



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO

Análisis del crecimiento y desarrollo económico de las microempresas
en el Sector Avenida Los Puentes perteneciente al Cantón Cumandá,
periodo 2012-2014.

Autoras:

María José Rodríguez Jarrín

TUTOR:

Ing. Gonzalo Serrano Mantilla, MAE

Milagro, Octubre del 2015

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado con el tema “Análisis del crecimiento y desarrollo económico de las microempresas en el Sector Avenida Los Puentes perteneciente al Cantón Cumandá, periodo 2012-2014” presentado por la estudiante: **Rodríguez Jarrín María José**, para optar al título de **Ingeniera Comercial** y que acepto tutoriar a la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 13 días del mes de Julio del 2015

Ing. Gonzalo Serrano Mantilla, MAE

C.I.: 0912456589

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales 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 cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 29 días del mes de Octubre del 2015

Rodríguez Jarrín María José

C.I: 0605933332

CERTIFICACIÓN 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 CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

ING. GONZALO SERRANO
MANTILLA, MAE
PRESIDENTE DEL
TRIBUNAL

AB. ELICZA ZIADET
BERMUDEZ
DELEGADO

ING. LUIS SOLIS
GRANDA, MAE
SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto primeramente a Dios el cual nos da vida y las fuerzas necesarias para salir adelante cada día, que con la fe puesta en el podemos vencer cada obstáculo que se nos presente, y por permitirme llegar a esta etapa logrando mis objetivos propuestos.

A mi madre Karina Jarrín, la cual siempre estuvo ahí para brindarme su incondicional apoyo en cada paso que daba a través de todo este proceso, a mi padre que en paz descansa William Rodríguez el cual me bendice y cuida desde el cielo, a mis abuelitos Hugo Rodríguez y Fanny Flores los cuales me dan un ejemplo a seguir de lucha constante para prepararme diariamente, a todos mis familiares y amigos quienes me han brindado su cariño y apoyo constante.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios quien nos dio la vida y llena de bendiciones.

A mis padres Karina Jarrín y William Rodríguez, a mis hermanos Jean Carlos y Brayan, los cuales siempre me han brindado todo el apoyo, comprensión, ánimos para seguir adelante y ser un ejemplo para ellos.

A mis abuelitos Hugo y Fanny los cuales fueron un pilar fundamental para que yo pueda realizar mis sueños, preocupándose y estando ahí presentes cuando los necesitaba.

A una persona muy especial para mí, Juan Idrovo quien me crío desde niña y siempre me apoyo en todo lo que necesitaba enseñándome también que los estudios es lo primordial en la vida de un ser humano.

Y concluyendo a mi tutor Ing. Gonzalo Serrano, por la guía para realizar el presente trabajo y brindarnos sus conocimientos, gracias por su paciencia y tiempo.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Análisis del crecimiento y desarrollo económico de las microempresas en el Sector Avenida Los Puentes perteneciente al Cantón Cumandá, periodo 2012-2014” y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales

Milagro, 29 de Octubre del 2015

Rodríguez Jarrín María José

C.I: 0605933332

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1.1. Problematización	1
1.1.2. Delimitación del problema.....	2
1.1.3. Formulación del problema	2
1.1.4. Sistematización del problema	3
1.1.5. Determinación del tema	3
1.2. OBJETIVOS.....	3
1.2.1. Objetivo general	3
1.2.2. Objetivos específicos.....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN	4
1.3.1. Justificación de la Investigación.....	4
CAPÍTULO II.....	5
2. MARCO REFERENCIAL.....	5
2.1. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1.1. Antecedentes históricos.....	5
2.1.2. Antecedentes referenciales	6
2.1.3. Fundamentación.....	9
2.2. MARCO LEGAL	10
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	13
2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES	18
2.4.1. Hipótesis General	18
2.4.2. Hipótesis Particulares	18
2.4.3. Declaración de variables	18
2.4.4. Operacionalización de las variables.....	19
CAPÍTULO III.....	22
3. MARCO METODOLÓGICO	22
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	22
3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	23
3.2.1. Características de la población.....	23
3.2.2. Delimitación de la población	24
3.2.3. Tipo de Muestra.....	24
3.2.4. Tamaño de la muestra	24
3.2.5. Proceso de selección.....	24
3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	24
3.3.1. Métodos teóricos	24
3.3.2. Métodos empíricos	25

3.3.3. Técnicas e instrumentos	26
3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	26
CAPÍTULO IV	27
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	27
4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	27
4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y	
PERSPECTIVAS.....	43
4.3. RESULTADOS.....	43
5. CONCLUSIONES.....	46
6. RECOMENDACIONES	50
7. ANEXOS	52
8. BIBLIOGRAFÍA.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS.....	10
TABLA 2. DECLARACIÓN DE LAS VARIABLES.....	18
TABLA 3. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	19
TABLA 4. EDAD DEL NEGOCIO	27
TABLA 5. ORIGEN DEL CAPITAL.....	29
TABLA 6. EL TRÁNSITO DE LA VÍA COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS	30
TABLA 7. INNOVACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS	31
TABLA 8. GENERACIONES DE LOS LOCALES.....	32
TABLA 9. RESULTADOS DE BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS	33
TABLA 10. MICROEMPRESAS DE HERENCIA FAMILIAR.....	34
TABLA 11. CRECIMIENTO DEL PATRIMONIO.....	35
TABLA 12. NEGOCIOS DE MAYOR ÉXITO	36
TABLA 13. DÍA DE MAYORES VENTAS	37
TABLA 14. TIEMPO DE CRECIMIENTO DEL NEGOCIO.....	38
TABLA 15. PERSONAL QUE ELABORA EN LAS MICROEMPRESAS	39
TABLA 16. ACTIVIDAD ECONÓMICA.....	39
TABLA 17. PROMEDIO DIARIO DE VENTAS	41
TABLA 18. PLANIFICACIÓN PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS.....	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. NÚMERO DE MICROEMPRESAS EXISTENTES EN EL ECUADOR .	11
GRÁFICO 2. EDAD DEL NEGOCIO	28
GRÁFICO 3. ORIGEN DEL CAPITAL.....	29
GRÁFICO 4. EL TRÁNSITO DE LA VÍA COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS	30
GRÁFICO 5. INNOVACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS	31
GRÁFICO 6. GENERACIONES DE LOS LOCALES	32
GRÁFICO 7. RESULTADO DE BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS	33
GRÁFICO 8. MICROEMPRESAS DE HERENCIA FAMILIAR.....	34
GRÁFICO 9. CRECIMIENTO DEL PATRIMONIO.....	35
GRÁFICO 10. NEGOCIOS DE MAYOR ÉXITO	36
GRÁFICO 11. DÍA DE MAYORES VENTAS	37
GRÁFICO 12. TIEMPO DE CRECIMIENTO DEL NEGOCIO	38
GRÁFICO 13. PERSONAL QUE ELABORA EN LAS MICROEMPRESAS	39
GRÁFICO 14. ACTIVIDAD ECONÓMICA	40
GRÁFICO 15. PROMEDIO DIARIO DE VENTAS	41
GRÁFICO 16. PLANIFICACIÓN PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS	42

RESUMEN

En el cantón Cumandá provincia de Chimborazo, está localizada una de las principales vías del cantón, donde, debido a su gran relevancia y productividad es factible establecer una microempresa, ya que por esta vía transitan a diario cientos de personas y vehículos. Un pequeño grupo de las microempresas establecidas en este sitio han tenido un importante incremento económico gracias a la innovación y a los conocimientos que han adquirido a través de los años que tienen en el mercado, pero hay casos en los que no siempre han contado con el éxito esperado ya que muchas de ellas han caído en el conformismo al establecer un negocio como un modo de supervivencia en lugar de rentabilidad. Es por esto que el objetivo del presente proyecto es analizar el crecimiento y desarrollo de las microempresas que han logrado su objetivo y las que no han tenido el éxito esperado; dicha información se obtuvo por medio de varios métodos de investigación entre los cuales se utilizaron la investigación exploratoria, de campo, cuantitativa y descriptiva, permitiendo recolectar información actualizada y veraz de la situación económica actual de los microempresarios, donde no solo se confirmó que un gran porcentaje de ellos tienen planeada una expansión de sus negocios pero ya sea por falta de liquidez o de preparación no las han podido ejecutar. Pese a esto, la idea de una innovación es de gran aceptación para los emprendedores, como el desarrollar una marca que identifique su negocio y como resultado que esta permita crear un mercado cautivo. Todos mantienen como constante desarrollar una idea que permita incrementar sus ingresos y como consecuencia mejorar el nivel de vida de sus familias.

Palabras claves: innovación, crecimiento, desarrollo económico, microempresarios, planeación.

ABSTRACT

The canton Cumandá, Chimborazo province, is located one of the main streets of the Canton, where, because of its great importance and productivity is feasible to create a small business, because in this way there are hundreds of people and vehicles who travel every day. A small group of microenterprises established on this site have had a significant economic growth through the innovation and the knowledge they have gotten through the years they have in the market, but there are cases where they haven't had success because a lot of them have fallen into complacency to set up a business as a means of survival instead of profitability. That is why the objective of this project is to analyze the growth and development of micro-enterprises which have achieved their goal and the other ones haven't had the expected success; this information was obtained through various research methods including exploratory research, field, quantitative and descriptive, used allowing to collect timely and accurate information about the current economic situation of microentrepreneurs, where we confirmed the information that a large average of them, have planned an expansion of its business but cause they don't have enough money or they haven't been well-educated, they haven't been able to run. Despite this, the idea of innovation is widely accepted for entrepreneurs, such as developing a brand which identifies their business and as a result this allows creating a captive market. All of them remain as constant develop an idea which allows to increase their incomes and as a consequence improving the standard of living for them and their families.

Keywords: innovation, growth, economic development, entrepreneurs, planning.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen muchos pequeños negocios los cuales abren sus puertas con la finalidad de mejorar su calidad de vida mediante la generación de ingresos económicos que sustenten sus necesidades e incrementen sus ganancias, aunque existen ciertos casos de emprendedores, los cuales ya establecido sus negocios y generando un monto específico de ganancia a través del tiempo se conforman con lo mismo, siendo esta la causa del estancamiento de sus locales y muchas veces es motivo de cierre de los mismos.

Esta investigación se la realizo en base a la observación de los locales comerciales existentes en la avenida Los Puentes, donde hay negocios antiguos que han desarrollado buenas prácticas a través de los años y han logrado sus metas propuestas, a la vez se puede observar también locales donde existe lo mismo de siempre y estas personas se han acostumbrado a esto por lo que no le aportan más ideas para tener mejores resultados.

Es por esto que al implementar una correcta administración de sus funciones a cada microempresa, esta podría desarrollar y emplear nuevas ideas las cuales se basan en las necesidades del mercado para poder satisfacer a los consumidores de los bienes y servicios, ya que el objetivo fundamental es de conocer el crecimiento y desarrollo que estas han logrado y así saber los problemas existentes y poderlos corregir.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematicación

En el Cantón Cumandá perteneciente a la provincia de Chimborazo existen personas emprendedoras, las cuales desean salir adelante estableciendo su propia microempresa, para brindar bienes y servicios a la comunidad, pero existe una problemática que es la competencia en el ámbito comercial donde deben saber sobresalir, y en vez de eso, ya establecidos los negocios estos se mantienen estáticos sin generar nuevas ideas.

Además, existen ciertos lugares donde hay gran cantidad de demanda, pero estos microempresarios no saben cómo llegar al cliente o retenerlos y estar innovando constantemente para poder desarrollar su propio negocio y a su vez poder satisfacer a la demanda, ya que en muchos de ellos existe el miedo al fracaso al aplicar nuevas estrategias para que estas sean en plan de mejora sea un fracaso.

En Cumandá, varía en cuanto al mercado comercial, ya que existen ciertas avenidas o lugares donde hay mucha demanda y en otras escasa, se encuentran establecidas varias microempresas dentro de todo el cantón, pero varias de ellas han venido operando hace unos 35 años y no muestran una mejora continua para que se beneficien.

Los microempresarios que forman parte de esta comunidad se han desarrollado al conformismo lo que ocasiona que exista limitada innovación y crecimiento para su negocio lo cual no es aceptable. Las limitaciones de capital se suman a los problemas de emprendimientos que limita no solo su crecimiento sino en épocas de crisis puedes causar la pérdida total del negocio todo esto en negocios que ya tienen una antigüedad considerable. Otra de las situaciones que se genera es que cuando se presenta un nuevo emprendimiento este llega a ser una copia de algún otro ya existente por lo cual no existe innovación a la que se suma falta de conocimientos administrativos o por ultimo de las mejores prácticas empíricas desarrolladas por otros negocios. Todo lo detallado generan suman que dan como resultados el no cumplir con los objetivos comerciales de todo negocio y como resultado se generan estancamientos o cierre de emprendimientos.

1.1.2. Delimitación del problema

La presente investigación está delimitada al análisis del crecimiento y desarrollo económico de las microempresas en el Sector Avenida Los Puentes.

PAIS: Ecuador

REGION: Sierra

PROVINCIA: Chimborazo

CANTON: Cumandá

SECTOR: Avenida Los Puentes

AREA: Administrativa-Comercial

1.1.3. Formulación del problema

¿De qué manera incide los procesos empíricos de los microempresarios en la innovación y crecimiento de sus negocios en el Sector Avenida los Puentes?

1.1.4. Sistematización del problema

- ¿Cómo afecta los niveles actuales de los recursos económicos para el desarrollo microempresarial de los negocios del sector?
- ¿Incidirá la insuficiente preparación de los microempresarios en las falencias y en la correcta administración que tenga los negocios?
- ¿Cómo incide los sistemas actuales de planificación empresarial en el cumplimiento de los objetivos establecidos?

1.1.5. Determinación del tema

Análisis del crecimiento y desarrollo económico de las microempresas en el Sector Avenida Los Puentes perteneciente al Cantón Cumandá, periodo 2012-2014.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Analizar los niveles de crecimiento y desarrollo económico de las microempresas en el Sector Avenida Los Puentes perteneciente al Cantón Cumandá, periodo 2012-2014, a través de un estudio de campo para conocer objetivamente la realidad del sector.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Evaluar cómo afecta los niveles actuales de los recursos económicos para el desarrollo microempresarial en los negocios del sector.
2. Analizar como incide la preparación de los microempresarios en el éxito y la correcta administración de los negocios.
3. Estudiar como incide los sistemas actuales de planificación empresarial en el cumplimiento de los objetivos establecidos.

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. Justificación de la Investigación

Se desarrolla el presente trabajo con el motivo de conocer el crecimiento y desarrollo económico de las microempresas que se encuentran situadas en el Cantón Cumandá, en el Sector Avenida Los Puentes, donde se han venido formando e instalando aquellos locales comerciales ya que este es una vía de constante tránsito en donde los habitantes han sacado provecho de estar situado en ese lugar, y mucho de estas personas han comenzado probando suerte con algún tipo de negocio el cual les genere ingresos económicos para poder cubrir sus necesidades familiares y así subsistir.

En sí muchos de estos negocios han comenzado con el apoyo familiar y de hechos hasta el día de hoy siguen siendo así y generan muchas entradas de efectivo para todos los miembros de la familia; pero también con el pasar de los años los fundadores de aquellos negocios que han tenido éxito, muchos han fallecido y sus hijos o descendientes no han seguido con esto y se ha cerrado a pesar de tener ya una gran cantidad de cliente fijos.

Además se ha producido en muchos casos que al momento de emprender una persona algún tipo de negocio este no ha tenido la acogida esperada y un tiempo determinado ha tenido que cerrar; muchas de estas personas las cuales tienen propiedades en la vía también han sabido hacer alguna construcción y alquilar a otras personas interesadas para que puedan establecer su microempresa. Por estos motivos se desarrolla esta investigación la cual se desea conocer como antes se ha expuesto el crecimiento y desarrollo de las microempresas de este sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. Antecedentes históricos

Se ha considerado desde hace décadas el comercio en las carretas principales en cualquier pueblo, cantón o ciudad una alternativa ventajosa para las familias que tiene el deseo de poder tener un ingreso económico y aún más aprovechando la oportunidad que tiene la ubicación de su hogar, haciendo de esto un espacio para sacar a vender algún producto y poder llamar así la atención de los transeúntes para que se puedan convertir en sus clientes. Esto se convierte en negocios familiares ya que en sí el lugar de su puesto de trabajo comienza siendo su hogar y de ahí es que se van formando las microempresas familiares. Aquellas microempresas se forman de manera personal, comienza por una persona o por un conjunto menos de 10 las cuales desean emprender algún negocio nuevo al verse desempleados y por obtener algún sustento económico para su vida.

El nacimiento de muchos cantones parte de vías de acceso a grandes zonas, el caso actual es puerta de entrada a la sierra centro del país y así mismo de la costa ecuatoriana que es el Cantón Cumandá donde su principal avenida “Los Puentes” ha sido desde su invasión y formación la vía más transitada por su conexión, circulan en esa avenida cientos de carros todos los días. Desde su invasión y la conexión que existe entre ambas regiones. Podemos analizar que se fueron ubicando familias en este lugar para poder construir su hogar y observando la situación y el movimiento existente a diario, fueron creando un espacio donde este se convertiría su negocio.

Iniciaron la actividad unos pocos locales que fueron incrementando con el pasar del tiempo e incluso como una copia de los negocios actuales, puesto que observando un vecino al otro que comienza con alguna idea de negocio este ha seguido el mismo curso en emprender otro dándole en si competencia o estableciendo otro tipo de negocio; todo esto se base en la necesidad que existe de los transportistas que a diario pasa por esa ruta, queriendo sea pararse a comprar algo para refrescarse, buscar algo de alimento o comprar cualquier otra cosa que necesite. Pero no siempre todo negocio que se ha establecido ha sido un éxito, ya que por varios motivos como económicos, educativos, competencia, perseverancia, constancia, estos no han logrado sus objetivos; aunque aún existen algunos que siguen funcionando y han sabido luchar contra cualquier obstáculo que se ha presentado para sacar adelante su negocio y han establecido una gran conexión con las personas que viven en el cantón y las personas afueras del mismo que se convierten en sus clientes fieles.

Una de las ventajas que existe en este cantón y en especial el sector que va ser objeto de nuestro estudio es que es turístico y por ende pasan y llegan cientos de personas observando la gran variedad que existen de microempresas y pueden encontrar lo que necesiten al paso de su viaje.

2.1.2. Antecedentes referenciales

Según (CUENCA RÍOS, 2012) en el trabajo de tesis resaltó que “...a las personas emprendedoras por sí mismo y que surgen desde abajo, es decir empezando con pequeñas cosas y que buscan el crecimiento personal y empresarial, se le considera microempresarios”.¹

Las necesidades de generar ingresos que permitan subsistir a la familia en muchos casos son las situaciones que generan los nuevos emprendimiento como alternativa real, es por este motivo que las personas o familias existentes en el lugar de investigación tuvieron en varios casos la necesidad de obtener dinero por lo cual tuvieron una idea de la cual surgió su negocio, a estas se los considera emprendedores.

¹ CUENCA RÍOS, Karina: *Estrategias de comercialización para emprendimientos inclusivos y solidarios y modelo de gestión financiero de los socios de la cooperativa luz del valle*, p. 20.

Este tema de investigación toma como referencia de (CUENCA RÍOS, 2012) y nos dice que:

La mayoría de las microempresas existentes constituye un vasto sector de subsistencia, en el que encontramos unidades que se dedican a actividades de comercio, producción o servicios relativamente pequeñas y usualmente con menos de tres trabajadores, incluyendo al dueño. Normalmente se dedican al sector comercial, mantienen bajas cuentas de resultados que se aplican al sostenimiento de la unidad familiar, casi nunca llevan un registro de sus actividades, operan con bajísimos niveles de tecnología y activos fijos, se concentran en los centros urbanos, y presentan un nivel de escolaridad media que no supera el nivel primario.²

Estos son varios los casos que podemos encontrar en nuestra fuente de investigación ya que varios de esos microempresarios no llevan un orden en el proceso administrativo de sus negocios o una contabilidad adecuada para manejar adecuadamente el local.

Según (RAMOS HERÁN, 2013) en su tesis nos comenta que:

El sector comercial del cantón se basa principalmente en la micro, pequeña y mediana empresa, siendo el sector artesanal de mayor representatividad, pero en el que se ha podido observar la existencia de muchos problemas que ocasionan un limitado crecimiento económico y competitivo. La mala administración de sus negocios, el desconocimiento de las leyes tributarias, el trabajo informal y dificultades para adquirir los créditos han ocasionado que se generen pérdidas económicas. Por lo que se propone el análisis de la problemática, lo que permitirá reconocer los factores que ocasionan estos problemas, para lo cual se ha determinado un diseño investigativo donde se utilizara las técnicas e instrumentos que facilitara el análisis lo que nos ayudara a encontrar una solución viable a esta problemática, proponiendo el diseño de un plan de capacitaciones a este gremio, las cuales se realizaran por medio de los programas de vinculación con la colectividad, donde los estudiantes podrán impartir los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias y facilitaran sus prácticas pre profesionales.³

² CUENCA RÍOS, Karina: *Estrategias de comercialización para emprendimientos inclusivos y solidarios y modelo de gestión financiero de los socios de la cooperativa luz del valle*, p. 21.

³ RAMOS, Patricia y ANCAYAY, Diana: *Análisis de los principales problemas que inciden en el desarrollo económico y competitivo del sector artesanal del cantón Milagro, provincia del Guayas*, p. xvi

Se da a conocer que en las micro, pequeña y medianas empresas existentes varios problemas por desconocimientos de los propietarios de los mismos siendo la principal razón la aplicación de una adecuada administración o la falta de la misma dentro de los negocios, evitando así que haya un crecimiento de la misma y pueda ser de alta competencia frente a los demás; es así que se ha dado como solución aplicar una capacitación para transmitir los conocimientos necesarios a los emprendedores y estos a su vez lo desarrollen en su negocio.

Según (ORTA SALAZAR, 2013) en el trabajo de tesis resaltó que:

Según los autores Reina Maylín, Hernández Oro; Alberto A., Medina León; Gilberto D. y Hernández Pérez en su trabajo de Mejoramiento de Procesos clave a través del análisis del Valor Añadido en Empresas; determina que es importante el rol que las organizaciones que se desempeñan en la sociedad; por esta razón, el sector empresarial necesita nuevos procesos de calidad y su capacidad de generar un alto valor añadido en la actividad económica es objeto creciente de numerosos análisis y estudios a fin de mejorar su eficiencia y competitividad. Su conclusión es que la mejora de procesos constituye una tendencia actual en la gestión de las organizaciones modernas que tiende cada vez más a sustituir a la tradicional basada en funciones, toda vez que hace más expeditas las vías para lograr la satisfacción del cliente, lo cual es, en mayor o menor medida, de manera innovadora y relativamente sencilla, demostrando su viabilidad como instrumento metodológico para el perfeccionamiento de la gestión y desempeño en este tipo de empresas.⁴

Nos demuestra que es de gran importancia la calidad que debe haber en el bien o servicio que ofrece cada microempresa para así tener una acogida por parte de la población ya que es importante para sobresalir ante la competencia, haciendo utilización de las mejores opciones para desarrollar su trabajo y lograr el éxito deseado.

Según (RODRÍGUEZ VILLAMAR, 2013) en el trabajo de tesis resaltó que:

El presente de este estudio se lo direcciona al sector de las PYMES en la ciudad de MILAGRO con la finalidad impulsar el desarrollo empresarial y económico de este importante sector. La importancia de la asesoría hacia este importante

⁴ ORTA, Martha y RODRÍGUEZ, Patricia: *Diseño de un programa de desarrollo empresarial, enfocado en actividades que incrementen la rentabilidad de las microempresas del sector de servicios del cantón Milagro*, p. 15.

sector es dar a conocer a los administradores en gestión de servicios y filosofía de servicios de atención al cliente, sobre la importancia de tener satisfechos a los clientes. Este estudio tienen como objetivo analizar los diversos problemas que presentan este importante sector con la finalidad de aportar con herramientas y estrategias de gestión, de servicio en gestión de calidad, estableciendo parámetros de acuerdos a las a normas ISO, además de establecer el nivel de gestión de este importante sector, aportando al desarrollo económico empresarial del cantón Milagro.⁵

Se observa que es de gran importancia el servicio que se debe dar a los consumidores y así mismo saber aplicar técnicas administrativas para el buen funcionamiento de los locales comerciales para que haya buenos resultados, así logrando el crecimiento y desarrollo de cada una de ellas.

2.1.3. Fundamentación

Es importante el estudio de esta investigación referente al crecimiento y desarrollo económico que han tenido las microempresas de la avenida “Los Puentes” a través de los años y si habido una mejora de las mismas, observando así la manera que ponen en práctica su labor.

Estas microempresas ubicadas al pie de la vía se han venido instalando de a poco una a una observando la importancia que hay en ese sitio para la comercialización y la acogida de la misma, así empleando un trabajo para beneficios de muchas personas que son en muchos casos estos negocios el sustento de muchos hogares que se encuentran situadas en el lugar.

Estas microempresas que ofrecen varios bienes y servicios para todos los pobladores y aquellas personas que transitan a diario, han demostrado que son indispensables para cubrir las necesidades del mercado por lo que respecta al estudio de sus buenas prácticas para algunos casos que han crecido y desarrollado y la manera que lo han hecho, pero así mismo lo que pasa con las no han logrado sus objetivos.

⁵ RODRÍGUEZ VILLAMAR, Rosibel: *Creación de una oficina de asesoría y desarrollo integral para el crecimiento y desarrollo de las PYMES dedicadas a prestar servicios en el cantón Milagro*, p. xiv.

2.2. MARCO LEGAL

Tabla 1. PROGRAMAS Y PROYECTOS PARA EL DESARROLLO DE LAS MICROEMPRESAS

Programa/Proyecto	Objetivos
Programa Global y Sectorial para el Desarrollo de las PYMES	Contribuir a mejorar la competitividad del sector, desarrollar la institucionalidad relacionada y el mercado de servicios empresariales para el sector.
Proyecto: Formación de Clusters y Redes Productivas	Aumentar la productividad y competitividad a partir del mejoramiento de su capacidad asociativa y de gestión, buscando su sobrevivencia y crecimiento en el corto plazo y su inserción y sostenibilidad en el mediano y largo plazo.
Desarrollo de Emprendedores	Creación de empresas a través de herramientas no financieras y acompañamiento en la consecución de recursos financieros.
Observatorio para la Micro, Pequeña, Mediana Empresa y Artesanías	Contar con un sistema informático que contenga datos sistemáticamente actualizados.
Proyecto: Capacitación para el Mejoramiento de la Competitividad de las MIPYMES y Artesanías	Apoyar la modernización de la gestión empresarial, mediante la ejecución de cursos de capacitación en las áreas de: Gestión de la Calidad y Productividad; Gestión Financiera y Contable; Gestión de Recursos Humanos y, Gestión de Comercialización y Mercadeo.
Proyecto: Ferias y Promoción de MIPYMES Artesanías	Apoyar la gestión comercial de las MIPYMES y Artesanías a través de participación en Ferias y Ruedas de Negocios. ⁶

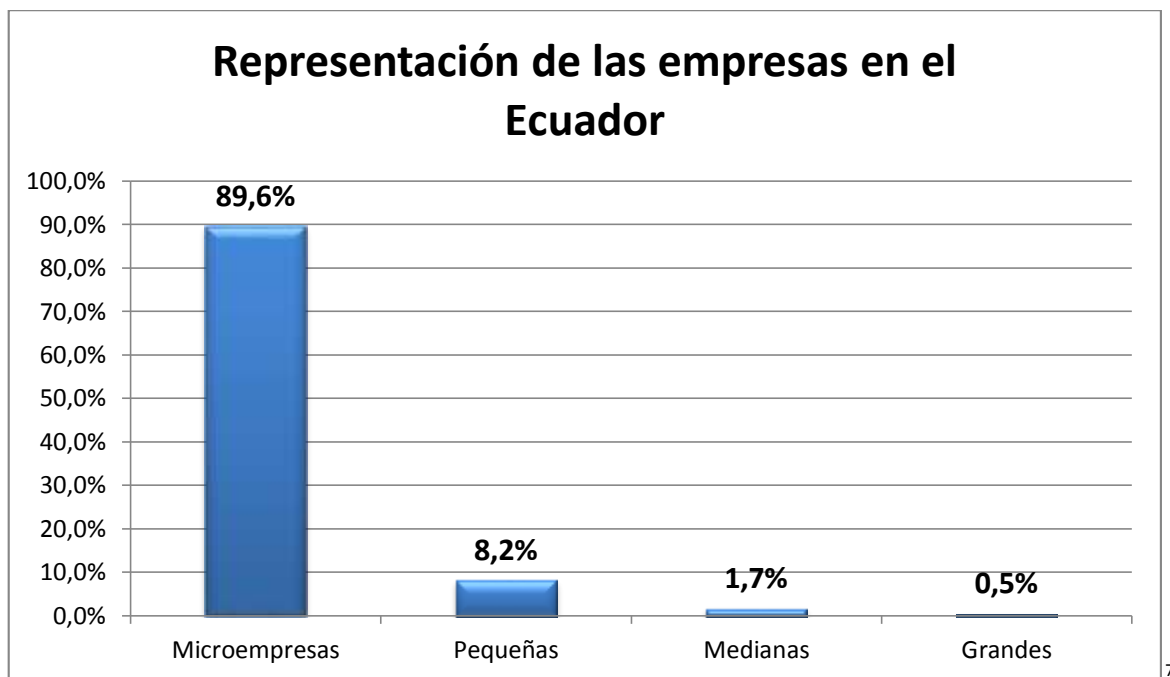
Fuente: Plan Nacional para el Buen Vivir

⁶ PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR: MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA, <http://plan.senplades.gob.ec/micro-pequena-y-mediana-industrias>

Elaborado: Plan Nacional para el Buen Vivir

En la tabla empleada existen proyectos los cuales el gobierno establece para el desarrollo de las microempresas en el Ecuador, para así tener los requerimientos necesarios y actualizados los cuales puedan tener una gran relevancia en el mundo de los negocios.

Gráfico 1. NÚMERO DE MICROEMPRESAS EXISTENTES EN EL ECUADOR



Fuente: Instituto nacional de estadísticas y censos

Elaborado: Autora

El gráfico establecido nos muestra el número de microempresas existentes en el Ecuador actualmente.

Basándonos en la ley que nos rigue cumplir los siguientes enunciados:

Art.- 3.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por: a) la búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y

⁷ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: *Inec y Senplades presentan el directorio de empresa*, <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>.

*subsistencia; b) su compromiso con la comunidad, el desarrollo territorial y la naturaleza; c) la ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros; d) la no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros; e) la autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad; f) la prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.*⁸

Se busca en base al artículo creado que las organizaciones que se crean o están ya establecidas generen un entorno laboral adecuado donde puedan realizar sus actividades las cuales el recurso humano siendo uno de los más importantes dentro de ella sea tratado con dignidad y respeto, para que así mismo cumplan con sus obligaciones.

*INTERÉS PÚBLICO Art.- 5.- Declárase de interés público y prioridad del estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como mecanismo eficaz para construir el sistema de economía social y solidaria, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir al desarrollo económico, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.*⁹

Se crean estas organizaciones además para poder establecerse como emprendedores los cuales de a poco vallan creciendo y así poder generar fuentes de trabajo que no solamente será para beneficio del propietario sino a la vez para más personas desempleadas que necesitan obtener recursos económicos para su hogar.

*Art. 16.- Las unidades socioeconómicas populares, en el ejercicio de sus actividades de producción en pequeña escala, con el uso de tecnología artesanal, orientada a un mercado consumidor predominantemente local, serán administradas por sus propietarios que trabajarán, preferentemente, con la colaboración de sus familiares no remunerados. En todo caso, será el servicio de rentas internas quien, mediante resolución, fijará los límites de capital, activos, ventas y trabajadores asalariados que deberán tener estas unidades, para mantenerse amparadas por la presente ley y cuando excedan dichos límites serán consideradas como empresas del sector privado.*¹⁰

⁸ INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA: *Ley de la economía popular y solidaria*, p. 3. http://www.economiasolidaria.org/files/ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf

⁹ INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA: *Ley de la economía popular y solidaria*, p. 3. http://www.economiasolidaria.org/files/ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf

¹⁰ INSTITUTO NACIONAL DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA: *Ley de la economía popular y solidaria*, p. 6. http://www.economiasolidaria.org/files/ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf

Además del establecimiento del local y el cual debe someterse a las leyes para su funcionamiento este debe a sus empleados ampararlos bajo la ley dispuesta, obteniendo así todo lo reglamentario y elaborando de manera adecuada en el mercado.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- **PROCESO ADMINISTRATIVO**

Para Liz Reyes el proceso administrativo es:

Un proceso es el conjunto de pasos o etapas necesarias para llevar a cabo una actividad. La administración comprende varias fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento exhaustivo es indispensable a fin de aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina, correctamente.

En su concepción más sencilla se puede definir el proceso administrativo como la administración en acción, o también como:

El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.¹¹

Seguimiento de una secuencia para realizar actividades la cual ayude a la planeación, organización, dirección y control de una organización en donde se trabaje con todos los medios y recursos disponibles y necesarios para lograr el fin que se tiene.

- **PLANEACIÓN**

Para Javier Cruz la planeación es:

Es la primera ficha de este rompecabezas, dentro de ella se siguen los siguientes pasos: investigación del entorno e interna, planteamiento de estrategias, políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto, medio y largo plazo.¹²

¹¹ REYES CANO, liz: *El proceso administrativo*, http://www.angelfire.com/zine2/uvm_lce_lama/padmon.htm.

¹² CRUZ CHIMAL, Javier: *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*, <http://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>.

La forma en que algo se debe preparar con anticipación teniendo un plan en mente y sobre todos a los objetivos que se desea alcanzar, este se lo puede establecer en un tiempo determinado según su complejidad.

- **ORGANIZACIÓN**

Para José Alfredo Rocha la organización es:

El proceso de disponer y destinar el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización en una forma tal que pueda logra los objetivos de la organización de manera eficiente.¹³

La organización es la forma más convenientes en la cual los superiores elaboran un esquema donde se les es asignado a cada trabajador sus funciones y los recursos necesarios para cumplir su labor.

- **INTEGRACIÓN**

La integración de personal se define como cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Este objetivo se cumple al identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo, realizar un inventario del personal disponible y reclutar, seleccionar, contratar, ascender, evaluar, planear las carreras, remunerar y capacitar o desarrollar en alguna otra forma tanto a los candidatos como a los titulares de los puestos, para que puedan cumplir con sus tareas de un modo eficaz y eficiente.¹⁴

La integración es el proceso donde los superiores deben seleccionar a cada uno de los trabajadores los cuales ocuparan un puesto importante dentro de una organización, para lo cual se debe hacer una previa selección de ellos para elegir al indicado el cual cumpla con las características que necesita el puesto.

- **DIRECCIÓN**

Para Wilson Velastegui la dirección es:

¹³ ROCHA, José: *Proceso administrativo*, <http://www.monografias.com/trabajos-pdf5/proceso-administrativo-etapas/proceso-administrativo-etapas.shtml>.

¹⁴ *Procesos y etapas de la administración*, <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/mercapim/3.pdf>.

La ejecución de todas las etapas del proceso administrativo mediante la conducción y orientación del factor humano, y el ejercicio del liderazgo hacia el logro de la misión y visión de la empresa.¹⁵

La dirección es la forma de llevar a cabo todos los procesos establecidos en un plan para ejecutar el trabajo, mediante la orientación adecuada para que cumpla a cabalidad y con disciplina las funciones dispuesta.

- **CONTROL**

Para el Banco Bilbao Vizcaya Argentaria el control es:

Controlar consiste en verificar que todo salga como se había previsto al hacer la planificación. Esta tarea afecta a todos los niveles de la empresa, tanto a los altos directivos, que son los que toman las decisiones que marcan el rumbo de la organización, como a los niveles de gestión, en los que adoptan las pautas de funcionamiento del día a día de la empresa. La finalidad es, por tanto, detectar las desviaciones respecto a las previsiones (si algo hay que averiguar el por qué), con la intención de corregirlas antes de que se produzcan consecuencias negativas.¹⁶

Es el proceso final el cual se aplica en una labor, tarea o función donde se le da seguimiento a lo que se realiza con el fin de realizarlo de la mejor manera, pero si existiera un problema en el mismo será de gran ayuda para rectificar el error.

- **MICROEMPRESA**

Según Miguel Chorro: “Es una persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante que tiene un nivel de ventas brutas anuales de hasta US\$100,000 y hasta 10 trabajadores remunerados”.¹⁷

Está constituida básicamente por un número pequeño de trabajadores incluyendo su propietario, generalmente no pasa de más de diez trabajadores, la misma puede partir de una idea la cual se convierte en un proyecto de un emprendedor, donde además

¹⁵ VELASTEGUI, Wilson: *Proceso administrativo*, <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/proceso-administrativo-6854883>.

¹⁶ BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA: *Las cuatro etapas del proceso administrativo*, <http://www.bbvacontuempresa.es/a/las-cuatro-etapas-del-proceso-administrativo>.

¹⁷ CHORRO, Miguel: *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas: el caso de El Salvador*, p. 17.

con ayuda de ciertas instituciones financieras puede concederles crédito para la creación de la misma.

- **PATRIMONIO FAMILIAR**

Según Juan Enrique Medina Pabón: “De una familia compuesta por un hombre y una mujer mediante matrimonio, o por compañero o compañera permanente y los hijos de éstos y aquéllos menores de edad”.¹⁸

Para esto es la unión legal monogámica entre un hombre y una mujer, donde los bienes que obtienen dentro del matrimonio serán para beneficios de ambos y de los hijos dentro del hogar formado.

- **COMERCIO**

Una actividad social y económica que implica la adquisición y el traspaso de mercancías. Quien participa de un acto de comercio puede comprar el producto para hacer un uso directo de él, para revenderlo o transformarlo.¹⁹

Es la acción de comprar y vender bienes o servicios, o realizar negociaciones entre una o varias personas con el fin de satisfacer las necesidades tanto del comprador como el vendedor; además se considera también comercio al local o establecimiento de un negocio por parte de una persona.

- **FINANCIAMIENTO**

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.²⁰

Manera la cual se puede conseguir o aportar con recursos económicos, es decir con dinero para poner en marcha alguna actividad o proyecto en la cual una empresa o persona particular pueda disponer.

- **EMPRENDEDOR**

¹⁸ MEDINA PABÓN, Juan: *Derecho civil derecho de la familia*, p. 207.

¹⁹ *Concepto de Comercio*: <http://definicion.de/comercio/>.

²⁰ *Qué es el financiamiento*: <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>.

Es un agente de cambio, una persona que innova y que, al hacerlo, crea valor económico, social y/o ambiental ofreciendo nuevas soluciones. Por ello, la pasión, el riesgo, la incertidumbre, la trascendencia, la innovación, las oportunidades y la ambición son algunas de las palabras que podrían usarse para describir a la mayoría de los emprendedores.²¹

Es una persona que aprovecha las oportunidades y las ideas basándose en las necesidades del mercado para plantear una actividad sea común u original,

- **FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES**

Con relación a la fidelización de los clientes, Lorena Agüero nos comenta que significa:

Que un cliente escoja mi empresa para realizar todas o la mayoría de las compras implica que ese cliente es fiel. La fidelización pretende establecer un vínculo a largo plazo entre la empresa y el cliente, que la relación e una vez finalizada la compra.²²

Consistes en la manera de captar a las personas, enfocándose en la manera de tratarlos emocionalmente para apalancarlos a nuestro fin y así satisfacer las necesidades que desee, llevándose una buena imagen y emoción dentro de ellos lo cual nos beneficiara para que se conviertan en nuestros clientes fieles.

- **NECESIDAD**

Según Antonio Vargas: “Se define la necesidad como la insuficiencia de algo que se siente o percibe necesario para el mantenimiento, permanencia y desarrollo del ser humano. Las necesidades pueden ser: físicas, mentales, emocionales y sociales, ya que las personas necesitan desarrollarse en todas estas áreas para realizarse”.²³

La necesidad es la falta que tiene o sienten las personas en algún aspecto interno o externo, de esto necesitan ellos para poderse sentirse realizados llenando este vacío que siente.

- **INNOVACIÓN**

²¹ BUENOS AIRES CIUDAD: *Qué es un emprendedor*, <https://serloquequieras.buenosaires.gob.ar/emprendedorismo/que-es-un-emprendedor>.

²² AGÜERO COBO, Lorena: *Estrategia de fidelización de clientes*, p. 13.

²³ VARGAS BELMONTE, Antonio: *Marketing y plan de negocios de la microempresa*, p. 32.

Para Wendy Manzano, la innovación es:

"...el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado".²⁴

Es la manera como mejorar algo aportando que cambiara la forma de las cosas y que se desea que tenga un impacto profundo en las personas.

2.4. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1. Hipótesis General

La incidencia del conformismo por parte de los microempresarios genera que haya una ausencia en la innovación y crecimiento de sus negocios en el Sector Avenida los Puentes.

2.4.2. Hipótesis Particulares

- El desarrollo microempresarial de los negocios del sector se ven afectados por los actuales recursos económicos que existen y generan.
- La ausencia de preparación por parte de los microempresarios incide en la administración de la misma.
- Existen objetivos establecidos de las microempresas basados en una planificación empresarial adecuada.

2.4.3. Declaración de variables

Tabla 2. Declaración de las variables

Componentes	Variables	Técnica
La incidencia del conformismo por parte de los microempresarios	Variable Dependiente: La innovación y crecimiento de sus negocios en el Sector Avenida los Puentes.	Encuesta

²⁴ MANZANO POLÍO, Wendy: *La gestión de la innovación como herramienta para la competitividad*, <http://www.monografias.com/trabajos34/innovacion-y-competitividad/innovacion-y-competitividad.shtml>

genera que haya una ausencia en la innovación y crecimiento de sus negocios en el Sector Avenida los Puentes.	Variable Independiente: Conformismo por parte de los microempresarios	
El desarrollo microempresarial de los negocios del sector se ven afectados por los actuales recursos económicos que existen y generan.	Variable Dependiente: Desarrollo microempresarial Variable Independiente: Recursos económicos	Encuesta
La ausencia de preparación por parte de los microempresarios incide en la administración de la misma.	Variable Dependiente: Administración de las microempresas. Variable Independiente: Preparación	Encuesta
Existen objetivos establecidos de las microempresas basados en una planificación empresarial adecuada.	Variable Dependiente: Objetivos establecidos Variable Independiente: Planificación empresarial	Encuesta

Fuente: Problemática del proyecto

Elaboración: Autora

2.4.4. Operacionalización de las variables

Tabla 3. Operacionalización de las variables

Variab les	Conceptualización	Indicadores	Instrumentos
Innovación y crecimiento económico	La innovación es realizar o inventar algo nuevo y que diferencia a algo de lo demás. Crecimiento es tener mayores entradas de dinero	Número de planes estratégicos. Porcentaje de ventas.	Encuesta

	agregando valor a un bien o servicio.		
Conformismo	La manera que un ser humano tiene de actitud frente a una situación y a su diario vivir, es decir aceptar lo que le suceda y estar conforme con la situación.	Porcentaje de ganancias	Encuesta
Desarrollo microempresarial	Es la manera de aumentar una organización con mejores recursos a utilizar y este tenga un mejor manejo.	Porcentaje incremento en ventas	Encuesta
Recursos económicos	Son los materiales o inmateriales que se necesitan para emplear en algún proceso para desarrollar un negocio.	Porcentaje de ganancias	Encuesta
Administración	Es una ciencia la cual nos ayuda y a la vez aplicamos para las organizaciones donde su principal objetivo es llevar un buen funcionamiento de la misma realizando una planificación, organización, dirección y control de las funciones que se desempeñan.	Nivel de conocimientos administrativos	Encuesta
Preparación	Disponer de todos los medios necesarios para efectuar alguna acción.	Nivel de conocimientos adquiridos	Encuesta
Objetivos establecidos	Es lo que se desea lograr y donde se ponen en declaración para	Porcentaje de objetivos alcanzados	Encuesta

	saber cómo efectuarla.		
Planificación empresarial	Es la elaboración de un plan para aplicar al funcionamiento correcto de la empresa y que esta cumpla con los objetivos establecidos.	Números de planes estratégicos	Encuesta

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El tema de investigación a realizarse es acerca del crecimiento y desarrollo económico de la microempresas del Sector “Avenida Los Puentes” pertenecientes al cantón Cumandá; para realizar el estudio de nuestra investigación se aplicara aspectos de investigación como:

- **Investigación Descriptiva:**

Según Francisco Mas: “La investigación descriptiva tiene como objeto primordial la descripción de la realidad, siendo sus principales métodos de recogida de información la encuesta e incluso la observación”.²⁵

Porque se identificará las actitudes y manera de prestar el servicio a la demanda diaria que existe en la vía por parte de los microempresarios y observando cuales sus falencias al momento de atender y poder cumplir con los objetivos para atraer a los clientes aún más y exista una fidelidad por parte de ellos.

- **Investigación de Campo:**

La técnica aplicada que se aplicará en la investigación será de la encuesta la cual será dirigida para los dueños de las microempresas del sector para poder identificar los problemas existentes en ellos para que haya una superación en sus negocios.

²⁵ MAS RUIZ, Francisco: *Temas de investigación comercial*, p. 191.

- **Investigación Exploratoria:**

Según Teresa Pintado:

La investigación exploratoria es una investigación inicial para definir con más precisión el problema a analizar. Su objetivo es suministrar al decisor o al investigador una primera orientación sobre la totalidad o una parte del tema que se va a estudiar.²⁶

Ayudará con el tema de investigación para poder conocer de cerca información relevante para poder tener una mejor perspectiva de lo que sucede con los problemas de las microempresas de La Avenida Los Puentes.

- **Investigación Cuantitativa:**

Según Teresa Pintado: “La investigación cuantitativa pretende obtener información que describa hechos cuantificables mediante técnicas más estructuradas que las cualitativas”.²⁷

Se recolectará datos de un número determinado de encuestados para poder verificar nuestras hipótesis empleadas en la investigación.

3.2. LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1. Características de la población

La investigación que se está realizando y la población la cual estoy tomando para ella estará formada por los dueños de las microempresas de la avenida los puentes en donde se estudiará el crecimiento y desarrollo que han tenido estas en los últimos dos años, y es así que la encuesta aplicada ser apara descubrir datos necesarios para observar los problemas existentes en ellos.

²⁶ PINTADO BLANCO, Teresa: *Introducción a la investigación de mercado*, p. 21.

²⁷ PINTADO BLANCO, Teresa: *Introducción a la investigación de mercado*, p. 24.

3.2.2. Delimitación de la población

La investigación se la realizará en todos los locales comerciales del Sector Avenida Los Puentes, donde la población de la misma es finita y cuenta con 40 microempresas.

3.2.3. Tipo de Muestra

Esta investigación es de tipo no probabilístico ya que esta se escogerá a toda la población que se encuentra bajo esta investigación.

3.2.4. Tamaño de la muestra

La investigación que se está efectuando no se procederá a tomar una muestra ya que esta tiene un número limitado a los cuales vamos hacer objeto de investigación donde son todas las microempresas de la Avenida Los Puentes.

3.2.5. Proceso de selección

Quienes son seleccionados para este tipo de investigación son los dueños de las microempresas de la Avenida Los Puentes quienes cuenta con la información fundamental para realizar la encuesta a los mismos y de ahí poder extraer la información que requerimos en esta investigación.

3.3. LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

En la investigación que se está realizando se empleara varios métodos y técnicas las cuales nos será de gran ayuda para analizar las falencias existentes en los microempresarios de la avenida Los Puentes.

3.3.1. Métodos teóricos

- **Método inductivo**

Según José Cegarra:

Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones universales, tales como hipótesis y teorías. Ello es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, lo cual es como admitir que bajo las mismas condiciones experimentales se obtienen los mismos resultados.²⁸

Este método me ayuda con relación a las variables empleadas para aplicar las técnicas a desarrollar y obtener información la cual no sea útil para nuestro tema de investigación.

- **Método deductivo**

Según José Cegarra:

Se lo emplea tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquéllas.²⁹

Me permite este método verificar las hipótesis establecidas en nuestro tema de investigación para poder llegar a una conclusión y solucionar los problemas que se tiene.

3.3.2. Métodos empíricos

- **Método de observación**

Permite observar los hechos que ocurren y evaluar todo lo que pasa en el entorno para poder sacar una conclusión que nos permita desarrollar nuestra investigación.

²⁸ SEGARRA SÁNCHEZ, José: *Los métodos de investigación*, p. 83.

²⁹ SEGARRA SÁNCHEZ, José: *Los métodos de investigación*, p. 82.

3.3.3. Técnicas e instrumentos

La técnica a aplicarse en esta investigación es la encuesta.

La encuesta puede definirse como un conjunto de técnicas destinadas a reunir, de manera sistemática, datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupo de individuos que integran la población estudiada.

Entonces se diseñará y aplicará esta técnica de la encuesta ya que se recolectará información a las microempresas que se encuentra en la Avenida Los Puentes para poder desarrollar nuestra investigación obteniendo así información acerca de la innovación y desarrollo que han tenido las mismas.

3.4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

A través de la información que se recolecte mediante la técnica e instrumento empleado se podrá obtener los datos necesarios para esta investigación, los cuales serán tabulados en Microsoft Excel en las tablas y a continuación se empleará los gráficos de tipo circular, así posteriormente se realizara el análisis de cada uno de los gráficos correspondiente para verificar las hipótesis planteada anteriormente.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

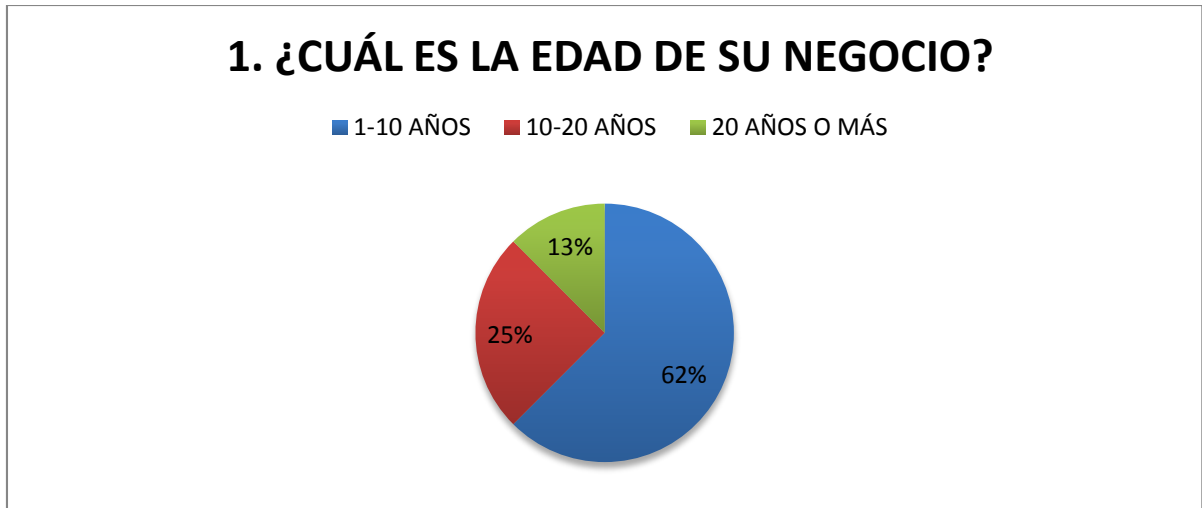
Tabla 4. EDAD DEL NEGOCIO

1. ¿CUÁL ES LA EDAD DE SU NEGOCIO?		
1-10 AÑOS	25	63%
10-20 AÑOS	10	25%
20 AÑOS O MÁS	5	13%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 2. EDAD DEL NEGOCIO



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

De acuerdo con la información recolectada y hecha a las misma microempresas existentes en el Sector, puedo constatar que en su gran mayoría los locales comerciales tienen la edad entre 1 a 10 años que es un 62% de todos aquellos que hay en la avenida, un 25% tienen entre 10 a 20 años, y un 13% son aquellos que tienen de 20 años o más, de acuerdo a lo investigado estos empiezan poco a poco y que están abriéndose paso al emprendimiento de algo nuevo en su gran mayoría, pero nos damos cuenta que si existen aquellas microempresas que han perdurado y han pasado de generación en generación y están activas hasta el momento en su actividad, lo que nos dice que han hecho un buen trabajo.

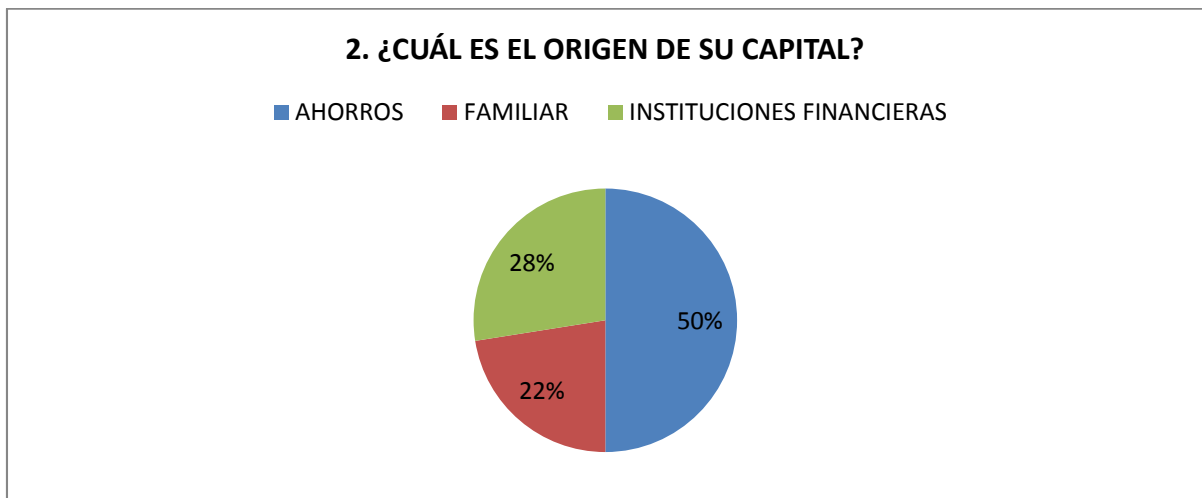
Tabla 5. ORIGEN DEL CAPITAL

2. ¿CUÁL ES EL ORIGEN DE SU CAPITAL?		
AHORROS	20	50%
FAMILIAR	9	23%
INSTITUCIONES FINANCIERAS	11	28%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 3. ORIGEN DEL CAPITAL



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Los resultados que obtuve en base a esta pregunta es que el 50% de aquellos dueños de las microempresas nos dicen que con sus ahorros levantaron su negocio propio, un 25% fue préstamos a instituciones financieras y un 22% de dinero familiar, lo que se puede conocer estos emprendedores tenían en muchos casos dinero guardado lo que con esto nació la idea para montar su local así como hacen muchas personas ya que reúnen para poder invertir en algo y de ellos lograr ganar más con su dinero.

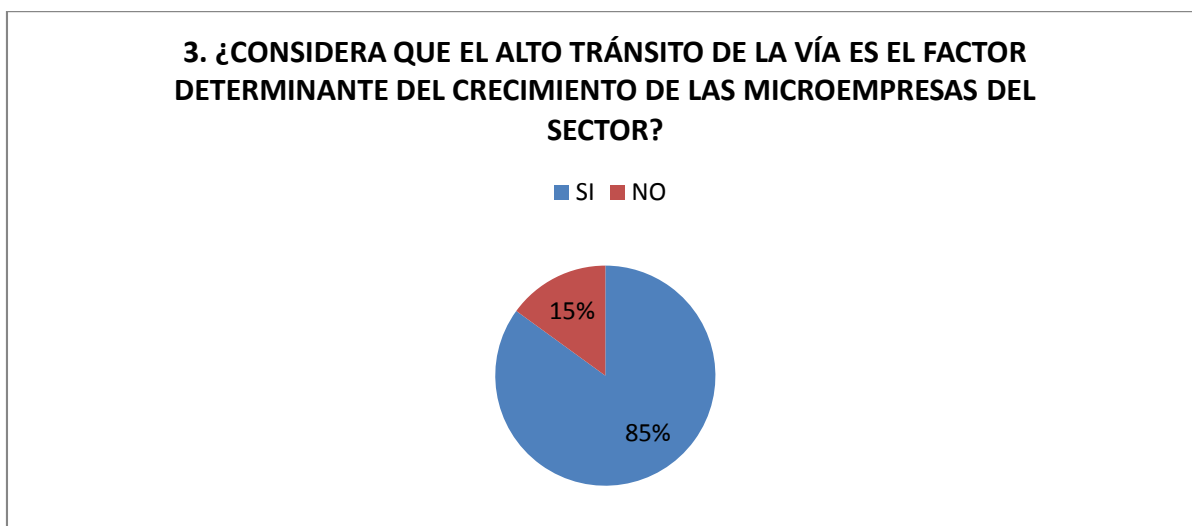
Tabla 6. EL TRÁNSITO DE LA VÍA COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS

3. ¿CONSIDERA QUE EL ALTO TRÁNSITO DE LA VÍA ES EL FACTOR DETERMINANTE DEL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR?		
SI	34	85%
NO	6	15%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 4. EL TRÁNSITO DE LA VÍA COMO FACTOR DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Obtuve como resultado de que si la vía es el factor de crecimiento para las microempresas un 85% de los dueños de los locales respondió que si y otros 15% que no, donde la información de aquellos que en si eso hace que los locales tenga ventas el tránsito vehicular, es decir es el motor del comercio para los locales, pero algunos de ellos consideraron que esto no es el factor que ayuda a sus negocios por la situación actual del país, teniendo en mente pocos de ellos en cerras su microempresa.

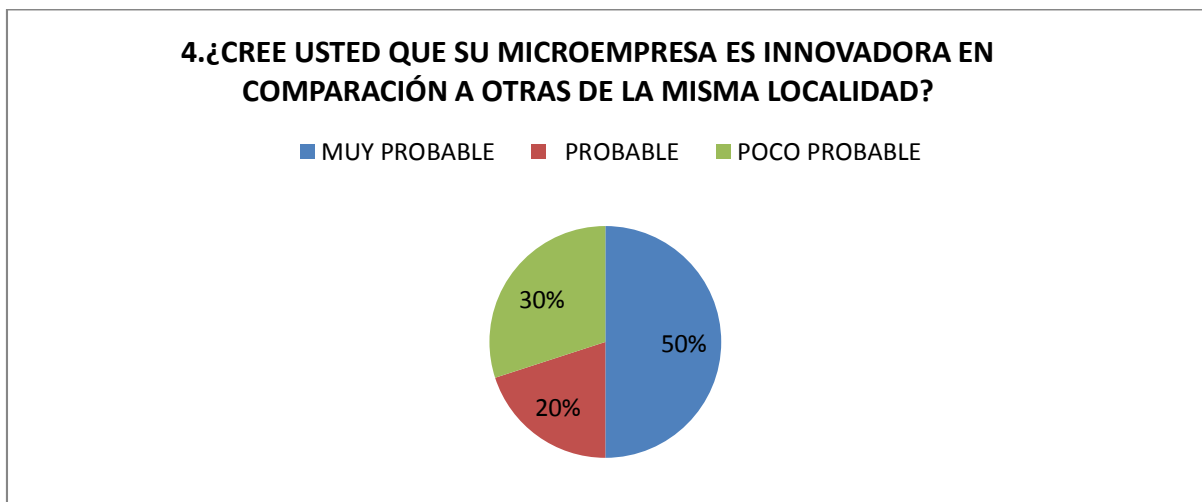
Tabla 7. INNOVACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

4. ¿CREE USTED QUE SU MICROEMPRESA ES INNOVADORA EN COMPARACIÓN A OTRAS DE LA MISMA LOCALIDAD?		
MUY PROBABLE	20	50%
PROBABLE	8	20%
POCO PROBABLE	12	30%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 5. INNOVACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Se obtuvo como resultado que un 50% de ellos nos dicen que su local es muy probable innovador en comparación a otras, un 30% que probable y otro 20% que poco probable; ellos nos comentaron que si tienen innovación ya que ellos ofrecen en varios casos productos o bienes diferentes a los otros o que tienen algo que les diferencie de los demás, pero en algunos casos son locales único de existencia que ofrecen algo a la demanda del sector, quizás por eso es el éxito del mismo.

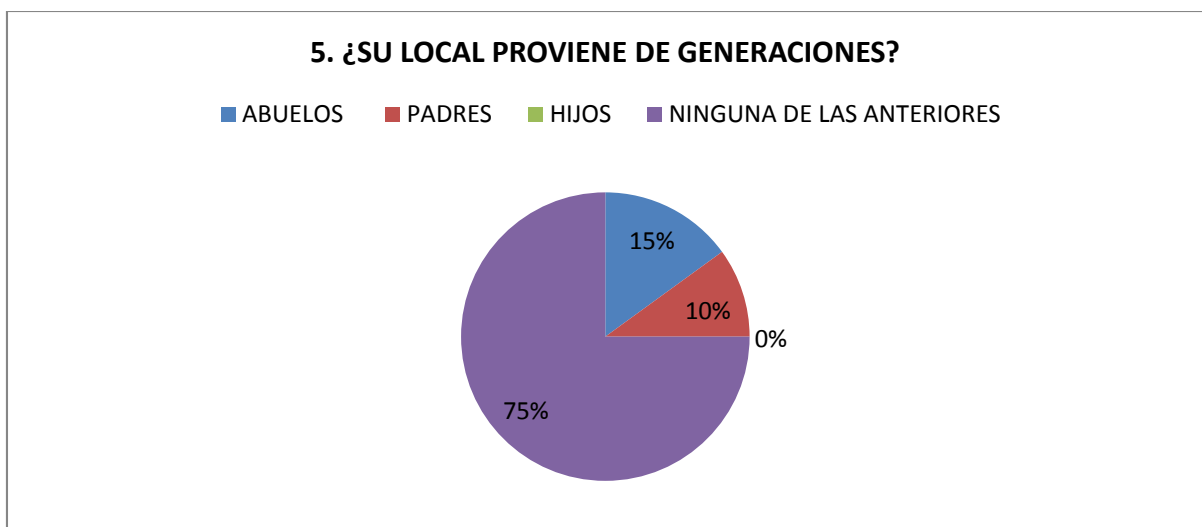
Tabla 8. GENERACIONES DE LOS LOCALES

5. ¿SU LOCAL PROVIENE DE GENERACIONES?		
ABUELOS	6	15%
PADRES	4	10%
HIJOS	0	0%
NINGUNA DE LAS ANTERIORES	30	75%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 6. GENERACIONES DE LOS LOCALES



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Me supieron decir que si su local proviene de generaciones un 75% que ninguna de las anteriores es decir no, un 15% de abuelos, un 10% de padres y 0% de hijos, lo que nos dicen es que muchos de estos locales son nuevos y tienen poco tiempo de creación como para que hayan pasado de generación, lo que cabe recalcar que si ha existido una variación de puesto en esta avenida y pueda que estos no haya tenido un éxito por eso nace otros.

Tabla 9. RESULTADOS DE BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS

6. ¿SU LOCAL NACIÓ EN SÍ DE OTROS RESULTADOS DE BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS?		
MUY PROBABLE	11	28%
PROBABLE	11	28%
POCO PROBABLE	2	5%
NINGUNA	16	40%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 7. RESULTADO DE BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta un 40% de los emprendedores me dicen que su local es muy probable nació de buenas prácticas administrativas, un 28% probable. 27% poco probable y un 5% que ninguna, a lo que nos contestaron es que su local provienen de enseñanzas del trabajo de su padres o abuelos quienes les

enseñaron en varios casos a cómo realizar el trabajo que ofrecen a la población y que gracias a ellos tienen lo que tienen hoy en día.

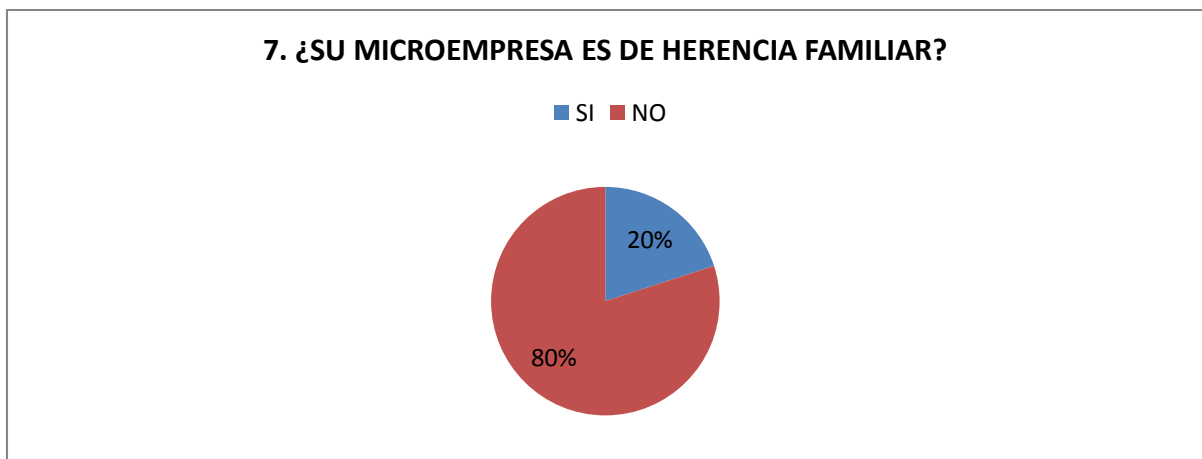
Tabla 10. MICROEMPRESAS DE HERENCIA FAMILIAR

7. ¿SU MICROEMPRESA ES DE HERENCIA FAMILIAR?		
SI	8	20%
NO	32	80%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 8. MICROEMPRESAS DE HERENCIA FAMILIAR



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Los estudios realizados me indican que un 80% de estas microempresas no son de herencia familiar ya que en muchos casos ha ido variando los puestos establecidos y algunos de ellos no han tenido el éxito esperado lo que han cerrado sus negocios o han nacido nuevos locales que ofrecen algo diferente o mejor a lo anterior, pero por otro lado un 20% que si lo son, por lo que nos deja en claro que hay emprendedores de años que han sabido hacer un buen trabajo y al mismo tiempo con esto ganar a los clientes de diferentes lados del país ya que esta vía conduce tanto a la costa y sierra ecuatoriana y por ello el éxito de ellos y han pasado su negocio de generación en generación.

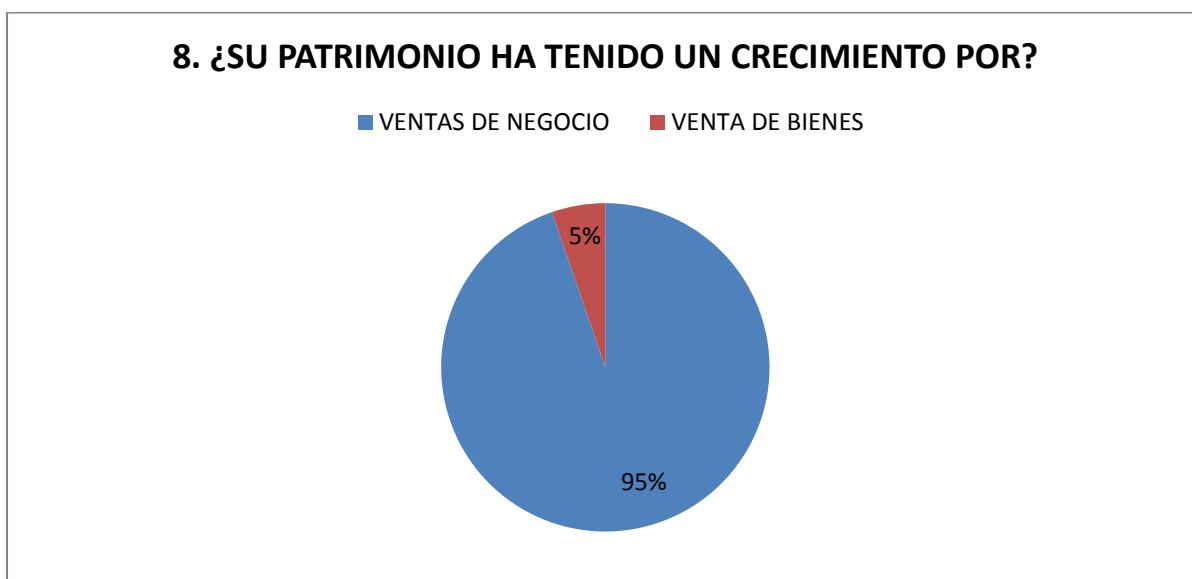
Tabla 11. CRECIMIENTO DEL PATRIMONIO

8. ¿SU PATRIMONIO HA TENIDO UN CRECIMIENTO POR?		
VENTAS DE NEGOCIO	36	95%
VENTA DE BIENES	2	5%
TOTAL	38	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 9. CRECIMIENTO DEL PATRIMONIO



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

De acuerdo con la información recolectada de los microempresarios dicen un 95% que su patrimonio ha tenido un crecimiento por parte de las ventas del negocio lo que permite implementar más cosas al local y dar una mejor atención y además esto les ayuda a salir adelante económicamente, y un 5% que su patrimonio se debe también a las ventas de bienes que tienen para poder sustentar al local.

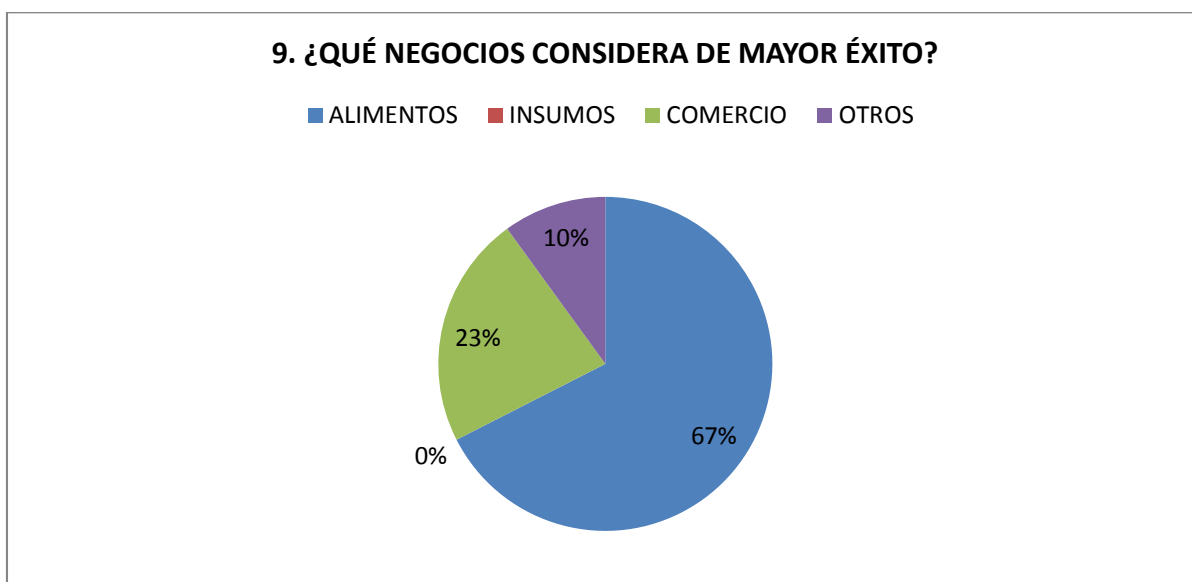
Tabla 12. NEGOCIOS DE MAYOR ÉXITO

9. ¿QUÉ NEGOCIOS CONSIDERA DE MAYOR ÉXITO?		
ALIMENTOS	27	68%
INSUMOS	0	0%
COMERCIO	9	23%
OTROS	4	10%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 10. NEGOCIOS DE MAYOR ÉXITO



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Se considera en gran relevancia que un 67% de los negocios que tienen éxito son los de alimentos por lo que la mayoría de los comerciantes me contestó eso que en si lo que tiene más salida son los locales de comida preparada, un 23% respondió que el comercio del sector ya que los carros se parquean y pueden tener a disposición varias cosas en diferentes locales comerciales, un 10% en otros como vulcanizadoras o talleres de motos o gasolineras y un 0% en insumos.

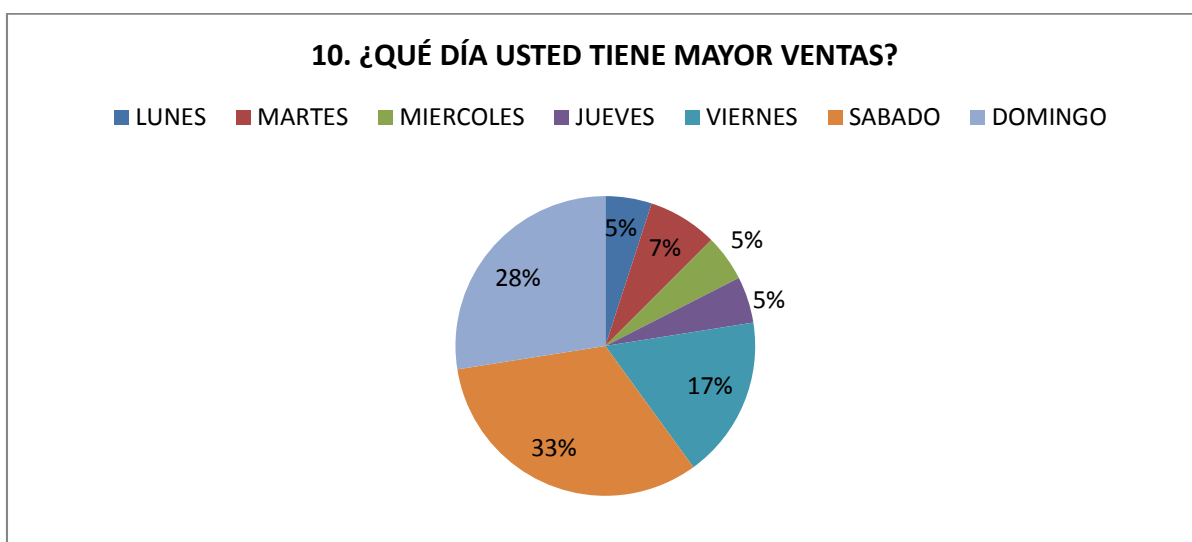
Tabla 13. DÍA DE MAYORES VENTAS

10. ¿QUÉ DÍA USTED TIENE MAYOR VENTAS?		
LUNES	2	5%
MARTES	3	7,5%
MIERCOLES	2	5%
JUEVES	2	5%
VIERNES	7	17,5%
SABADO	13	32,5%
DOMINGO	11	27,5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 11. DÍA DE MAYORES VENTAS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

De acuerdo con los resultados obtenidos con la pregunta de qué día se tiene mayores ventas las microempresas los resultados nos arrojan con un 33% los días sábados y un 28% los días domingos lo que se comprueba que esos días existe un mayor tránsito de la avenida ya que suelen salir montones de familias a pasar un rato de paseo y son

los fines de semana que hay más movimiento comercial para ellos, también otros microempresarios nos dijeron que dependiendo el negocio son las ventas por que otros sus ventas son entre semana, o a diario son días de igual venta.

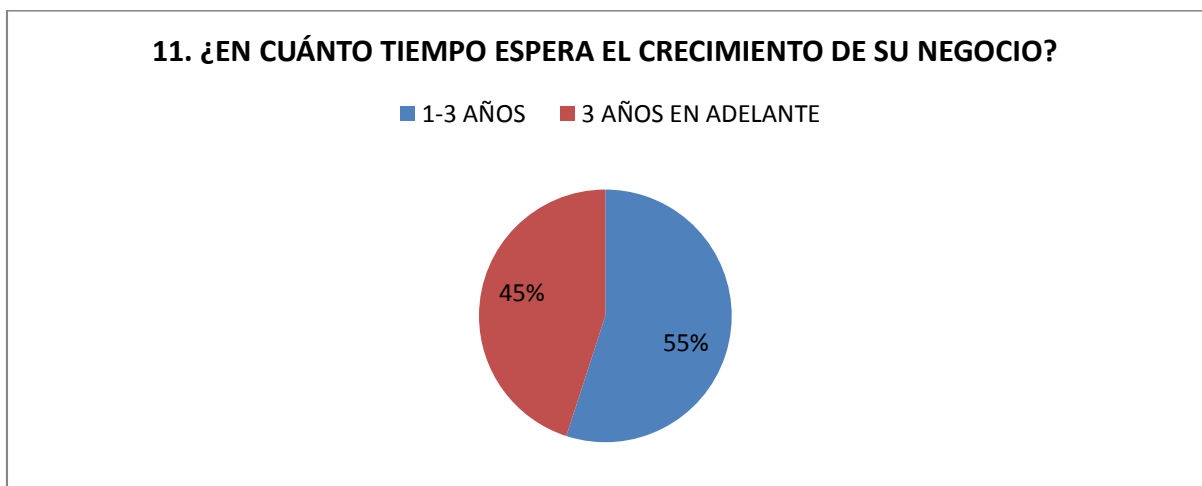
Tabla 14. TIEMPO DE CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

11. ¿EN CUÁNTO TIEMPO ESPERA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?		
1-3 AÑOS	22	55%
3 AÑOS EN ADELANTE	18	45%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 12. TIEMPO DE CRECIMIENTO DEL NEGOCIO



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Se les pregunto a los microempresarios el tiempo que esperan para que sus negocios tengan un crecimiento y ellos nos dicen con un 55% que esperan que de 1 a 3 años esperan que estos tenga un crecimiento tanto en sus ventas como en su implementación de más cosas para poder ofrecer un mejor servicio a sus clientes, y el 45% tienen pensado en mente que haya un crecimiento de 3 años en adelante

porque muchos de ellos no cuentan con el dinero necesario para hacerlo o esperan poco a poco para hacerlos.

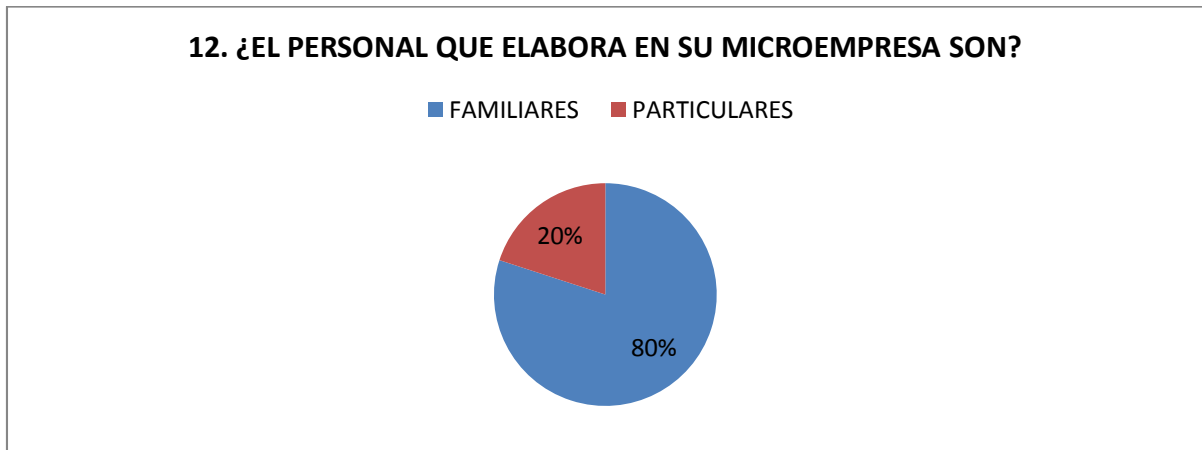
Tabla 15. PERSONAL QUE ELABORA EN LAS MICROEMPRESAS

12. ¿EL PERSONAL QUE ELABORA EN SU MICROEMPRESA SON?		
FAMILIARES	32	80%
PARTICULARES	8	20%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 13. PERSONAL QUE ELABORA EN LAS MICROEMPRESAS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Los microempresarios me informan que un 80% del personal que elabora en sus negocios o reciben ayuda es de sus familiares ya que es mejor tener cerca a ellos y dar una ayuda económica a su vez a su propia familia que tener que contratar a otras personas desconocidas que no tienen tanta confianza como en ellos, y un 20% nos dicen que son particulares.

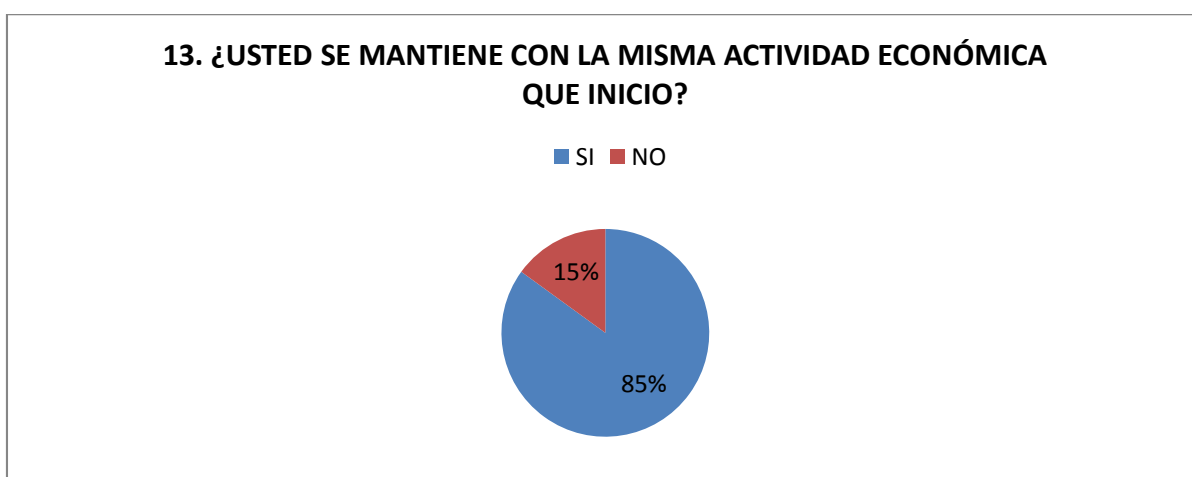
Tabla 16. ACTIVIDAD ECONÓMICA

13. ¿USTED SE MANTIENE CON LA MISMA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE INICIO?		
SI	34	85%
NO	6	15%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 14. ACTIVIDAD ECONÓMICA



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Un 85% de los dueños dicen que si se mantienen con la misma actividad que inicio aunque muchos de estos son nuevos y quizás esa es la razón que están iniciando una labor y probando como les va y un 15% nos dicen que no como en la situación de una de ellas la cual nos dice que ha tenido que cambiar de negocio ya sea las leyes que exigen más cosas o por no hay salida de lo que tenían anteriormente.

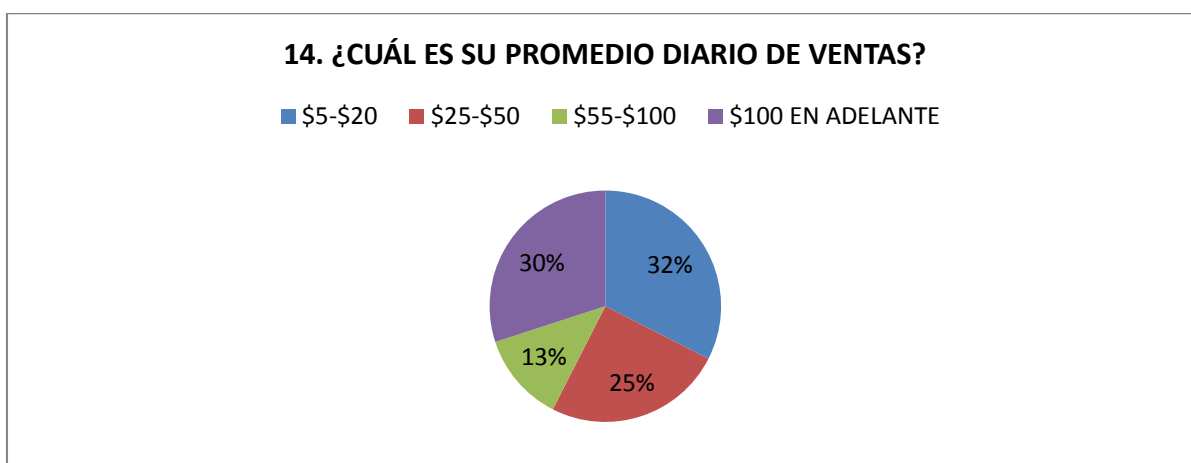
Tabla 17. PROMEDIO DIARIO DE VENTAS

14. ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DIARIO DE VENTAS?		
\$5-\$20	13	32,5%
\$25-\$50	10	25%
\$55-\$100	5	12,5%
\$100 EN ADELANTE	12	30%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 15. PROMEDIO DIARIO DE VENTAS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Se pudo obtener información por parte de ellos que un 32% tienen entre \$5 a \$20 de entradas diarias, un 25% entre \$25 a \$50, un 13% entre \$55 a \$100 y un 30% de \$100 en adelante lo que nos dicen que esto depende del negocio que se tenga, pero por parte de ellos nos dimos cuenta que estos negocios que tienen mayor ventas son los de alimentos es decir de comida preparada y los que tienen menores entradas son los negocios como de bazar, tiendas entre otros.

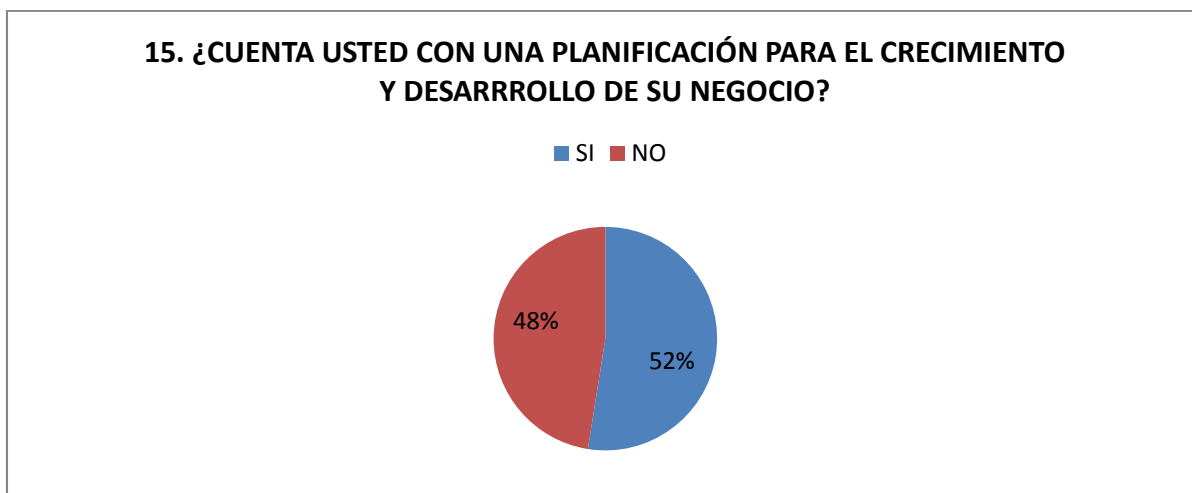
Tabla 18. PLANIFICACIÓN PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS

15. ¿CUENTA USTED CON UNA PLANIFICACIÓN PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE SU NEGOCIO?		
SI	21	52,5%
NO	19	47,5%
TOTAL	40	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

Gráfico 16. PLANIFICACIÓN PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE LOS NEGOCIOS



Fuente: Encuesta realizada por la autora

Elaboración: Autora

De acuerdo a la encuesta realizada nos dicen un 52% que si tienen una planificación para el crecimiento y desarrollo de su negocio por lo que en un tiempo determinado y en mucho casos en menos de 3 años piensan en implementarlo para que este tenga más acogida por parte de los clientes y un 48% nos dicen que no tienen nada ni en mente que hacer aun.

4.2. ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

De acuerdo al resultado que se obtuvo mediante la encuesta realizada a los microempresarios del Sector “Avenida los Puentes”, pude constatar que actualmente la mayoría de ellas no han tenido un crecimiento y desarrollo esperado en los últimos años, a pesar de estar ubicados en un lugar muy estratégico para las ventas.

La información obtenida por la encuesta realizada verifico que en si ciertas microempresas aún existen con el pasar de los años, por su manera de saber administrar, ganarse la fidelidad de los consumidores y saber marcar la diferencia con los demás locales comerciales, pero estas son pocas; por el contrario existen microempresas las cuales por recursos monetarios, conformismo, poca preparación para brindar un buen trabajo, competencia, hace que su labor no sea de gran acogida por la demanda y que estas se vean afectadas por no tener muchos ingresos en sus ventas, que por si se conforman con vivir con el insuficiente ingreso monetario, o piensan en cerrar su local.

Es por eso que estos microempresarios con una información adecuada, planificación y buena administración para poder manejar su negocio podrán obtener mayores recursos monetarios y saber cómo desarrollar su espacio de trabajo.

4.3. RESULTADOS

Gran parte de las microempresas existentes en la actualidad son jóvenes en el mercado, que en muchos casos no tienen una planificación adecuada la cual ayude a desempeñar desde antes de incursionar en los negocios, esto nos indica que hay una falta de procesos de planificación en los negocios establecidos dando así una insuficiente labor para que estos brinde a la sociedad.

De igual manera el conformismo de ellos ha sido un impedimento para desarrollar su negocio ya que siguen de igual manera como empezaron y no brindan algo mejor y destacado con la competencia para así poder obtener una mejor rentabilidad.

Una de las cosas más determinantes para los locales comerciales es sin duda alguna la ubicación de estos que la avenida principal donde transitan diariamente varios vehículos, y este es considerado un factor determinante para las ventas, la mayoría

de dueños de los locales comerciales no supieron decir que los fines de semana son los mejores días para vender ya que existe un mayor tránsito y son los días donde la mayoría de las persona salen de sus hogares a distraerse paseando, pero no para todos los fines de semana son los mejores, pero para algunos comerciantes esto no es bueno ya que en el otro cantón llega la llamada feria de Bucay donde vienen comerciantes de otros lugares y las personas prefieren trasladarse hasta este lugar para poder obtener algo que requieran.

Se ha constatado que la mayoría de estos locales fueron creados en base a ahorros obtenidos por los dueños, después de s creación estos con el tiempo siguen siendo lo mismo y no mejorando en lo que ofrecen, unos tienen en mente muchas cosas para mejorar pero no cuentan con el recurso económico suficiente para hacerlo ya que este es primordial para la implementación de varias recursos para crecer la microempresa.

La preparación de estos microempresarios muchas veces para emprender algo nuevo no es específicamente académico por ciertos de estos locales han nacido gracias a resultado de buenas prácticas a través de sus antecedentes y las enseñanzas que les han dado, sin embargo ciertas personas no tienen esto por lo al crear su microempresa lo hacen con los ojos cerrados y probando suerte para alcanzar el éxito.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO
La incidencia del conformismo por parte de los microempresarios genera que haya una ausencia en la innovación y crecimiento de sus negocios en el Sector Avenida los Puentes.	La pregunta 4 nos da a conocer que existe un 20% de probable y una 30% poco probable que exista innovación en los locales comerciales por lo que es el conformismo y temor de ellos para hacer cosas nuevas hace que no pueda haber un crecimiento en estos.
HIPÓTESIS ESPECIFICA	VERIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO
El desarrollo microempresarial de los negocios del sector se ven afectados	La pregunta 14 nos hace referencia que existe un 32% de los comerciantes los

<p>por los actuales recursos económicos que existen y generan.</p>	<p>cuales tienen un ingreso menos de \$20 diarios, valores que sin duda limitan el desarrollo del negocio, personal y familiar.</p>
<p>La ausencia de preparación por parte de los microempresarios incide en la administración de la misma.</p>	<p>La pregunta 6 nos indica que el 40% de los microempresarios no han tenido preparación alguna para poder administrar adecuadamente su negocio por lo que existe en aquellas ciertas falencias.</p>
<p>Existen objetivos establecidos de las microempresas basados en una planificación empresarial adecuada.</p>	<p>La pregunta 15 nos indica que el 48% de los dueños de los locales comerciales no tienen ninguna planificación el cual puedan emplear para el crecimiento y desarrollo de su negocio por lo que se debería emplear planes para poderlos emplear y aplicar a estos.</p>

5. CONCLUSIONES

- Se concluye que la ubicación es un factor clave para la creación y desarrollo de múltiples comercios ubicado en la zona, unos con mayor éxito que otros, pero como constante no existen comercios que se repitan y causen competencia directa, todo lo contrario son complementarios en función de las necesidades de los clientes que recorren la ruta local. Son los comercios de alimentos los de mayor demanda, existen otros que por tener si bien clientes estos por sede un número limitado afectan a la permanencia de los mismos (ejemplo los lubricantes y repuestos).
- Los comerciantes locales sin han capitalizado sus mejores prácticas, por medio de actividades empíricas pero que reflejan la presencia de las funciones administrativas como: Planeación: al momento de primero confiar en sus mayores atributos de desarrollo de servicios o productos al momento de efectuar una propuesta al consumidor.
- Consultado los diferentes comercios de la avenida “Los Puentes” se mantiene como constante que uno de los mayores atributos es tener la ubicación de alto tránsito a la que se suma la población local, entiendo como atributo el tener facilidades de parqueo y que incluso el próximo lugar que pueda darles facilidades similares está a no menor de una hora de distancia.
- Los comercios que se desarrollan en esta avenida son alimentos preparados 38%, tiendas de víveres 10%, talleres 12,5%, comercio de ropa 10%, otros (gasolineras, bazares, karaokes, venta de materiales de construcción, tapicería) 30% lo cual al ser actividades variedades y ofertas de productos o servicios en su mayoría complementarios y no competidoras e incluso a la vista se detecta construcciones que denotan una inversión considerable (casa de dos pisos, locales comerciales, infraestructura, losas,).

- Consultado los comercios estos locales me indican que sus orígenes de ingresos son ahorros, que partieron de un patrimonio familiar o generado por medio de actividades o emprendimientos menores.
- El desarrollo logrado es el resultado de un trabajo constante con éxito para los locales comerciales más antiguos, de igual forma los nuevos comerciantes han capitalizado desarrollo gracias a la ubicación y han tenido como partida el capital financiado por algún tipo de institución financiera.
- He concluido que los emprendedores al momento de tener en cuenta que negocio nuevo desarrollar ellos anticipadamente tienen una idea de que negocio les fuera de éxito por eso ellos tienen una idea de lo que desean instalar y cuáles son los objetivos que quieren alcanzar; tienen como base de su criterio el instalar comercios complementarios a los actuales o de ser alguno similar tratar de no presentar una competencia directa en función de los medios para satisfacer la misma necesidad, como es el caso de algunas microempresas ya establecidas como de alimentos preparados que observan el mercado existente para poder establecer un local diferente, pero existen aspectos que no han capitalizado como resultado de una muy buena aceptación como el desarrollar una marca que identifique su negocio y como resultado permita crear un mercado cautivo. Todos mantienen como constante desarrollar una idea que permita incrementar sus ingresos y como consecuencia mejorar el nivel de vida sus familias.
- Consultado algunos negocios de mayor aceptación tiene muy bien definido el tipo del consumidor al que atienden y que preferencias tiene este e incluso llegaron al desarrollar una familiaridad que empoderó al consumidor. Son muy pocos los negocios que aun cuando tienen aceptación en el medio no son los propietarios del local o incluso aquellos que teniendo un local propio este mantiene limitaciones físicas al momento de generar la actividad comercial. La organización la cual en su mayoría corresponden a las instalaciones físicas quizás en algunas es mejor que en otras pero sin una adecuada visión de futuro que permita tener un activo fijo rentable ya que al observar su local podemos darnos cuenta cuáles de ellos llevan un régimen de trabajo preciso para cumplir con las necesidades del mercado siendo esto un factor determinante para alcanzar los objetivos, y otras cumplen con lo necesario para

elaborar en el mercado, una de las razones puede ser que no existe los elementos indicados para poder desarrollar adecuadamente su trabajo. Si bien este tipo de infraestructura deberá ser considerada un activo fijo pero este por lo general no es totalmente productivo ni realizable. Pero es claro que la ubicación de esta propuesta comercial conjunta es uno de los atributos para los consumidores de tránsito por esta vía.

- Uno de los factores importantes en estas microempresas es el recurso humano que tiene que por cierto mucho de ellos que elaboran en estas microempresas son los familiares de los propietarios, siendo así quizás un elemento para esto pases sus buenas prácticas a la siguiente generación y que estos negocios permanezcan en el mercado por años. Los microempresarios nos supieron decir en ciertos casos que no cuenta con los recursos necesarios para poder mejorar su negocio siendo esto un problema para poder elaborar y brindar un mejor servicio a la sociedad teniendo el un promedio en su mayoría de un ingreso menos de \$20.

La manera en que los microempresarios llevan a cabo su trabajo depende del negocio ya que aquí encontramos locales en donde solo una persona trabaja en ella como es la dueña o el dueño de las mismas, pero reciben ayuda por parte de su familia, en otras donde es grande el negocio y trabaja con miembros de su familia y a veces con personas particulares.

- Con relación a la muestra de existencias de conceptos de dirección este proceso de toma de decisiones es de aplicación constante por la limitada infraestructura y por ser emprendimientos familiares en los cuales el patriarca siempre tomara la decisión bajo su único criterio, pero en determinadas oportunidades estas decisiones tendrán la limitante mental de un entorno que no genera ideas de crecimiento.
- La manera en que se demuestra que se está haciendo bien su trabajo en muchos de estos casos es la acogida que tienen por parte de sus clientes ya que realizan de la mejor manera al prestarle servicio y por eso estos han tenido un buen crecimiento y desarrollo, en otros casos de otras microempresas quizás al momento de hacer el control de lo que realizan no se dan cuenta en lo que pueden estar teniendo falencias y esto es un impedimento para su

mejora. No existen criterios como punto de equilibrio, margen de utilidad real, valor para reposición de activos entre otros que son necesarios para que el negocio permanezca en el tiempo.

6. RECOMENDACIONES

El paradero comercial los puentes tiene su fortaleza al estar ubicado en una vía de alto tránsito sobre la cual tendrá que cruzar quienes quieran trasladarse a la Sierra centro y a la Costa ecuatoriana, esta limita con las provincias del Guayas, Chimborazo, Bolívar y Los Ríos; tomando las dos direcciones de la vía.

Si existen demostraciones de incrementos patrimoniales al poder observar los locales comerciales y viviendas que se mantienen en la zona, pero es claro que llegó un momento de estancamiento de los emprendimientos que incluso está respaldado por un conformismo de los comerciantes que no buscan capitalizar sus mejores prácticas y traducirlos a mayores negocios.

Es necesario desarrollar una cultura que motive mayor desarrollo de los comercios al poder establecer nuevas metas y desafiar el estado de conformismo actual. Consultados sobre sus planes futuros muchos de ellos consideran que lo han logrado todo pero resultado de una conversión más detallada nos damos cuenta que han logrado lo que sus conocimientos limitados les ha permitido.

El aporte del desarrollo del criterio administrativo sin duda les puede proporcionar el conocimiento y seguridad requerida para mayores y mejores resultados.

Mi recomendación apunta a que luego de un proceso práctico de capacitación estos comerciantes pueden retomar el nivel de innovación y exigencias diarias que causen un desarrollo aún mayor.

Para los microempresarios que tienen en mente muchas ideas pero no cuentan con una planificación exacta para el desarrollo de las mismas buscar personas capacitadas las cuales puedan dar vida e implementar a todas sus ideas para mejora de la misma.

Aprovechar al máximo el sitio de ubicación de la microempresa ya que este es un sector muy transitado todos los días, implementando algo novedoso para el mercado y por supuesto dando un buen servicio, con esto se ganaran a los clientes que otro día regresan al mismo lugar.

La publicidad en la vía es de gran relevancia para cada local ya que al pasar por aquí ellos podrán observar lo que ofrecen y con la novedad podrán acercarse para poder adquirir algún servicio.

Unas de las cosas más primordiales que sería para los emprendedores los cuales quieran establecerse como microempresarios es hacer una análisis del mercado, las necesidades que hay en este y los cuales tengan acogida para tener un éxito.

7. ANEXOS





UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
INGENIERÍA COMERCIAL



LA PRESENTE INVESTIGACIÓN SE REALIZA PARA TESIS DE GRADO CON EL TEMA “ANÁLISIS DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS MICROEMPRESAS EN EL SECTOR “AVENIDA LOS PUENTES” PERTENECIENTE AL CANTÓN CUMANDÁ, PERIODO 2012-2014.

Marque con una X la opción de su preferencia.

Es importante que la información suministrada sea cierta y verdadera.

<p>1. ¿CUÁL ES LA EDAD DE SU NEGOCIO?</p> <p>1-10 AÑOS <input type="checkbox"/></p> <p>10-20 AÑOS <input type="checkbox"/></p> <p>20 AÑOS O MÁS <input type="checkbox"/></p>	<p>2. ¿CUÁL ES EL ORIGEN DE SU CAPITAL?</p> <p>AHORROS <input type="checkbox"/></p> <p>FAMILIAR <input type="checkbox"/></p> <p>INSTITUCIONES FINANCIERAS <input type="checkbox"/></p>	<p>3. ¿CONSIDERA QUE EL ALTO TRÁNSITO DE LA VÍA ES EL FACTOR DETERMINANTE DEL CRECIMIENTO DE LAS MICROEMPRESAS DEL SECTOR?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p>							
<p>4. ¿CREE USTED QUE SU MICROEMPRESA ES INNOVADORA EN COMPARACIÓN A OTRAS DE LA MISMA LOCALIDAD?</p> <p>MUY PROBABLE <input type="checkbox"/></p> <p>PROBABLE <input type="checkbox"/></p> <p>POCO PROBABLE <input type="checkbox"/></p>	<p>5. ¿SU LOCAL PROVIENE DE GENERACIONES?</p> <p>ABUELOS <input type="checkbox"/></p> <p>PADRES <input type="checkbox"/></p> <p>HIJOS <input type="checkbox"/></p> <p>NINGUNA DE LAS ANTERIORES <input type="checkbox"/></p>	<p>6. ¿SU LOCAL NACIÓ EN SÍ DE OTROS RESULTADOS DE BUENAS PRÁCTICAS ADMINISTRATIVAS?</p> <p>MUY PROBABLE <input type="checkbox"/></p> <p>PROBABLE <input type="checkbox"/></p> <p>POCO PROBABLE <input type="checkbox"/></p> <p>NINGUNA <input type="checkbox"/></p>							
<p>7. ¿SU MICROEMPRESA ES DE HERENCIA FAMILIAR?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p>	<p>8. ¿SU PATRIMONIO HA TENIDO UN CRECIMIENTO POR?</p> <p>VENTAS DE NEGOCIO <input type="checkbox"/></p> <p>VENTA DE BIENES <input type="checkbox"/></p>	<p>9. ¿QUÉ NEGOCIOS CONSIDERA DE MAYOR ÉXITO?</p> <p>ALIMENTOS <input type="checkbox"/></p> <p>INSUMOS <input type="checkbox"/></p> <p>COMERCIO <input type="checkbox"/></p> <p>OTROS <input type="checkbox"/></p>							
<p>10. ¿QUÉ DÍA USTED TIENE MAYOR VENTAS?</p> <p>LUNES MARTES MIÉRCOLES JUEVES VIERNES SÁBADO DOMINGO</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> <td style="width: 12.5%; border: 1px solid black;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<p>11. ¿EN CUÁNTO TIEMPO ESPERA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO?</p> <p>1-3 AÑOS <input type="checkbox"/></p> <p>3 AÑOS EN ADELANTE <input type="checkbox"/></p>	<p>12. ¿EL PERSONAL QUE ELABORA EN SU MICROEMPRESA SON?</p> <p>FAMILIARES <input type="checkbox"/></p> <p>PARTICULARES <input type="checkbox"/></p>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
<p>13. ¿USTED SE MANTIENE CON LA MISMA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE INICIO?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p>	<p>14. ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DIARIO DE VENTAS?</p> <p>\$5-\$20 <input type="checkbox"/></p> <p>\$25-\$50 <input type="checkbox"/></p> <p>\$55-\$100 <input type="checkbox"/></p> <p>\$100 EN ADELANTE <input type="checkbox"/></p>	<p>15. ¿CUENTA USTED CON UNA PLANIFICACIÓN PARA EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO DE SU NEGOCIO?</p> <p>SI <input type="checkbox"/></p> <p>NO <input type="checkbox"/></p>							

Document [Tesis Maria Jose Rodriguez.docx](#) (D15884136)

Submitted 2015-10-27 14:07 (-05:00)

Submitted by mariaj_rodriguez93@hotmail.com

Receiver gserranom.unemi@analysis.orkund.com

Message Tesis Maria José Rodríguez [Show full message](#)

2% of this approx. 22 pages long document consists of text present in 7 sources.

List of sources

- ⊕  <http://plan.senplades.gob.ec/micro-pequena-y-mediana-industrias> 
- ⊕  [CAPITULO UNO.docx](#) 
- ⊕  [Proceso Adm..docx](#) 
- ⊕  [PROYECTO DE GRADO HENRY Y GLORIA.pdf](#) 
- ⊕  <http://www.scielo.org.ar/pdf/vf/v16n1/v16n1a02.pdf> 
- ⊕  <http://www.bbvacontuempresa.es/a/las-cuatro-etapas-del-proceso-administrativo> 
- ⊕  <http://www.slideshare.net/elisol18/5-mtodos-de-investigacin> 

8. BIBLIOGRAFÍA

- AGUERO COBO, L. (Marzo de 2014). Estrategía de fidelización de clientes. Catanbria.
- ARGENTARIA, B. B. (30 de Noviembre de 2013). *bbvacontuempresa*. Recuperado el 17 de Octubre de 2015, de <http://www.bbvacontuempresa.es/a/las-cuatro-etapas-del-proceso-administrativo>
- BLANCO PINTADO, T. e. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. España: ESIC Editorial.
- CEGARRA SÁNCHEZ, J. (2012). *Los métodos de investigación*. Madrid: Díaz de Santos.
- CENSOS, I. N. (12 de Febrero de 2014). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-un-futuro-sin-censos/>
- CHORRO, M. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y empresas: el caso de El Salvador*. Santiago de Chile: Caecid.
- CIUDAD, B. A. (s.f.). *Ser lo que quieras ser*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <https://serloquequieras.buenosaires.gob.ar/emprendedorismo/que-es-un-emprendedor>
- CRUZ CHIMAL, J. (18 de Julio de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- CUENCA RÍOS, K. (Febrero de 2012). Estrategias de comercialización para emprendimientos inclusivos y solidarios y modelo de gestión financiero de los socios de la cooperativa Luz del Valle. *Tesis de grado para optar al título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contadora Pública Autorizada*. Quito, Ecuador.
- Definición.de*. (2013). Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://definicion.de/comercio/>
- Financiamiento.com.mx*. (2011). Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>
- MANZANO POLÍO, W. (2014). *monografías.com*. Recuperado el 20 de Octubre de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos34/innovacion-y-competitividad/innovacion-y-competitividad.shtml>
- MAS RUIZ, F. J. (2010). *Temas de investigación comercial*. España: Club Universitario.
- MAS RUIZ, F. (2012). *Temas de investigación comercial*. España: Club universitario.

MEDINA PABÓN, J. (2010). *Derecho civil Derecho de la familia*. Colombia: Universidad del Rosario.

ORTA SALAZAR, M. y. (2013). Diseño de un programa de desarrollo empresarial, enfocado en actividades que incrementan la rentabilidad de las microempresas del sector servicios del cantón Milagro. *Tesis de grado para optar al título de Licenciada en Gestión Empresarial*. Milagro.

PINTADO BLANCO, T. e. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: Esic editorial.

RAMOS HERÁN, P. y. (2013). Análisis de los principales problemas que inciden en el desarrollo económico y competitivo del sector artesanal del cantón Milagro, provincia del Guayas. *Tesis de grado para optar al título de Ingeniería y Contaduría Pública y Auditoría- CPA*. Milagro.

REYES CANO, L. (2014). *Angelfire*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de http://www.angelfire.com/zine2/uvm_lce_lama/padmon.htm

ROCHA ROCHA, J. (2013). *Monografias.com*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos-pdf5/proceso-administrativo-etapas/proceso-administrativo-etapas.shtml>

RODRÍGUEZ VILLAMAR, R. (2013). Creación de una oficina de asesoría y desarrollo integral para el crecimiento y desarrollo de las PYMES dedicadas a prestar servicios en el cantón Milagro. *Tesis de grado para optar el título de Ingeniería Comercial*. Milagro.

SOLIDARIA, I. N. (Julio de 2012). *Inclusion.gob.ec*. Recuperado el 15 de Octubre de 2012, de http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/ley_economia_popular_solidaria.pdf

Uovirtual. (2013). Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/mercapim/3.pdf>

VARGAS BELMONTE, A. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Almería: iceditorial.

VELASTEGUI, W. (08 de Febrero de 2011). *SlideShare*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/proceso-administrativo-6854883>

VIVIR, P. N. (2013). *Senplades*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://plan.senplades.gob.ec/micro-pequena-y-mediana-industrias>