sección de sugerencias, en la cual el cliente realice comentarios acerca del servicio.
7. Horarios de atención.

Perfil necesario de un administrador emprendedor para este tipo de negocios

Las capacidades emprendedoras del administrador para este negocio debe ser el siguiente:

Conocimiento en negocios de heladería
Conocimiento de la gama de heladería de los diversos productores
Carismática
Capacidad de detectar oportunidades
Iniciativa personal en el ofrecimientos del servicio
Confianza en sí mismo
Conocimiento de los gustos de los clientes
Respeto
Confianza en los ayudantes
Paciencia en los clientes

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda que se estudie la posibilidad de implementar helados de acuerdo a las diferentes edades, dependiendo del estilo y gusto.

- ✓ Para ganar visión de oportunidades es detectar los problemas del negocio y convertirlos en puntos a favor hará la mejora con el propósito de mejorarla imagen del negocio y su competitividad.
- ✓ Se sugiere que estudie el mercado para conocer los gustos y preferencias de los clientes potenciales, para poder ofrecer más productos con el fin de que estén satisfechos por el producto y los servicios brindados.
- ✓ Se recomienda tener asesoría profesional acerca de la infraestructura del negocio para optar con las nuevas tendencias para que se sientan a gusto los clientes.

Costos mínimos para mejorar las instalaciones en cada uno de estos negocios de Heladería.

Cuadro 34. Costo mínimo para mejorar el negocio de heladería

| Recursos | Costos (Dólares) |
|---|-------------------------|
| Mesas y sillas de acuerdo a la decoración del local | \$ 30.00 |
| Vitrinas de helado | \$ 150.00 |
| Vitrinas de pastel | \$ 150.00 |
| Mostrador panorámico (merchandising) | \$ 30.00 |
| Buena Iluminación | \$ 15.00 |
| Área climatizada | \$ 400.00 |
| Tablero de publicidad | \$15.00 |
| Total | \$ 790.00 |

PLAN DE ADOPCIÓN DE LA PROPUESTA POR PARTE DE UNA ENTIDAD FORMADA PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL DEL CANTÓN (CÁMARA DE COMERCIO DE NARANJITO)

El plan de adopción de la propuesta de esta entidad para poder mejorar el desarrollo empresarial económico de los negocios del Cantón sugerimos las siguientes actividades para los 2 años que dura la capacitación.

1. Elaboración del programa general de la capacitación
2. Selección de las identidades e instructores a dictar las capacitaciones
3. Promoción de la capacitación dentro del Cantón
4. Selección de la infraestructura
5. Elaboración del material didáctico
6. Adecuar el espacio físico necesario
7. Invitación a los negocios para participar de la capacitación
8. Ejecución
 - ✓ Capacitación de los negocios en administración de negocios incorporando las herramientas de recursos humanos, gestión, procedimientos administrativos, dirección, planificación y control.
 - ✓ Capacitación de los negocios en Comercialización y Costo
 - ✓ Capacitación de los negocios en calidad de servicio
 - ✓ Formación complementaria de los negocios en temáticas como plan de negocios, Marketing, y calidad de servicio.
 - ✓ Asesoría personalizada en la elaboración del plan de negocios, Marketing, y calidad de servicio.
 - ✓ Charlas de instituciones PYMES, con trayectoria y experiencia en el mercado.
 - ✓ Capacitación de negocios en Imagen y Publicidad
9. Seguimiento y control del primer año, imagen y calidad de servicios y productos
10. Seguimiento y control del segundo años, en imagen y calidad de servicios y productos y satisfacción del cliente y del nivel de ventas.
11. Evaluación del programa, instructores y la coordinación

12. Preparación del informe de la capacitación

13. Clausura de la capacitación

5.7.2 RECURSOS Y ANALISIS FINANCIERO

Cuadro 35. Costos por asesoría

| No | Concepto | No horas | Costo unitario | Costo total |
|----|--|----------|----------------|----------------|
| 1 | Asesor Administración y calidad | 20 | 30 | \$ 600 |
| 2 | Asesor Imagen, comercialización y costos | 20 | 30 | \$ 600 |
| | | | Total | \$ 1200 |

Cuadro 36. Costo de Materiales en la Capacitación

| No | Concepto | Cantidad | No Eventos | Valor unitario | Total |
|----|--------------------|----------|------------|----------------|----------------------|
| 1 | Libreta de apuntes | 15 | 5 | \$ 1.00 | \$ 15.00 |
| 2 | Bolígrafos | 15 | 5 | \$ 0.30 | \$ 4.50 |
| 3 | Marcadores | 5 | 8 | \$ 0.50 | \$ 2.50 |
| 4 | Fotocopias | 200 | 5 | \$ 0.02 | \$ 4.00 |
| 5 | Anillados | 15 | 5 | \$ 3.00 | \$ 45.00 |
| | | | | | Total \$71.00 |

Cuadro 37. Costo de las temáticas de la Capacitación por parte de las instituciones
(40 horas)

| Capacitación | Costo |
|---------------------------------|------------------|
| Administración de negocios | \$ 250.00 |
| Imagen y publicidad de negocios | \$ 200.00 |
| Calidad de servicio al cliente | \$ 250.00 |
| Comercialización y costo | \$ 200.00 |
| Total | \$ 900.00 |

Cuadro 38. Costo total del proyecto

| Costos | Valor |
|------------------------|-----------------|
| Costos de asesorías | \$ 1200 |
| Costo de materiales | \$ 71 |
| Costos de capacitación | \$ 900 |
| Total | \$ 2.171 |

5.7.3 Impacto

El impacto que tendrá esta propuesta al Cantón es positivo debido a que se creara una cultura de emprendimiento en los negocios, mejorando la calidad de servicios, buena imagen y sobre todo cumpliendo con las expectativas del cliente con el fin de dinamizar el mercado.

Además desde el punto de vista económico, la mejora de los negocios, contribuye de manera fundamental el bienestar y riqueza de la comunidad naranjiteña, generando más fuentes de empleo, productos y servicios de calidad, nuevos mercados además de nuevos segmentos de mercado.

El impacto que generara es muy positivo debido a que los negocios del Cantón existen deficiencias, teniendo problemas en su crecimiento y desarrollo, mediante esta propuesta se pretende mejorar la calidad de servicio la imagen del negocio, con la finalidad de mejorar la competitividad en el mercado.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 39. Cronograma de actividades

| Tiempo de Duracion | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|-----------------|----------------|--------------|-------------|--------------|---------------|----------------|--------------|---------------|-----------------|----------------|--------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|
| | | Año 2014 | | | | | | | | | Año 2015 | | | | | | |
| No | Actividades | Enero | Febrero | Marzo | Mayo | Julio | Agosto | Septien | Novie | Diciem | Enero | Febrero | Marzo | Septiemb | Octubre | Noviem | Diciem |
| 1 | Elaboración del programa general de la capacitación | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Selección de las identidades e instructores a dictar las capacitaciones | | ■ | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Promoción de la capacitación dentro del Cantón | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Selección de la infraestructura | | | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Elaboración del material didáctico | | | | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Adecuar el espacio físico necesario | | | | | ■ | | | | | | | | | | | |
| 7 | Invitación a los negocios para participar de la capacitación | | | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| 8 | Ejecución | | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| 9 | Capacitación de los negocios en administración de negocios | | | | | | | ■ | | | | | | | | | |
| 10 | Capacitación de los negocios en Comercialización y Costo | | | | | | | | ■ | | | | | | | | |
| 11 | Capacitación de los negocios en calidad de servicio | | | | | | | | | ■ | | | | | | | |
| 12 | Formación complementaria de los negocios en temáticas como plan de negocios, Marketing, y calidad de servicio. | | | | | | | | | | ■ | | | | | | |
| 13 | Asesoría personalizada en la elaboración del plan de negocios, Marketing, y calidad de servicio. | | | | | | | | | | | ■ | | | | | |
| 14 | Charlas de instituciones PYMES, con trayectoria y experiencia en el mercado. | | | | | | | | | | | | ■ | | | | |
| 15 | Capacitación de negocios en Imagen y Publicidad | | | | | | | | | | | | | ■ | | | |
| 16 | Seguimiento y control | | | | | | | | | | | | | | ■ | | |
| 18 | Evaluación del programa, instructores y la coordinación | | | | | | | | | | | | | | | ■ | |
| 19 | Preparación del informe de la capacitación | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |
| 20 | Clausura de la capacitación | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

5.7.5 Lineamientos para evaluar la propuesta

Para evaluar la propuesta se tomara en cuenta lo siguiente:

- ✓ Se sugiere hacer seguimiento sobre la aceptación de imagen y de la calidad de atención en cada grupo mediante encuestas de satisfacción realizadas por la cámara de comercio.
- ✓ Los negocios adopten mejoras continua basada en calidad e innovación en los procesos de productos y servicios, y principalmente en los requerimientos de los clientes potenciales.
- ✓ La cámara de comercio debe adoptar una política de promocionar la cultura de emprendimiento en los negocios del Cantón.
- ✓ La cámara de comercio debe realizar seguimientos a los negocios emprendedores nacies con el fin de disminuir los emprendimientos por necesidad.
- ✓ Cada cierto tiempo hacer un seguimiento de la productividad del negocio y de la satisfacción del cliente en cada negocio con el fin de hacer una mejora continua en el perfil de emprendimiento.
- ✓ El control de los negocios por parte de la cámara de comercio deben estar orientadas al mejoramiento de la calidad y la prestación de servicios
- ✓ El control de los negocios debe basarse como indicador la calidad del servicio y productos así como el nivel de satisfacción del cliente

CONCLUSIONES

- ✓ Se concluye que los negocios del Cantón naranjito tienen deficiencias en la atención del cliente y en la imagen, lo que conlleva a que pierdan clientes potenciales, y no puedan crecer empresarialmente económicamente.
- ✓ Se comprobó que existe un alto número de negocios emprendidos por necesidad, lo que muchas veces conlleva a formar el negocio de una manera errónea.
- ✓ El perfil de emprendimiento se basó en las necesidades de los negocios de acuerdo a sus requerimientos.
- ✓ El Cantón Naranjito existe un mercado dinámico, lo que lo hace un mercado con muchas oportunidades de emprender.

RECOMENDACIONES

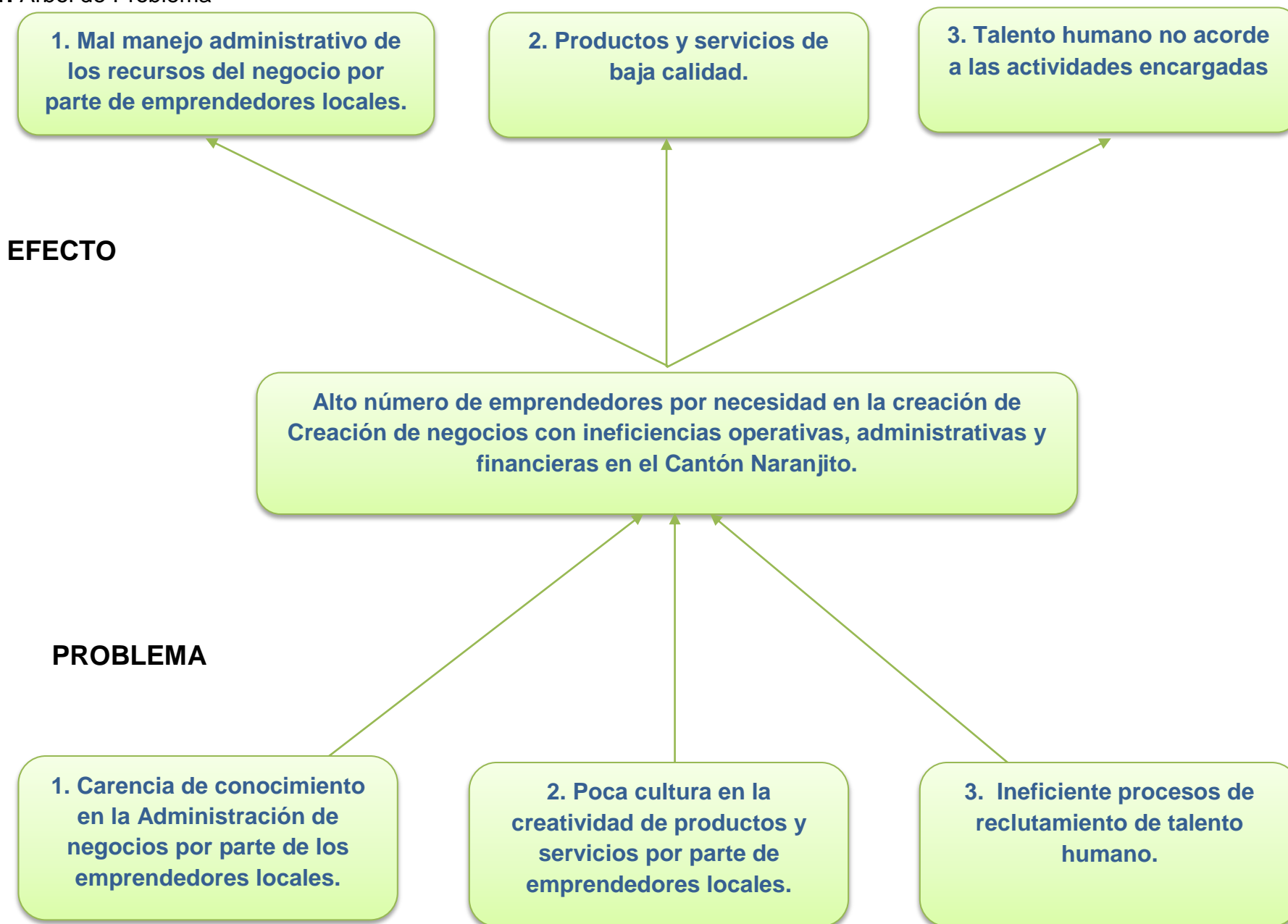
- ✓ Se recomienda seguimientos de los negocios después de terminar el proceso de capacitación.
- ✓ Se sugiere que la Cámara de Comercio del Cantón Naranjito, realice planes de capacitación en diversas temáticas para mejoramiento productivo de los negocios.
- ✓ Analizar cada 4 años los negocios que son partícipes de la capacitación, y su evolución en ese lapso de tiempo.
- ✓ Incentivar la cultura de emprendimiento en el Cantón Naranjito mediante charlas y exposiciones.

BIBLIOGRAFÍA

- CESAR ZULUAGA, Julio, (2010). *Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un dialogo interdisciplinario*. Bogotá, Colombia: Empresario e Innovación.
- FUENTES GARCIA, Fernando; SANCHEZ CAÑIZARES, Sandra. (2010). *Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva global. Estudios de la Economía Aplicada*, Pag.1-28.
- LANZAS DUQUE, Victoria Eugenia; LANZAS DUQUE, Francisco Danilo; LANZAS DUQUE, Ángela María. (2010). *Propuesta para medir el perfil de emprendedores de base tecnológica*. Colombia: Scientia et Technica.
- RODRIGUEZ RAMIREZ, Alfonso (2010). Nuevas perspectiva para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 95-121.
- SANCHIS PALACIO, Joan Ramón. (2011). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. Valencia, España: Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa de la Universidad de Valencia (IUDESCOOP).
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto. (2012). *Metodología de la Investigación*. México DF: Mc Graw Hill.
- CESAR ZULUAGA, Julio: (2010). *Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un dialogo interdisciplinario*. Bogotá, Colombia: Empresario e Innovación.
- FUENTES GARCIA, Fernando; SANCHEZ CAÑIZARES, Sandra. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva global. *Estudios de la Economía Aplicada*, Pag.1-28.
- LANZAS DUQUE, Victoria Eugenia; LANZAS DUQUE, Francisco Danilo; LANZAS DUQUE, Ángela María. (2010). *Propuesta para medir el perfil de emprendedores de base tecnológica*. Colombia: Scientia et Technica.
- RODRIGUEZ RAMIREZ, Alfonso; (2010). Nuevas perspectiva para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 95-121.
- SANCHIS PALACIO, Joan Ramón. (2011). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. Valencia, España: Instituto Universitario de Economía Social y Cooperativa de la Universidad de Valencia (IUDESCOOP).

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de Problema



Anexo 2. Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GESTORES DE LAS MICROEMPRESAS SITUADAS EN EL CANTÓN NARANJITO

OBJETIVO: Establecer los factores del alto número de emprendedores por necesidad que inciden en la creación de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras mediante estudios y técnicas estadísticas para contribuir el crecimiento económico-empresarial del Cantón Naranjito.

COOPERACIÓN: Le agradecemos muy encarecidamente por la contestación de cada una de las preguntas de manera precisa y sincera, ya que las respuestas de las preguntas son de gran importancia para el presente proyecto por lo que toda información recopilada se mantendrá en absoluta reserva.

Datos informativos:

- Actividad Económica: _____

- A qué edad inicio Ud. se negocio:

| | |
|------------------|--|
| Menos de 20 años | |
| De 20 a 25 años | |
| De 26 a 30 años | |
| Más de 30 años | |

- Tipo de Negocio que administra:

| | |
|----------------|--|
| De comercio | |
| De servicio | |
| De manufactura | |
| Artesanal | |

- Años de permanencia en el mercado :

| | |
|-------------------|--|
| Menos de 1 año | |
| De 1 año a 3 años | |
| De 3 a 5 años | |

Mas de 5 años

1.-Considera Ud. que los negocios actuales del cantón Naranjito satisfacen las necesidades de la comunidad y realizan actividades para atraer a sus clientes?

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |
| En Desacuerdo | |
| Totalmente Desacuerdo | |

2.- Siente Ud. una verdadera confianza en el mercado basándose en el nivel de consumo de los pobladores del cantón Naranjito como para decidirse a instalar un nuevo negocio diferente a los ya existentes?

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |
| En Desacuerdo | |
| Totalmente Desacuerdo | |

3.-Considera Ud. que la poca innovación en los servicios y productos de los negocios incide en el emprendimiento de los mismos.?

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |

En Desacuerdo

Totalmente Desacuerdo

4.- Cree Ud. que la carencia de conocimientos en Administración de negocios incide en el mal manejo de los recursos por parte de los emprendedores locales ?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi Siempre | |
| Muchas Veces | |
| Pocas Veces | |
| Nunca | |

5.- Considera Ud. que las pocas ideas de innovación para la mejora de la presentación de servicios del negocio afectan a la creación de nuevos diseños y desarrollo de los productos y/o servicios para la satisfacción de los clientes?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi Siempre | |
| Muchas Veces | |
| Pocas Veces | |
| Nunca | |

6.-Cree Ud. que la inestabilidad para mantener un negocio durante mucho tiempo en el mercado se debe a la incapacidad que han demostrado los emprendedores para evolucionar y proyectarse competitivamente en este mercado?

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |

En Desacuerdo

Totalmente Desacuerdo

7.- Considera Ud. que la presencia de negocios con ineficiencias operativas, administrativas y financieras en el Cantón Naranjito se debe al alto número de emprendimientos surgidos por necesidad?

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |
| En Desacuerdo | |
| Totalmente Desacuerdo | |

8.- Cuáles de las siguientes alternativas cree Ud. incide en mayor medida a que exista un alto números de emprendedores surgidos por necesidad y no por planificación en el Cantón Naranjito?

| | |
|-----------------------------|--|
| Ineficiencia Operativa | |
| Ineficiencia Administrativa | |
| Ineficiencia Financiera | |

9.- Cree usted que la imagen de los negocios asentados en el cantón Naranjito no han cambiado debido a la falta de apoyo informativo y técnico por parte de la Cámara de Comercio para que surjan nuevos emprendedores locales?

| | |
|--------------|--|
| Siempre | |
| Casi Siempre | |
| Muchas Veces | |
| Pocas Veces | |
| Nunca | |

10.- Cree usted que la baja calidad de atención al cliente demostrada en los negocios locales se debe a la percepción de que Naranjito no es un cantón de oportunidades para el emprendimiento?

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |
| En Desacuerdo | |
| Totalmente Desacuerdo | |

11.- Piensa Ud., que con la persistencia y las ganas de sacar adelante un negocio bastaría para mantenerlo y permanecer durante mucho tiempo en el mercado ¿

| | |
|-----------------------|--|
| Totalmente de Acuerdo | |
| De Acuerdo | |
| Indeciso | |
| En Desacuerdo | |
| Totalmente Desacuerdo | |

Anexo 3. Encuestas de los negocios

