



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

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTION
EMPRESARIAL**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

**TEMA: ANALISIS DE LA INNOVACION EN LOS LOCALES
COMERCIALES DEL CENTRO DEL CANTON MILAGRO Y SU
INFLUENCIA EN LAS VENTAS**

Autores:

**KARLA ALEJANDRA FAJARDO MATUTE
KELLY JOMARI GUZMAN MEJIA**

Acompañante:

ING. MARIA FERNANDA MOREIRA

Milagro, ENERO 2019

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

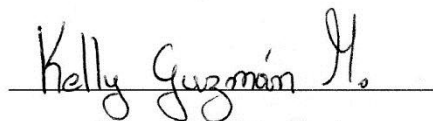
Presente.

Yo, Guzmán Mejía Kelly Jomari en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Gestión de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 10 días del mes de ENERO de 2019



Firma del Estudiante

KELLY JOMARI GUZMAN MEJIA.

CI: 0922871108

||

||

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

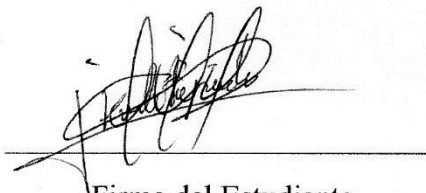
Presente.

Yo, Fajardo Matute Karla Alejandra en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Gestión de Empresas** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 10 días del mes de ENERO de 2019



Firma del Estudiante

KARLA ALEJANDRA FAJARDO M.

CI: 0303023808

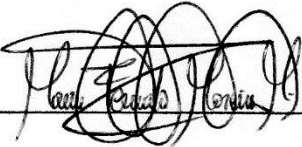
II

III

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, Moreira Macías María Fernanda en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por las estudiante Fajardo Matute Karla Alejandra y Guzmán Mejía Kelly Jomari cuyo tema de trabajo de Titulación es **análisis de la innovación en los locales comerciales del centro del Cantón Milagro y su influencia en las ventas**, que aporta a la Línea de Investigación **Gestión de Empresas** previo a la obtención del Grado **Licenciada en Gestión Empresarial**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 10 días del mes de ENERO de 2019.



Moreira Macías María Fernanda

Tutor

C.I.: 1310715535

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE. MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA

MAE. TENORIO ALMACHE JOSE LUIS

MAE. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de Licenciada en Gestión Empresarial presentado por el /la señor (a/ita) KELLY JOMARI GUZMAN MEJIA.

Con el tema de trabajo de Titulación: **ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN LOS LOCALES COMERCIALES DEL CENTRO DEL CANTÓN MILAGRO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS.**

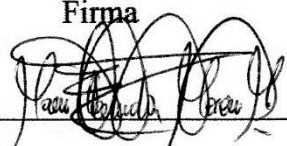
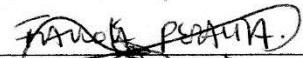

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

| | |
|--------------------------|---------|
| Investigación documental | [80] |
| Defensa oral | [20] |
| Total | [100] |

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 10 de ENERO de 2019.

Para constancia de lo actuado firman:

| | Nombres y Apellidos | Firma |
|---------------|--------------------------------------|---|
| Presidente | MAE. MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA |  |
| Secretario /a | MAE. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE |  |
| Integrante | MAE. TENORIO ALMACHE JOSE LUIS |  |

V

V

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

MAE. MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA

MAE. TENORIO ALMACHE JOSE LUIS

MAE. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de Licenciada en Gestión Empresarial presentado por el /la señor (a/ita) KARLA ALEJANDRA FAJARDO MATUTE.

Con el tema de trabajo de Titulación: **ANÁLISIS DE LA INNOVACIÓN EN LOS LOCALES COMERCIALES DEL CENTRO DEL CANTÓN MILAGRO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS.**

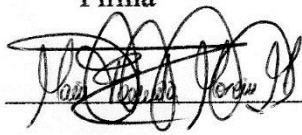


Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

| | |
|--------------------------|--------|
| Investigación documental | [80] |
| Defensa oral | [10] |
| Total | [90] |

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 10 de ENERO de 2019.

Para constancia de lo actuado firman:

| | Nombres y Apellidos | Firma |
|---------------|--------------------------------------|--|
| Presidente | MAE. MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA |  |
| Secretario /a | MAE. PERALTA CARPIO FAVIOLA LISSETTE |  |
| Integrante | MAE. TENORIO ALMACHE JOSE LUIS |  |

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico primordialmente a Dios todo poderoso, por ser mi guía durante mi etapa de estudio, por guiarme por el buen camino, y por permitirme cumplir una meta de las muchas que tengo por cumplir en mi vida.

También a mis queridos padres Luis Fajardo y en especial mi madre María Isabel Matute Jara que me ha apoyado en todos mis proyectos, tanto educativos, musicales, como en los deportivos, como con sus enseñanzas me ha hecho una mejor persona enseñándome que tengo libertad y limitaciones que lo que haga o deje de hacer tienen consecuencias a futuro. Ella que con su sacrificio, amor y valores fue siempre el apoyo incondicional que me motivó a seguir adelante.

A mi amiga Laura León, Luis Salazar y Gabriela Bautista que siempre me brindaron su apoyo con consejos y alentándome cuando creía que no podría más tanto en lo educativo como en lo deportivo, también a mis amigos más leales.

A todos ellos les dedico esta tesis que es fruto de mi esfuerzo y dedicación.

Karla Alejandra Fajardo Matute

Dedicó esta tesis primordialmente a Dios por ser el guía en este camino llevándome a cumplir mis sueños más anhelados siempre estando en cada decisión que tome para el bien de mi vida.

A mis familiares que han estado apoyándome en todo, en especial a mi querida madre Elizabeth Mejía debido a su arduo esfuerzo y consejos para que no me rinda en este camino supo guiar mis pasos, llevándome a conseguirlos, esperando que terminara mi carrera sin rendirme a medio camino.

A mis tíos Érica Mejía y Vicente Lindao quien aparte de ser mi padrino es como un padre para mí, siendo un pilar fundamental en este camino apoyándome y alentándome a continuar para así lograrlo.

Para todos ellos es esta dedicatoria, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo y amor incondicional.

Kelly Jomari Guzmán Mejía

AGRADECIMIENTO

El presente proyecto de tesis primeramente me gustaría agradecer a Dios por bendecirme y guiarme para llegar hasta donde he llegado.

A mis Padres porque son mi apoyo y ejemplo a seguir además de estar conmigo siempre en las buenas y en las malas.

A la UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

A mi tutora de tesis, Ing. María Fernanda Moreira por su dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

Karla Alejandra Fajardo Matute

Muestro mis más sinceros agradecimientos a mis padres y familiares que gracias a su apoyo incondicional supieron guiarme en el camino del bien ayudándome a culminar un ciclo más en mi vida.

A la universidad estatal de milagro por permitirme estudiar y llevar a cabo mis sueños.

A mi querida tutora Ing. María Fernanda Moreira por su tiempo y dedicación que nos prestó, demostrándonos su ayuda en nuestro proyecto, reflejando sus conocimientos basados en su experiencia, dándonos una gran motivación ayudándonos a culminar este proceso con gran éxito

Kelly Jomari Guzmán Mejía

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-------------------------------|
| DERECHOS DE AUTOR | ¡Error! Marcador no definido. |
| APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL | ¡Error! Marcador no definido. |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR | ¡Error! Marcador no definido. |
| DEDICATORIA | vii |
| AGRADECIMIENTO | viii |
| El presente proyecto de tesis primeramente me gustaría agradecer a Dios por bendecirme y guiarme para llegar hasta donde he llegado..... | viii |
| ÍNDICE GENERAL | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xi |
| ÍNDICE DE TABLAS | xii |
| RESUMEN | 1 |
| ABSTRACT..... | 2 |
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 4 |
| Planteamiento Del Problema | 4 |
| 1.1 Delimitación Del Problema | 5 |
| 1.2 Formulación Del Problema | 5 |
| 1.3 Sistematización Del Problema | 5 |
| 1.4 Tema De Investigación | 5 |
| 1.5 Objetivos | 5 |
| 1.6 Objetivo General | 5 |
| 1.7 Objetivo Especifico | 5 |
| 1.8 Justificación | 6 |
| MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL | 7 |
| 2.1 Generalidades del Cantón | 12 |
| 2.2 Breve reseña histórica | 13 |
| METODOLOGÍA | 15 |
| 3.2 Tipo, diseño método de la investigación | 15 |
| 3.3 Población | 15 |
| 3.4 Muestra | 16 |
| 3.5 Técnicas e instrumentos para recoger información | 17 |
| DESARROLLO DEL TEMA | 18 |
| CONCLUSIONES | 33 |

| | |
|----------------------------------|----|
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 34 |
| Bibliografía..... | 34 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| FIGURA 1 ENTORNO EXTERNO | 12 |
| FIGURA 2 ENTORNO EXTERNO | 12 |
| FIGURA 3 MAPA CANTON MILAGRO | 13 |
| FIGURA 4 Las calles del Centro del Cantón | 18 |
| FIGURA 5 el Terminal Terrestre del Cantón | 19 |
| FIGURA 6 capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo..... | 20 |
| FIGURA 7 comparación del Año 2017 al 2018 | 21 |
| <i>FIGURA 8 influiría en la economía del Cantón Milagro.</i> | 22 |
| FIGURA 9 modificar la Ordenanza Municipal | 23 |
| FIGURA 10 incentive créditos para la innovación | 24 |
| FIGURA 11 el índice de Venta se Basa al ambiente y aspecto del negocio..... | 25 |
| FIGURA 12 cuál de estas opciones influye que usted como Comprador | 26 |
| FIGURA 13 imagen del Sector Comercial..... | 27 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|-----------|
| Tabla 1 Las calles del Centro del Cantón..... | 18 |
| Tabla 2 el Terminal Terrestre del Cantón..... | 19 |
| Tabla 3 capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo | 20 |
| Tabla 4 comparación del Año 2017 al 2018 | 21 |
| <i>Tabla 5 influiría en la economía del Cantón Milagro.....</i> | <i>22</i> |
| Tabla 6 modificar la Ordenanza Municipal | 23 |
| Tabla 7 incentive créditos para la innovación..... | 24 |
| Tabla 8 el índice de Venta se Basa al ambiente y aspecto del negocio | 25 |
| Tabla 9 cuál de estas opciones influye que usted como Comprador..... | 26 |
| Tabla 10 imagen del Sector Comercial | 27 |

ANALISIS DE LA INNOVACION EN LOS LOCALES COMERCIALES DEL CENTRO DEL CANTON MILAGRO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS

RESUMEN

El trabajo trata sobre las complicaciones que tienen los locales comerciales del centro en el Cantón milagro el cual cuenta con 145.025 (2010) según su censo realizado, considerando también la evolución que ha sufrido económicamente el país en las últimas décadas desde los tiempos antiguos hasta la actualidad los cambios que se han ido dando y como este influye en el índice de sus ventas. Por lo tanto, se debe analizar la influencia de la innovación de los locales comerciales en la actualidad.

Así mismo se plantea sobre los puntos clave que se dan a partir del entorno, los clientes, entre otros factores los cuales influyen en el desarrollo de los locales comerciales. Con lo que finalizamos con la tendencia de la economía del país que influye en las ventas de la región.

PALABRAS CLAVE: innovación, ventas, locales comerciales.

ANALYSIS OF INNOVATION IN THE COMMERCIAL PREMISES OF THE CENTRO DEL CANTÓN MILAGRO AND ITS INFLUENCE ON SALES

ABSTRACT

The work deals with the complications that the commercial premises of the center have in the Milagro canton which has 145,025 (2010) according to its census, also considering the evolution that the country has suffered economically in the last decades from ancient times to the changes that have been taking place and how this influences the index of its sales. Therefore, the influence of the innovation of the commercial premises at present must be analyzed. It also raises the key points that are given from the environment, customers, among other factors which influence the development of commercial premises. With what we end with the trend of the economy of the country that influences the sales of the region.

KEY WORDS: innovation, sales, commercial premises.

INTRODUCCIÓN

La innovación de los locales comerciales permite a cada uno de sus propietarios generar más ingresos ya que debido a su lujosa y bonita infraestructura atraerá mayor clientela permitiéndole vender los productos.

Muchas personas observan el lugar antes de ingresar ya que se quejan de su tamaño, poca ventilación, y ambiente no tan relajante lo cual no les permite realizar su compra muy cómodamente.

Los dueños de cada local comercial del centro de la ciudad de milagro a que cambien la infraestructura del lugar dándole algo más moderno y bonito para que así generen muchas más ventas y les permita atraer mayor clientela y estos sean un lugar más agradable tanto para los individuos que residen en esta ciudad y las personas que vienen de otras ciudades o lugares.

Realizamos una lectura precisa y analizada sobre información sobre los locales comerciales, el servicio o producto que ofrece a sus consumidores, la forma de atención al cliente por lo cual hemos generado una propuesta para mejorar la economía a los dueños de establecimientos.

Es por ello que este trabajo se pretende desarrollar una propuesta que beneficie a los propietarios de los locales comerciales del Cantón milagro y también ayuden a mejorar sus ventas lo cual produce incremento en su economía lo cual será beneficioso para la economía de este Cantón ya que origina la circulación del dinero.

Lograr conseguir este objetivo se ha revisado diversas bibliografías relevantes sobre locales comerciales, estilos de ventas y desde este enfoque se fue examinando los títulos de administración tratan de direccionar el negocio.

Este trabajo está estructurado en una parte teórica donde se realizará la explicación correspondiente sobre los locales comerciales, definiciones y especificaciones de un negocio comercial, especialmente los principales problemas en los que se está inmerso, posteriormente se analizara todos los segmentos que sean posible para la propuesta elaborada, finalmente se darán las conclusiones referentes al tema ejecutado.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

LA INNOVACION EN LOS LOCALES COMERCIALES DEL CENTRO DEL CANTON MILAGRO

Planteamiento Del Problema

Recomendado por el consultor José Ángel Treviño de la Garza debe crecer en la creatividad, estar más concentrados y enfocados en algo determinado.

La escasez de creatividad e innovación es un problema que influye en los negocios comerciales hoy en la actualidad en mayor índice a las pequeñas y medias empresas en sus ventas.

Para el consultor de TreviDeas encargado de la aérea de ventas el señor José Ángel Treviño de la Garza con los tres instrumentos se logra alcanzar posicionamiento de la organización, diferenciándose así de la diferenciación con otras empresas.

Consideró que cada organización emplea ideas diferentes sobre quiénes son sus clientes, aunque existan organizaciones que no cuentan con una base de datos por lo cual no pueden ayudar a proveer la información necesaria de los clientes con los que cuenta que no llegara a alcanzar nuevos clientes.

Los que adquieren productos o servicio por lo cual Treviño evade que le hagan preguntas del porque no crecen ya que son muy pocos con los que cuentan con base de datos acerca de sus clientes en las pymes.

El libremente el tamaño de la organización con que cuente un negocio si este ofrece un producto un servicio, debe contar con un departamento de creatividad con ello diferenciarse de lo que compra el consumidor.

Varios de los empresarios no cuentan con un capital suficiente para implementar una adecuada adquisición de información que les ayude a diferenciarse de los distintos bares.

1.1 Delimitación Del Problema

Para delimitar el problema de investigación, necesariamente se debe considerar las siguientes características:

- a. País: Ecuador
- b. Región: Costa
- c. Provincia: Guayas
- d. Cantón: Milagro
- e. Sector: Urbano
- f. Área: Administrativa – Comercial – Económica

1.2 Formulación Del Problema

¿Cómo influye la innovación en las ventas de los locales comerciales del centro del cantón Milagro?

1.3 Sistematización Del Problema

- ¿Cómo influye la ausencia de espacio en los locales comerciales del cantón Milagro?
- ¿Cómo influye la insuficiente creatividad?
- ¿Cómo influye el conformismo en los índices de venta en los locales comerciales?

1.4 Tema De Investigación

Análisis de la innovación en los locales comerciales del centro del cantón Milagro y su influencia en las ventas.

1.5 Objetivos

1.6 Objetivo General

Analizar la innovación en los locales comerciales y su influencia en las ventas del centro del cantón Milagro.

1.7 Objetivo Especifico

- Indagar con los dueños de los locales comerciales los motivos de sus escasas de innovación.
- Analizar el índice de ventas en los locales comerciales del centro del cantón milagro.

- Analizar el tipo de infraestructura de los locales comerciales.

1.8 Justificación

El presente trabajo es importante realizarlo, porque los locales comerciales del centro del Cantón Milagro, presentan un escaso nivel de ventas. Además, el estudio es necesario, puesto que brindara ayuda a todos los dueños de los locales comerciales y a la vez mejorar la labor comercial.

Por otra parte, la investigación beneficiará a los comerciantes, ya que mejorará la manera de captar la atención a las clientelas. Con los resultados obtenidos del estudio, se podrá plantear propuestas que ayuden en los ingresos de los locales comerciales, con los cuales se verán mejores resultados, tanto para el cliente, como para los dueños de los locales comerciales.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

La innovación

La globalización es el ambiente laboral que lidera hoy en día, se ve en el ámbito laboral, económico, social y cultural. Según Drucker (2018) la innovación es un proceso en el cual se debe percibir las necesidades del consumidor e innovación, el cual contiene 3 generalidades como las necesidades y la innovación no percibidas.

La investigación de la innovación en los locales ayuda en la economía del país, así implementando nuevos modelos clientes internos y externos se sientan a gustos en cada local del centro del Cantón Milagro.

Verificaremos los principios y las filosofías para así desarrollar innovación con el propósito de desarrollar la sustentabilidad y rentabilidad de los locales para que tengan un gran ingreso en las ventas y lograr obtener beneficios a nivel nacional.

Se mostrará las ventajas y desventajas de dichos locales para la adopción de sistemas de innovación para enfrentar las dinámicas de dichos locales llevándolos así a surgir en el mercado diario.

Se dependerá de los ciclos económicos de los entornos de las empresas más la falta de gestión del conocimiento en cada aspecto, para dicha innovación es factible que estas organizaciones lo sepan usar de manera buena y aprovechen la ventaja que se les está otorgando en saber y cambiar las cosas malas para poder surgir. (Huerta, 2010).

En la economía del conocimiento en la que es tangible una innovación, permite a las organizaciones ser competitivas diariamente por el motivo de superarse día a día. Es así como las organizaciones realizan una serie de estrategias para fortalecer sus habilidades y demostrar su correcta innovación.

Grant (1997) Una nueva innovación es la mejora de algún producto o servicio con un exclusivo método organizacional o de mercadotecnia en las relaciones externas. Se refiere

a un aprendizaje de conocimiento a través de la innovación, con entornos económicos y mercados complejos (Huerta, 2010).

Modelos de procesos de innovación son:

Según Rosseger (1980) aplica el modelo lineal de referencia a los recursos de investigación básica.

Según Marquis, Myers y Utterback (1969-1971) (Escorsa Castells, google, 2003) Nos indica acerca de su modelo llamado Marquis que tiene realidad de las empresas las cuales inician con la idea no de desarrollo de alguna investigación.

Según Chiesa, Coughlan y Voss (1996) (Escorsa Castells, tecnología e innovación en la empresa, 2003) tiene un modelo llamado London Business School el cual se basa en la idea de una innovación exitosa con buena práctica.

Kline (1985) su modelo llamado Kline plantea caminos de innovación relacionando tecnología y ciencia en cualquier parte de dicho modelo (Escorsa Castells, google, 2003).

El tema innovación es muy contundente, refleja la actividad que se realizara de manera compleja y diversificada actuando con fuentes de buenas y nuevas ideas teniendo complicaciones en lo nuevo que se pueda ofrecer.

Torres y López (2008) El modelo de vinculación proporciona participación social, desarrollando proyectos tecnológicos en las redes de innovación (Escorsa Castells, tecnología e innovación en la empresa, 2003).

Se refieren a un cambio estratégico lleno de innovación buscando adaptabilidad más incremento y competitividad, realizar economías de escala es menos rentable al realizar economías de especialización es así como se encuentra la relación significativa de destacar el buen factor de producción con un conocimiento a través de la innovación.

Realizando las variables de innovación y estrategia se integran los siguientes procesos:

- a. Organización de sistemas
- b. Recursos para la innovación
- c. Gestión de tecnología
- d. Innovación del producto
- e. Desarrollo del producto

Spencer (1996) (Escorsa Castells, google, 2003) la innovación es la creación de una estrategia estableciendo relaciones entre variables dando resultados a las organizaciones para la continuidad de la investigación.

Estrategias con correlación de impacto:

- Posicionamiento-Planificación
- Aprendizaje-Diseño
- Aprendizaje-Posicionamiento
- Configuración-Planificación
- Aprendizaje-Empresarial
- Aprendizaje-Cognitiva
- Poder-Aprendizaje
- Cultural-Aprendizaje

Un rendimiento de innovación, tienen un grado de correlación (LEON, 2011).

“El futuro no se hace perfeccionando el presente” según Pere Duran Farell (2001).

Husenman (2001) la creatividad decide colocarse en el futuro para cambiar las cosas y recomponer competencias entre las organizaciones preñados de oportunidades para competir en el futuro y no limitarse en el pasado. Quizás se pueda controlar el riesgo, pero no se puede resistir a cambiar o innovar.

Las ideas forman la materia prima en la innovación, es posible que una organización sea innovadora a pesar de su bajo nivel de creatividad interna. Por lo tanto, su innovación es de fuentes muy exteriores (Escorsa Castells, google, 2003).

Según Alter (2002), el innovador posee una identidad fuerte, desde un punto de vista coherente, en desacuerdo con la norma dominante. Ser innovador pertenece a un universo minoritario con relación al entorno social inmediato (Escorsa Castells, tecnología e innovación en la empresa, 2003, pág. 113).

Henry Mintzberg (1993) es uno de los autores que ha estudiado más las organizaciones innovadoras. Mintzberg, la innovación es una configuración muy flexible, es ahí donde proviene la palabra adhocracia lo cual es opuesto de burocracia designando organizaciones innovadoras. (Escorsa Castells, tecnología e innovación en la empresa, 2003, pág. 117).

Características principales como:

- Descongestión
- Orientación de consumidores
- Funcionamientos por proyectos
- Alineación de equipos
- Formación matricial
- Organigramas muy planos, estructura jerarquizada
- Noticias internas fluidas, informales
- Poder establecido en el conocimiento
- Revelación de nuevos mercados y oportunidades
- Uso de la subcontratación

COMERCIO

El comercio es el desarrollo principal de las organizaciones de producción con financiamiento previo de proveedores para tener relaciones comerciales con tiempo establecidos (Sanchis, 2006).

Los objetivos importantes del comercio son:

1. Apoyar a productores y trabajadores superando la vulnerabilidad en la que están accediendo a seguridad de su economía.
2. Decidir sus ascendentes en sus empresas.
3. Desarrollo para su mayor equidad en el comercio mundial (EFTA, 2001).

Uno de los indicadores más alarmante para el comercio es quizás la caída de tasas de crecimiento con su expansión acelerada, un fenómeno que daña la competitividad del comercio (Fridell, 2006).

DESARROLLO LOCAL

Luis Klein (2005, 2006), el desarrollo local tiene teorías de orígenes disciplinarios con métodos diversos en contrapuestos. Se identifica el desarrollo y el eco desarrollo en la escala humana, con orientación a los equilibrios específicos con escaso desarrollo (Vinuesa, 2000) citado en (Lozano Uvario, 2007).

Se argumenta que el desarrollo local es una respuesta solidaria con colectividad y fragilidad, rechazando la exclusión (Vachon, 2001).

Debido a objetivos el desarrollo local habilita actores locales para desempeñar iniciativas de proyectos con beneficios a la colectividad local (Arocena, 2001).

Una estrategia básica para establecer las sociedades de producción y consumo hacia los países desarrollados (Rostow, 1960).

La iniciativa del enfoque local es un desarrollo durable el cual se trata de su dimensión geográfica (Klein, 2005).

Entorno competitivo

El distribuidor influye en la propensión de ventas en línea debido a que ve su entorno competitivo cada vez más intenso en la innovación predispuestas a las ventas en internet (Vilaseca, 2007).

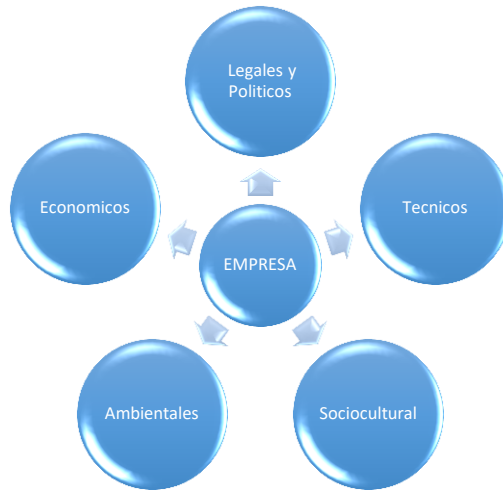
Sucede también la venta en línea del pequeño comerciante, no solo alcanza nuevos mercados si no también aumenta su penetración en mercados actuales lo cual se considera entornos competitivos con mayor probabilidad de sus ventas en línea (Steinfeld, 1999).

Factores que afectan a las Ventas

Las personas atentas a la mercadotecnia intentan pronosticar y elaborar estrategias ante una crisis económica, cogiendo poder adquisitivo a los consumidores para que puedan seguir comprando (Johnston y Marshall, 2009).

Entorno externo:

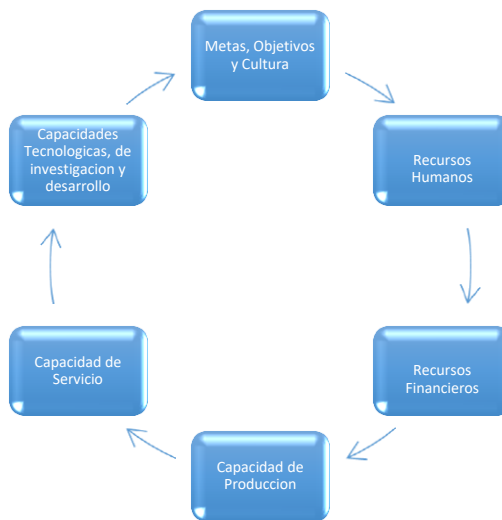
FIGURA 1 ENTORNO EXTERNO



(Hartley, 2008)

Entorno Interno:

FIGURA 2 ENTORNO EXTERNO



(Hartley, 2008)

2.1 Generalidades del Cantón

La Tierra de las piñas como es conocido San Francisco de Milagro es un Cantón que simboliza elocuentemente al país y que al transitar los años ha demostrado un progreso positivo.

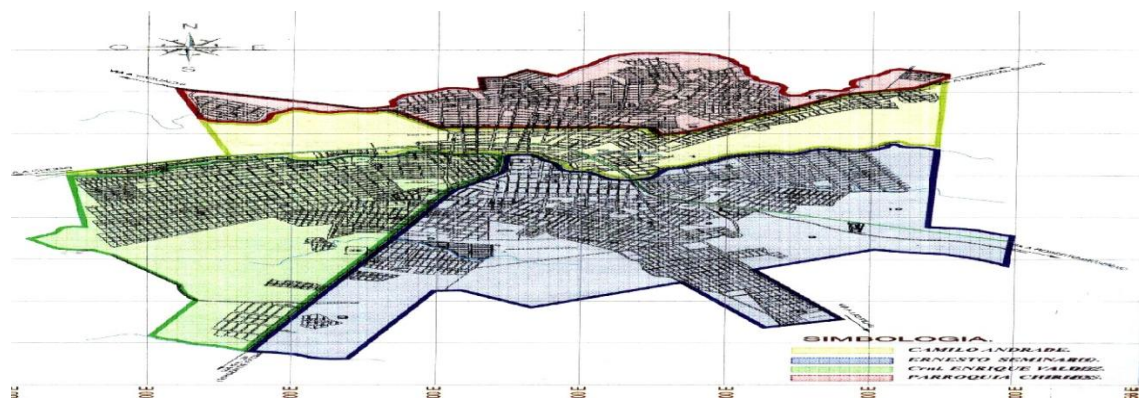
Milagro tiene 166.634 habitantes según censo ejecutado en el 2010, su ubicación es en la provincia del Guayas al suroeste del país se hizo Cantón el 17 de septiembre en 1913.

Cuenta con parroquias rurales y urbanas, entre las zonas rurales tenemos: Mariscal sucre Roberto Astudillo, Chobo, rio milagro, Cinco de Junio; las zonas urbanas tenemos los Chirijos, Ernesto Seminario, Enrique Valdez y Ernesto Seminario.

Está ubicada a 45 km. de Guayaquil y es conocido como la “LA TIERRA DE LAS PIÑAS”. El promedio anual de su temperatura es 25° C (Prefectura del Guayas).

Mapa Cantón Milagro, con sus parroquias

FIGURA 3 MAPA CANTON MILAGRO



FUENTE: GOOGLE

El Cantón Milagro cuenta con una extensión de 405,63km de superficie.

La zona de San Francisco de Milagro consta de los siguientes límites:

Limita al norte con Alfredo Baquerizo Moreno y Simón bolívar; al sur con Yaguachi y Marcelino Maridueña; al este con Simón bolívar y naranjito; al oeste con Yaguachi. Al sur limita naturalmente con el rio chimbo que lo separa de los cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña (PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON SAN FRANCISCO DE MILAGRO).

2.2 Breve reseña histórica.

En 1784 llegó a la zona Chirijos, Miguel de Salcedo ex funcionario en la Real Audiencia de Quito junto con su cónyuge María de Salcedo, quien al pasar de los días enfermó gravemente de paludismo por el cambio de ambiente, al no recuperarse de esta enfermedad por la altas temperaturas de fiebre, el ex oidor pidió que se realice una novena a San

Francisco de Asís, resultando que en esos días también le entrego un conocimiento a base de raíces de bejuco y quinua llamado Zaragoza que un indio chirijo le ofreció.

A los pocos días exactamente diez María de Salcedo se salvó, y es ahí, que por el milagro de San Francisco de Asís, Don Miguel pidió al Gobernador de Guayaquil que en este lugar se fundó una villa con el seudónimo San Francisco de Milagro, por agradecimiento al Santo.

En la época pre hispana apareció la cultura Milagro-Quevedo, ocupó un gran territorio pues su expansión fue integrada por el sistema fluvial del Guayas el cual se encontraba sus dos grandes ríos como el Daule y Babahoyo con todos sus afluentes, constituyendo una de las más importantes culturas del país.

Luego vino la época colonial, donde se inició con la formación de haciendas a los alrededores de las tierras de Milagro, constituyendo a estas zonas Chirijos.

En la época Republicana, en el año de 1820 Milagro fue nombrado recinto de la Provincia libre de Guayaquil, a partir de ahí comenzó un gran avance para Milagro, se inició con el desarrollo productivo, incrementando el progreso de este.

El 1 de mayo 1874 por primera vez comenzó a funcionar el Ferrocarril, en la cual Milagro fue una de los primeros cantones en ver pasar este transporte, en donde el recorrido era Yaguachi – Milagro, logrando así crecer en su economía puesto que a través de este servicio de transporte atraía a muchas personas y el comercio aumentaba ya que era común ver personas de otras partes del país principalmente de la Sierra que traían mercaderías y se colocaban en puntos específicos de Milagro.

De la misma manera aumentó las obras públicas, se construyó el municipio de milagro, cementerio, parque central y puentes. En 1884 se fundó el Ingenio Azucarero Valdez por Rafael Valdez Cervantes, donde esta empresa poco a poco se fue industrializando ya que Milagro contaba con suelos fértiles aptos para obtener buenas cosechas de caña de azúcar, incluso Milagro fue una de los primeros cantones en el Ecuador en poseer servicio de alumbrado público gracias que por las grandes producciones del Ingenio se pudo obtener energía eléctrica.

Finalmente, el 17 de septiembre de 1913 Milagro fue Cantón de la Provincia del Guayas durante la presidencia de Leónidas Plaza Gutiérrez.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

La metodología empleada se basa en los aspectos cualitativos y el enfoque de manera sistemática sobre la información. Se revisaron varias fuentes de información secundarias referentes al tema a analizar por intermedio de una selección cualitativa. Esta investigación da como resultado relevante para a la propuesta de conceptualización sobre un modelo de análisis del nivel estipulado del producto el cual genera la atmosfera de variación de negocios y recreaciones de experiencias, que aportara a la definición de una influyente mezcla de comercio y conocimientos en el interior de los centros comerciales.

Se revisa la metodología de (KOTLER & AMSTRONG, 2001) de centro comercial como producto en los tres niveles, esencial, real y aumentado, se complementa con la definición de los componentes que integran y definen un cuarto nivel de producto.

Finalmente, para desarrollar el trabajo se utilizará las siguientes técnicas y herramientas tecnológicas: ficha de observación, encuesta, entrevistas; así como también bases de datos de instituciones como: SRI (Servicios de Rentas Internas) con los cuales verificaremos los porcentajes de ventas de los negocios en mención.

3.2 Tipo, diseño método de la investigación

3.3 Población

Según (Arias, 2012), es un conjunto de individuos que posee características que están debidamente segmentadas en variables como: género, edad, ubicación geográfica, entre otros aspectos, con la finalidad de facilitar el límite de la investigación.

En el caso del centro los locales comerciales que se encuentran ubicado en pleno centro comprenden las calles Juan Montalvo, 5 de Junio, 9 de octubre, García Moreno, 24 de mayo, 12 febrero, Manabí, Chile, Chimborazo, Abdón Calderón, Simón Bolívar, Pedro Carbo, José Joaquín de Olmedo y Av. 17 de septiembre consta de un total de 1000 negocios que realizan su actividad comercial.

3.4 Muestra

Para (Arias, 2012) explica que la muestra es una porción lo suficientemente representativa de la población; normalmente es utilizada para facilitar la recolección de datos tanto de una población finita o infinita. Para efectos del cálculo de la muestra se utiliza una fórmula estadística que se describe en las siguientes variables:

Fórmulas para el cálculo de la muestra es objetivo al estimar una proporción poblacional, el tamaño de la localidad es distinguido (población finita) (Arias, 2012, págs. 88-89).

- **N:** Se especifica como tamaño de la población. En este caso serían 1000 negocios comerciales con los que cuenta el centro del Cantón.
- **N/C (Nivel de Confianza):** Se asignó un porcentaje de nivel de confianza que se percibe mediante la ilustración del tamaño de la población. Para este cálculo, se asignó el 95%.
- **Z:** Es la desviación estándar la cual se obtiene al dividir una proporción de confianza para 2, en el cual sería la cantidad de 0.475, y buscando este valor en la tabla de distribución normal es “z”, se establece que el valor de Z es de 1.95.
- **Error (e):** Determina la proporción máxima de error que alcanza tener el cálculo de la muestra, el cual fue 5%.
- **Proporción (p) y (q):** Indicada el número de veces que un dato parcial se presenta. Se determina por un valor de 0.50. La diferencia entre la variable “p” establece la porción de la muestra a favor, mientras que la variable “q” describe la porción de la muestra en contra o que no forma parte del estudio. Entonces una persona tiene 2 probabilidades es o no es encuestada.
- **Muestra (n):** Empleada la formula, el tamaño de la muestra es 276 locales comerciales del centro del Cantón milagro.

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

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

$$\begin{aligned}
 & \frac{(1.95)^2 (0.50) (0.50) (1000)}{n = (1000 - 1) (0.05)^2 + (1.95)^2 (0.50) (0.50)} \\
 N/c = & 95\% \\
 z = & 1.9 \\
 p = & 50\% \\
 q = & 50\% \\
 N = & 1000 \\
 e = & 5\% \\
 n = & ?
 \end{aligned}$$

3.5 Técnicas e instrumentos para recoger información

Las técnicas e instrumentos de investigación tenemos:

- **Revisión Documental**, Se elaboró mediante un instrumento de redacción documental, explicando cómo se relacionan la investigación de lo general a lo particular. Los instrumentos de esta técnica fueron la consulta a libros físicos, digitales, así como artículos y publicaciones académicas científicas para poder tener una base teórica que respalde a la propuesta. La redacción se la formó en el programa Word para la preparación del trabajo de investigación de las normas APA Sexta edición.
- **Entrevista: Según** (Sampieri, Sampieri, & Lucio, 2010) “se precisa como una reunión para dialogar e intercambiar información entre una persona u otras. “La entrevista es una técnica que utiliza un cuestionario de preguntas abiertas porque permite analizar la opinión concreta sobre un tema”. Es así como la entrevista nos va datos muy específicos de la información que solicitamos en las preguntas de forma directa.
- **Encuesta:** según Mario Tamayo (2008) manifiesta la “encuesta es una práctica que utiliza un cuestionario de preguntas cerradas o estandarizadas porque se basa en posibles respuestas que representan la opinión de un conglomerado” dando como resultado una enfoque real de lo que ocurre.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

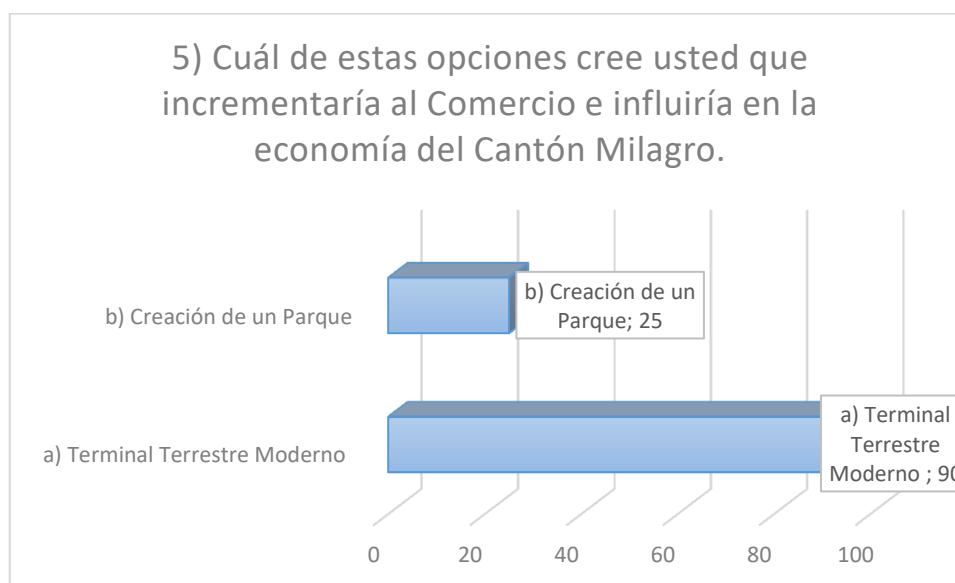
1) Cree usted que Las calles del Centro del Cantón están adecuadas para que sus clientes realicen sus compras de manera segura.

Tabla 1 Las calles del Centro del Cantón

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| SI | 45 | 18% |
| NO | 201 | 82% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Kelly Guzmán

FIGURA 4 Las calles del Centro del Cantón



Elaborado por: Kelly Guzmán

Análisis: los datos de la tabla 1 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 82% corresponde a 201 personas que dan a conocer que no son seguras las calles de milagro, 18% corresponde a 45 personas que dicen que si son seguras al momento de realizar su compra en los locales comerciales del cantón Milagro.

Conclusión: estos datos son de mucha importancia para ser capaces de saber lo que piensan respecto a realizar sus compras en los locales comerciales de manera segura y saber cómo afecta al comercio.

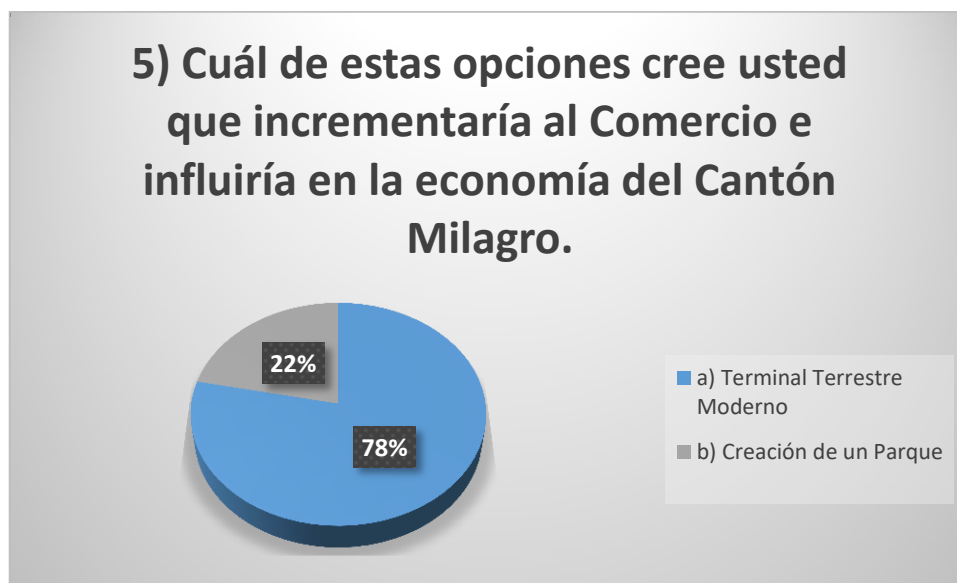
2) Cree usted que el Terminal Terrestre del Cantón es una mala imagen para el Comercio y esto influye en sus ventas.

Tabla 2 el Terminal Terrestre del Cantón

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| SI | 180 | 73% |
| NO | 66 | 27% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Kelly Guzmán

FIGURA 5 el Terminal Terrestre del Cantón



Elaborado por: Kelly Guzmán

Análisis: los datos de la tabla 2 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 73% corresponde a 180 personas que dan a conocer que el terminal terrestre no es una mala imagen para el comercio milagreño, 27% corresponde a 66 personas indican que para vista del comercio el terminal terrestre no está en un buen estado por lo tanto influye mucho en sus ventas porque genera un mal marketing visual.

Conclusión: dichos datos son de suma importancia y saber cómo afecta al comercio verificando que el terminal terrestre de nuestro cantón da mal aspecto de imagen es así como no se generan muchas ventas en dichos locales o para quienes se encuentran cerca de ello.

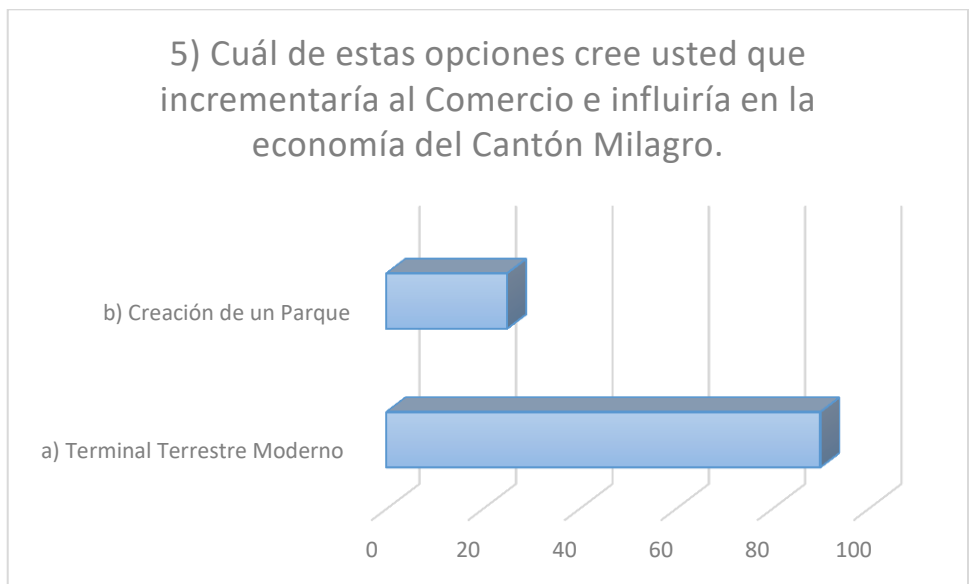
3) Está usted de acuerdo que Exista capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo para la mejor atención e innovación del Comercio.

Tabla 3 capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|---------------|----------|------------|
| DE ACUERDO | 240 | 98% |
| EN DESACUERDO | 6 | 2% |
| TOAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Kelly Guzmán

FIGURA 6 capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo



Elaborado por: Kelly Guzmán

Análisis: los datos de la tabla 3 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 98% corresponde a 240 personas están de acuerdo en que el ministerio de turismo otorgue capacitaciones a los comerciantes en base a innovación y atención al cliente, 2% corresponde a 6 personas están en desacuerdo

Conclusión: son de suma importancia las capacitaciones ya sean para las mejoras de los locales por lo tanto las personas están de acuerdo en ello por medio del ministerio del turismo.

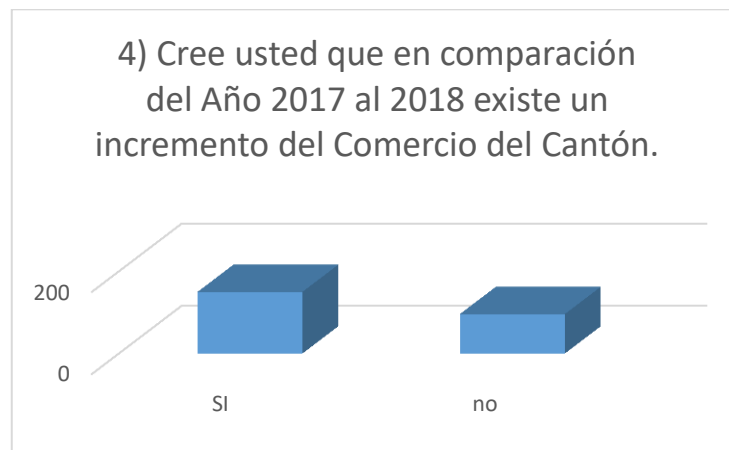
4) Cree usted que en comparación del Año 2017 al 2018 existe un incremento del Comercio del Cantón.

Tabla 4 comparación del Año 2017 al 2018

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| SI | 150 | 61% |
| NO | 96 | 39% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Kelly Guzmán

FIGURA 7 comparación del Año 2017 al 2018



Elaborado por: Kelly Guzmán

Análisis: los datos de la tabla 4 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 61% corresponde a 150 personas indican que si pero muchos se refieren a base de los comerciantes informales porque por medio de los locales comerciales no existe tanto incremento, 39% corresponde a 96 personas que indican que no habido ningún incremento en el ámbito comercial.

Conclusión: indican que en el año 2017 existía mayor comercio en la ciudad de Milagro a base del año 2018 fue decayendo y estos comercios fueron absorbidos por los comerciantes informales.

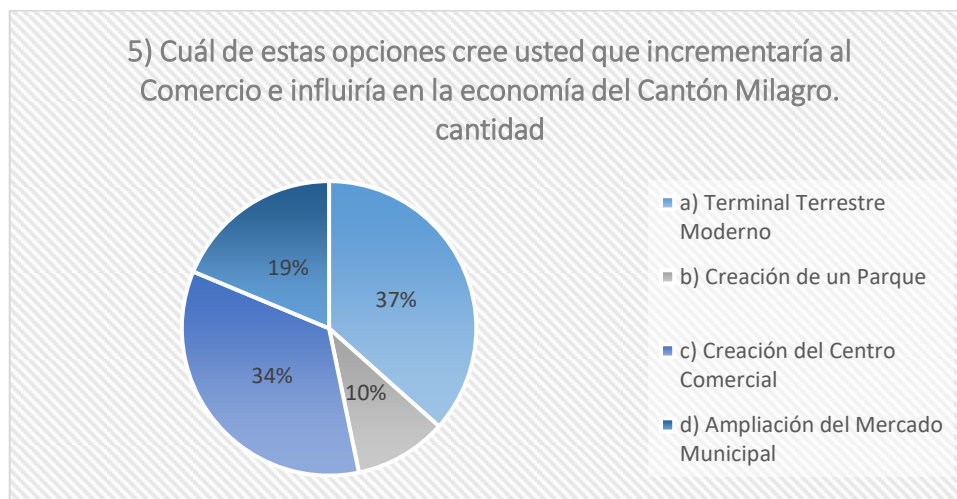
5) Cuál de estas opciones cree usted que incrementaría al Comercio e influiría en la economía del Cantón Milagro.

Tabla 5 influiría en la economía del Cantón Milagro.

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|----------|------------|
| A) TERMINAL TERRESTRE MODERNO | 90 | 37% |
| B) CREACIÓN DE UN PARQUE | 25 | 10% |
| C) CREACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL | 85 | 35% |
| D) AMPLIACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL | 46 | 19% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Kelly Guzmán

FIGURA 8 influiría en la economía del Cantón Milagro.



Elaborado por: Kelly Guzmán

Análisis: los datos de la tabla 5 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 37% corresponde a 90 personas que por medio de un terminal terrestre moderno incrementaría el comercio porque todo se vale al primer aspecto en donde llegas por primera vez, el 35% corresponde a 85 personas dicen que la creación de un centro comercial influencia en el comercio más la economía de Milagro, el 19% corresponde a 46 personas están de acuerdo que tengan una ampliación en el mercado municipal para la economía, el 10% corresponde a 25 personas indican que la creación de un parque cuenta como algo turístico por lo cual generaría ingresos económicos al cantón.

Conclusión: un centro comercial acompañado con un terminal terrestre moderno ayudaría mucho ya sea en base al turismo del cantón incrementando el comercio

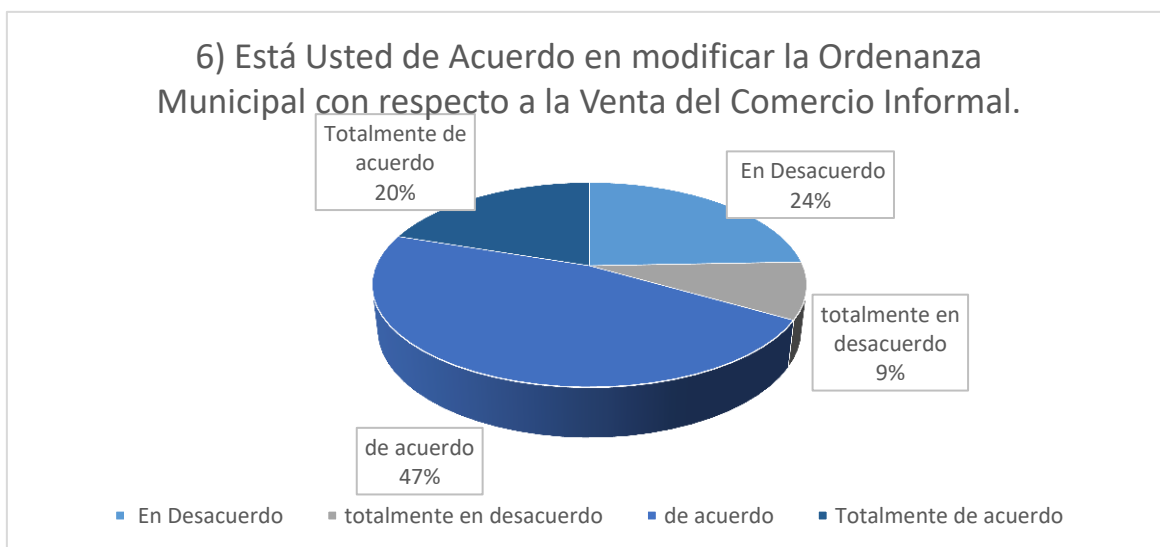
| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|--------------------------|----------|------------|
| EN DESACUERDO | 60 | 24% |
| TOTALMENTE EN DESACUERDO | 22 | 9% |
| DE ACUERDO | 115 | 47% |
| TOTALMENTE DE ACUERDO | 49 | 20% |
| TOTAL | 246 | 1 |

6) Está Usted de Acuerdo en modificar la Ordenanza Municipal con respecto a la Venta del Comercio Informal.

Tabla 6 modificar la Ordenanza Municipal

Elaborado por: Karla Fajardo

FIGURA 9 modificar la Ordenanza Municipal



Elaborado por: Karla Fajardo

Análisis: los datos de la tabla 6 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 47% corresponde a 115 personas que están de acuerdo en modificar la ordenanza municipal, 20% corresponde a 49 personas que están totalmente de acuerdo en que se modifiquen las ordenanzas, 9% pertenece a 22 personas que están totalmente en desacuerdo y el 24 % que pertenecen a 64 personas que está en desacuerdo en que se modifiquen las ordenanzas municipales del cantón milagro.

Conclusión: estos datos son de mucha importancia para ser capaces de saber lo que piensan respecto a las ordenanzas con las que cuenta el municipio del cantón milagro y cómo afecta al comercio.

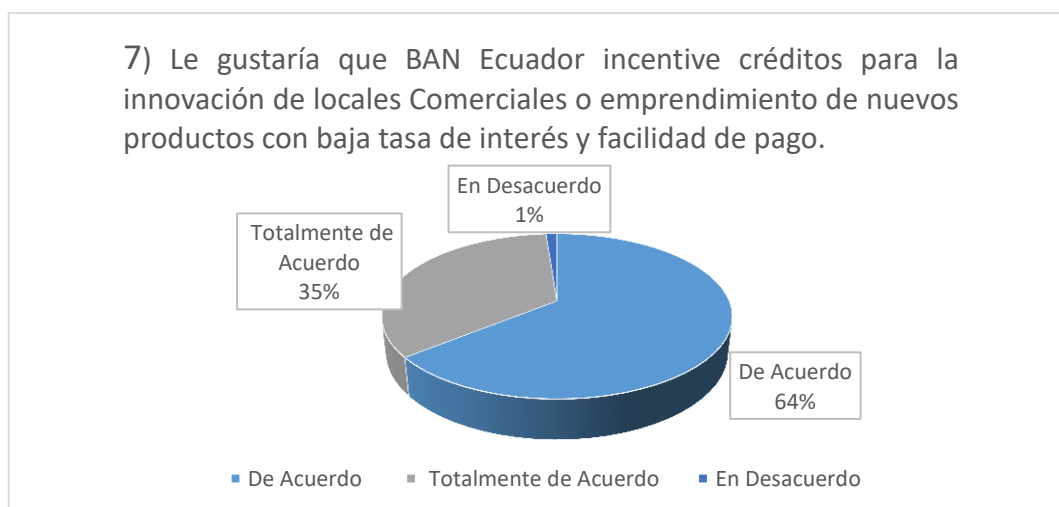
7) Le gustaría que BAN Ecuador incentive créditos para la innovación de locales Comerciales o emprendimiento de nuevos productos con baja tasa de interés y facilidad de pago.

Tabla 7 incentive créditos para la innovación

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-----------------------|----------|------------|
| DE ACUERDO | 158 | 64% |
| TOTALMENTE DE ACUERDO | 85 | 35% |
| EN DESACUERDO | 3 | 1% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Karla Fajardo

FIGURA 10 incentive créditos para la innovación



Elaborado por: Karla Fajardo

Análisis: los datos de la tabla 7 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 64% corresponde a 158 personas que están de acuerdo en BanEcuador incentive créditos, 35% corresponde a 85 personas que están totalmente de acuerdo en que se incentive créditos para la innovación, y el 1 % que pertenecen a 3 personas que está en desacuerdo en que se incentiven créditos para innovar de parte de BanEcuador en el cantón milagro.

Conclusión: estos datos son de mucha importancia para ser capaces de saber que muchos comerciantes minoristas necesitar créditos para la innovación en sus negocios.

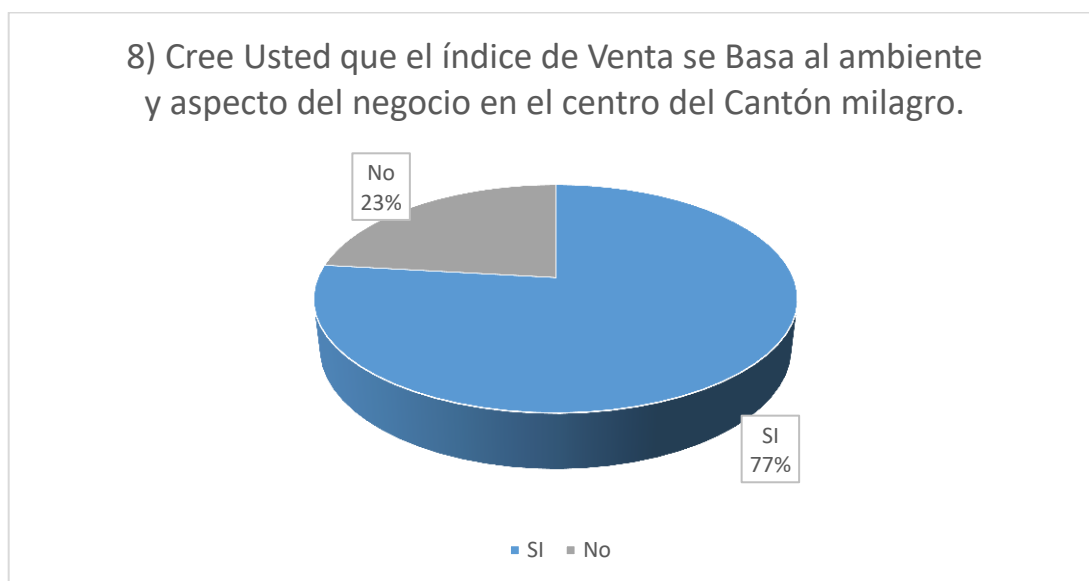
8) Cree Usted que el índice de Venta se Basa al ambiente y aspecto del negocio en el centro del Cantón milagro.

Tabla 8 el índice de Venta se Basa al ambiente y aspecto del negocio

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| SI | 189 | 77% |
| NO | 57 | 23% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Karla Fajardo

FIGURA 11 el índice de Venta se Basa al ambiente y aspecto del negocio



Elaborado por: Karla Fajardo

Análisis: los datos de la tabla 8 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 77% corresponde a 180 personas que si creen que el aspecto y el ambiente de negocio influye en la venta y el 23% que pertenecen a 57 personas que no creen que el aspecto y el ambiente de negocio influye en la venta en el cantón milagro.

Conclusión: estos datos son de mucha importancia para ser capaces de saber que la venta en el negocio se ve influida al aspecto y el ambiente con lo que cuenta el negocio.

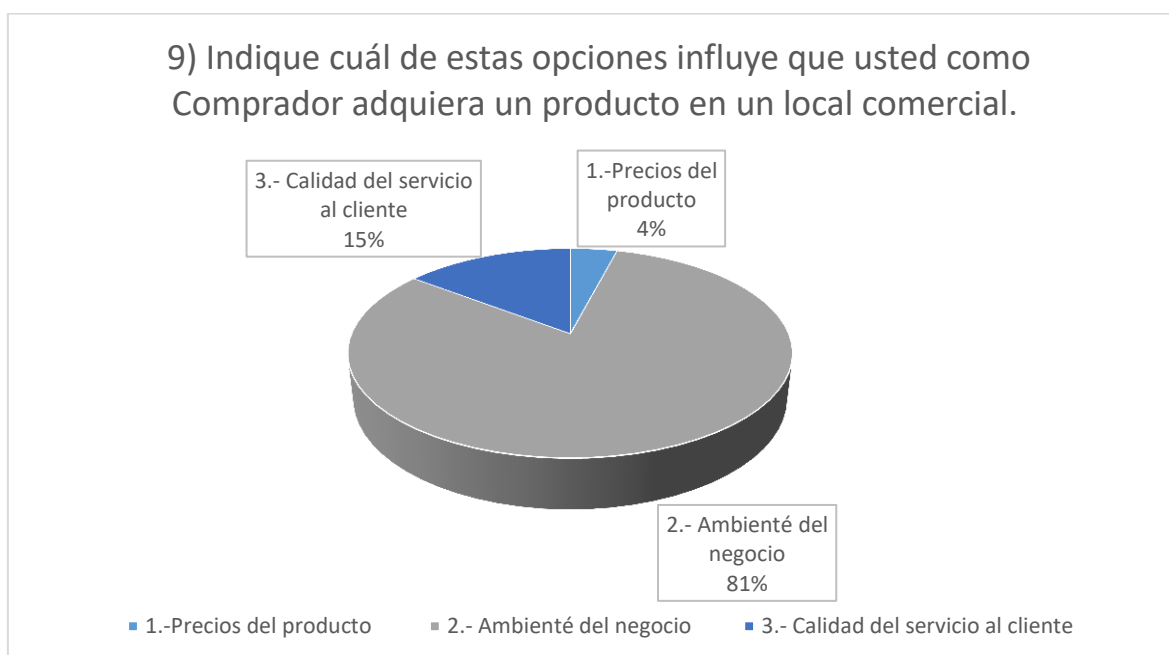
9) Indique cuál de estas opciones influye que usted como Comprador adquiera un producto en un local comercial.

Tabla 9 cuál de estas opciones influye que usted como Comprador

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------------------------------|----------|------------|
| 1.-PRECIOS DEL PRODUCTO | 10 | 4% |
| 2.- AMBIENTÉ DEL NEGOCIO | 200 | 81% |
| 3.- CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE | 36 | 15% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Karla Fajardo

FIGURA 12 cuál de estas opciones influye que usted como Comprador



Elaborado por: Karla Fajardo

Análisis: los datos de la tabla 8 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 81% corresponde a 200 personas que si creen que el ambiente de negocio influye en la compra que realiza el comprador, 15% que corresponde a 36

personas que creen que en la calidad de servicio y el 4% que pertenecen a 10 personas que no creen que el aspecto y el ambiente de negocio influye en la venta en el cantón milagro.

Conclusión: estos datos son de mucha importancia para ser capaces de saber cuál es el indicador que más influye en un consumidor al momento de realizar su compra.

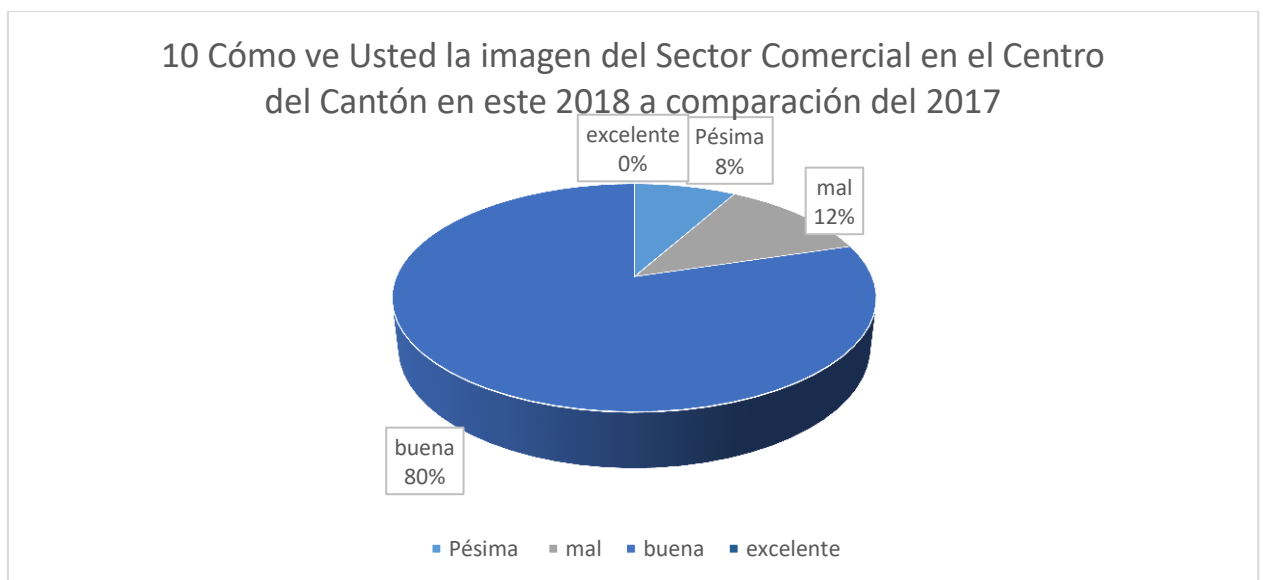
10 Cómo ve Usted la imagen del Sector Comercial en el Centro del Cantón en este 2018 a comparación del 2017

Tabla 10 imagen del Sector Comercial

| ALTERNATIVA | CANTIDAD | PORCENTAJE |
|-------------|----------|------------|
| PÉSIMA | 20 | 8% |
| MAL | 30 | 12% |
| BUENA | 196 | 80% |
| EXCELENTE | 0 | 0% |
| TOTAL | 246 | 1 |

Elaborado por: Karla Fajardo

FIGURA 13 imagen del Sector Comercial



Elaborado por: Karla Fajardo

Análisis: los datos de la tabla 10 nos muestra que un total de 246 encuestados en el centro del cantón milagro, el 80% corresponde a 196 personas que si creen que el aspecto del sector comercial es bueno, 12% que pertenecen a 30 personas que creen que el aspecto es

malo, 8% que corresponde a 20 personas que creen que la imagen es pésima y el 0% cree que la imagen del sector comercial está en excelente estado en el cantón milagro.

Conclusión: estos datos son de mucha importancia para ser capaces de saber cómo cree la ciudadanía en generar que se encuentra el aspecto del sector comercial en el centro del cantón milagro.

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1) Cree usted que el Gobierno Municipal de Milagro ha trabajado para el desarrollo y crecimiento del Comercio en el Centro del Cantón.

Si, se ven los trabajos hechos en algunos sitios.

2) Cree usted que el Centro Comercial Shopping ha generado fuentes de trabajo e innovación en Marketing.

Sí, porque dan cuotas a pagar ya que este sitio cuenta con súper comodidad e infraestructura.

3) Las diferentes entradas al Cantón de Milagro tiene una imagen apropiada para la formación de turismo.

Si, por medio de las entradas entran al cantón, aunque se debería mejorar el turismo.

4) Cómo ve usted las calles principales del Centro de nuestro Cantón en imagen para el Comercio.

Sí, pero se debe mejorar las infraestructuras de las calles públicas en el centro del cantón milagro y parqueos de autos.

5) Usted como comerciante que ordenanza Municipal modificaría o cambiaría para incentivar el comercio en el Cantón.

No, no es mucho el cambio de las ordenanzas municipales.

Entrevista: Karina Vásquez

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1) Cree usted que el Gobierno Municipal de Milagro ha trabajado para el desarrollo y crecimiento del Comercio en el Centro del Cantón.

Pienso que Si, donde que comienzo a valorar el trabajo de los comerciantes minoristas.

2) Cree usted que el Centro Comercial Shopping ha generado fuentes de trabajo e innovación en Marketing.

Fuentes de trabajo para personas si en sus diversas localidades no le dan facilidades para prepararse en la universidad.

3) Las diferentes entradas al Cantón de Milagro tiene una imagen apropiada para la formación de turismo.

No, por la vía Yaguachi no hay un emblema que identifique a milagro y por la vía del km 26 pienso que tampoco hay porque no hay cosas que identifiquen al milagreño por milagro tenis club por atrás la piña.

4) Cómo ve usted las calles principales del Centro de nuestro Cantón en imagen para el Comercio.

Para lo que era en la antigua administración ha cambiado ya que se es lo mismo administración de antes.

5) Usted como comerciante que ordenanza Municipal modificaría o cambiaría para incentivar el comercio en el Cantón.

Ninguna.

Entrevista: ing. Cpa. Mónica Jordán

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1) Cree usted que el Gobierno Municipal de Milagro ha trabajado para el desarrollo y crecimiento del Comercio en el Centro del Cantón.

Si faltaría un poco del crecimiento en el cantón debido a que falta más influencia de marketing para que así pueda participar el municipio.

2) Cree usted que el Centro Comercial Shopping ha generado fuentes de trabajo e innovación en Marketing.

Ha generado sí, pero se debe implementar y ampliar un poco más ya sea ponerlo en otros sitios. También la gente se basa a la economía.

3) Las diferentes entradas al Cantón de Milagro tiene una imagen apropiada para la formación de turismo.

Si, tiene una imagen más apropiada para la atracción de la ciudad ejemplo: la piña, el colibrí, etc.

4) Cómo ve usted las calles principales del Centro de nuestro Cantón en imagen para el Comercio.

No tan buenas, pero se debe aplicar un proceso para generar más movimientos en el comercio.

5) Usted como comerciante que ordenanza Municipal modificaría o cambiaría para incentivar el comercio en el Cantón.

En una empresa privada el municipio no interviene.

Entrevista: Karen Marfetam

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1) Cree usted que el Gobierno Municipal de Milagro ha trabajado para el desarrollo y crecimiento del Comercio en el Centro del Cantón.

No, porque permiten el comercio informal no existe un control por parte del municipio y pueden vender sus cosas sin permisos y nos perjudican.

2) Cree usted que el Centro Comercial Shopping ha generado fuentes de trabajo e innovación en Marketing.

Muy poco, no de manera contundente, el shopping es muy pequeño para el cantón.

3) Las diferentes entradas al Cantón de Milagro tiene una imagen apropiada para la formación de turismo.

No, en milagro no existe turismo.

4) Cómo ve usted las calles principales del Centro de nuestro Cantón en imagen para el Comercio.

Existe mucho ruido visual no es estético se ve mucha publicidad una más grande que otra, no existe control por parte del municipio.

5) Usted como comerciante que ordenanza Municipal modificaría o cambiaría para incentivar el comercio en el Cantón.

Las ordenanzas están, pero no las hacen respetar y eso perjudica a la economía sin embargo afuera de cada local existe mucha mercadería que no dejan circular de manera segura al cliente por la vereda si no que se lo obliga a bajarse a la calle.

Entrevista: Braulio Moreta

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1) Cree usted que el Gobierno Municipal de Milagro ha trabajado para el desarrollo y crecimiento del Comercio en el Centro del Cantón.

No, no creo que ha hecho algo bueno por el crecimiento del comercio.

2) Cree usted que el Centro Comercial Shopping ha generado fuentes de trabajo e innovación en Marketing.

Si, ha generado fuentes de negocio, empleo y el marketing porque es su expectativa.

3) Las diferentes entradas al Cantón de Milagro tiene una imagen apropiada para la formación de turismo.

No, hay turismo solo es decoración de la ciudad.

4) Cómo ve usted las calles principales del Centro de nuestro Cantón en imagen para el Comercio.

No, todavía milagro no es lo que debería de ser, implementando mejora en distintos sitios del cantón.

5) Usted como comerciante que ordenanza Municipal modificaría o cambiaría para incentivar el comercio en el Cantón.

Falta generación de fuentes de empleos.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

De la investigación concluye que las ventas son influenciadas por la innovación en los locales comerciales para aportar de una manera positiva a la economía del Cantón Milagro logrando satisfacer la economía milagreña de los ciudadanos comerciantes.

- La innovación es un tema muy especial debido que es una problemática en muchos de los lugares del Cantón milagro, dado que las personas no se encuentran capacitadas sobre los beneficios sobre el tema de un buen ambiente comercial y aspecto físico sobre su negocio.
- En el centro del Cantón milagro también existe el comercio informal las cuales optan por realizarlos en las vías públicas generando un problema ya que aquellos han reaccionado a la falta de plaza de empleo.
- El crecimiento de los locales comerciales en el centro del Cantón milagro van en aumento por los que se debe implementar una buena capacitación a los dueños de los locales comerciales para que logren mejorar su negocio y obtengan más ingresos y así lograr que en el Cantón se genere más economía.
- El comercio de los locales comerciales genera muchos ingresos para la economía de Cantón Milagro, siempre y cuando se cumplan con los permisos correspondientes en los establecimientos, esto ayuda a generar más plazas de empleo para los propios ciudadanos que habitan en la zona logrando un desarrollo socio-económico en el Cantón.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Arias, F. G. (12 de Julio de 2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica - 6ta edición*. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme, C.A. Obtenido de El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica - 6ta edición: <http://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-C3%93N-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Arocena, J. (2001). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Montevideo: Taurus.
- EFTA, E. F. (2001). *Mémento du commerce équitable*. GAND: EFTA.
- Escorsa Castells, P. J. (2003). *google*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=vFZsgeizTO8C&pg=PA107&dq=innovacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwia2r2m39LdAhUsSN8KHd5KBgkQ6AEISjAG#v=onepage&q&f=false>
- Escorsa Castells, P. J. (2003). *tecnología e innovación en la empresa*.
- Fridell, G. (2006). "Comercio justo, neoliberalismo y desarrollo rural: una evolución histórica". En *en Iconos* (págs. 43-57). num, 24 .
- Hartley, R. (2008). *Administración de ventas*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Huerta, g. (04 de 2010). Obtenido de https://inforavit.janium.net/janium/TESIS/Maestria/Huerta_Reynoso_Gabriela_45532.pdf
- Johnston y Marshall, G. (2009). *Administración de ventas*. Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- Klein, J. L. (DICIEMBRE de 2005). "Iniciativa local y desarrollo: respuesta social a la globalización neoliberal". XXXI(94), 25-39. Recuperado el 25 de 09 de 2018
- KOTLER, & AMSTRONG. (2001). *Fundamentos de mercadotecnia* (10ma ed.). MEXICO. Recuperado el 23 de 08 de 2018

- LEON. (04 de 2011). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052011000100007
- Lozano Uvario, K. M. (2007). *“El desarrollo local como método de análisis”*. Mexico : Desarrollo local. Teoría y prácticas socioterritoriales.
- PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTON SAN FRANCISCO DE MILAGRO* . (s.f.). Obtenido de <file:///C:/Users/mama1/Downloads/4.-DIAGNOSTICO%20PDOT.pdf>
- Prefectura del Guayas*. (s.f.). Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/milagro>
- Rostow, W. W. (1960). *The stages of economic growth: a non-communist manifesto*. Cambridge: Cambridge University Press. Recuperado el 25 de 9 de 2018
- Sampieri, R. H., Sampieri, R. H., & Lucio, M. d. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION QUINTA EDICCIÓN*. Mexico: Marcela I. Rocha Martínez. Recuperado el 22 de 09 de 2018
- Sanchis, R. (2006). "GEOGRAFIA ACTUAL DEL COMERCIO JUSTO". En J. N. Gonzalez, *Las otras geografías* . Barcelona : tirant lo Blanch .
- Steinfeld, C. M. (1999). *"Electronic commerce and the local merchant: opportunities for synergy between physical and web presence"* (Vol. Vol. 9). Electronic Markets.
- Tamayo, M. (2008). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Editorial Limusa.
- Vachon, B. (2001). *El desarrollo local: teoría y práctica. Reintroducir lo humano en la lógica del desarrollo*. España: Gijón.
- Vilaseca, J. T. (2007). *“An integrated model of adoption and development of e-commerce in companies”* (Vol. Vol. 13 No. 2). International Advances in Economic Research.
- Vinuesa, T. (2000). "Territorio y desarrollo local". En J. C. Andujar, *Formación y empresa. Ejes del desarrollo integral de las comarcas*. Toledo, España: Centro Asociado de la uned de Talavera de la Reina.

ANEXOS

Entrevista

ENTREVISTA A LOS DUEÑOS DE LOS LOCALES COMERCIALES

1) Cree usted que el Gobierno Municipal de Milagro ha trabajado para el desarrollo y crecimiento del Comercio en el Centro del Cantón.

2) Cree usted que el Centro Comercial Shopping ha generado fuentes de trabajo e innovación en Marketing.

3) Las diferentes entradas al Cantón de Milagro tiene una imagen apropiada para la formación de turismo.

4) Cómo ve usted las calles principales del Centro de nuestro Cantón en imagen para el Comercio.

5) Usted como comerciante que ordenanza Municipal modificaría o cambiaría para incentivar el comercio en el Cantón.

Encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
LICENCIATURA EN GESTION EMPRESARIAL

OBJETIVO: Analizar la innovación en los locales comerciales y su influencia en las ventas del Centro del cantón Milagro.

A continuación, usted debe seleccionar una alternativa en cada pregunta según su apreciación, marque con una x o ✓

1) Cree usted que Las calles del Centro del Cantón están adecuadas para que sus clientes realicen sus compras de manera segura.

SI NO

2) Cree usted que el Terminal Terrestre del Cantón es una mala imagen para el Comercio y esto influye en sus ventas.

SI NO

3) Está usted de acuerdo que Exista capacitaciones otorgadas por el Ministerio de Turismo para la mejor atención e innovación del Comercio.

De acuerdo En desacuerdo

4) Cree usted que en comparación del Año 2017 al 2018 existe un incremento del Comercio del Cantón.

SI NO

5) Cuál de estas opciones cree usted que incrementaría al Comercio e influiría en la economía del Cantón Milagro.

a) Terminal Terrestre Moderno c) Creación del Centro Comercial

b) Creación de un Parque d) Ampliación del Mercado Municipal

6) Está Usted de Acuerdo en modificar la Ordenanza Municipal con respecto a la Venta del Comercio Informal.

De Acuerdo En Desacuerdo
Totalmente de acuerdo totalmente en desacuerdo

7) Le gustaría que BAN Ecuador incentive créditos para la innovación de locales Comerciales o emprendimiento de nuevos productos con baja tasa de interés y facilidad de pago.

De Acuerdo En Desacuerdo Totalmente de Acuerdo

8) Cree Usted que el índice de Venta se Basa al ambiente y aspecto del negocio en el centro del Cantón milagro.

SI NO

9) Indique cuál de estas opciones influye que usted como Comprador adquiera un producto en un local comercial.

1.-Precios del producto 2.- Ambienté del negocio

3.- Calidad del servicio al cliente

10) Cómo ve Usted la imagen del Sector Comercial en el Centro del Cantón en este 2018 a comparación del 2017

Pésima Mala Buena Excelente

EVIDENCIA DE ACOMPAÑAMIENTO CON LA TUTORA



EVIDENCIA DE ENCUESTA Y ENTREVISTAS



Urkund Analysis Result

Analysed Document: fajardo, guzman.docx (D42326930)
Submitted: 10/9/2018 3:27:00 PM
Submitted By: mmoreiram4@unemi.edu.ec
Significance: 1 %

Sources included in the report:

[https://es.wikipedia.org/wiki/Milagro_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Milagro_(Ecuador))

Instances where selected sources appear:

1



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Línea de investigación: GESTIÓN DE EMPRESAS

TEMA: LA INNOVACIÓN EN LOS LOCALES COMERCIALES DEL CENTRO DEL CANTÓN MILAGRO

ACOMPAÑANTE: MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA

| DATOS DEL ESTUDIANTE | | | |
|----------------------|--------------------------------|------------|-------------------------------------|
| Nº | APELLIDOS Y NOMBRES | CÉDULA | CARRERA |
| 1 | FAJARDO MATUTE KARLA ALEJANDRA | 0303023808 | LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL |
| 2 | GUZMAN MEJIA KELLY JOMARI | 0922871108 | LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL |

| Nº | FECHA | HORA | | Nº HORAS | DETALLE |
|----|------------|--------------------|-----------------|----------|--|
| 1 | 2018-02-08 | Inicio: 15:02 p.m. | Fin: 16:02 p.m. | 1 | SE ACORDÓ ESTABLECER EL TEMA, OBJETIVO, BUSCAR BIBLIOGRAFIA RELEVANTES PARA LA PRÓXIMA SEMANA. |
| 2 | 2018-24-09 | Inicio: 12:05 p.m. | Fin: 14:05 p.m. | 2 | SE REVISÓ OBJETIVOS ESPECÍFICOS, MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO, SE RECOMENDÓ AVANZAR CON METODOLOGÍA Y REESTRUCTURAR EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA |
| 3 | 2018-01-10 | Inicio: 10:19 a.m. | Fin: 12:19 p.m. | 2 | SE REVISÓ LAS PREGUNTAS DE LAS ENTREVISTA Y DE LAS ENCUESTAS A REALIZAR SE ENVIO A CORREGIR DICHAS PREGUNTAS. SE REVISÓ LA INFORMACIÓN ADICIONAL DEL ENSAYO. |
| 4 | 2018-03-10 | Inicio: 10:25 a.m. | Fin: 12:25 p.m. | 2 | SE REVISÓ LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS, Y LAS ENTREVISTAS. SE CORRIGIÓ LA TABULACIÓN DE LOS RESULTADOS |
| 5 | 2018-09-10 | Inicio: 10:25 a.m. | Fin: 12:25 p.m. | 2 | SE REVISÓ SISTEMA DE URKUND Y SU PORCENTAJE DE PLAGIO SE ESTABLECIÓ PAUTAS PARA ELABORACIÓN DE DIAPOSITIVAS SE DETERMINÓ TEMAS PARA ELABORACIÓN DE DIAPOSITIVAS |
| 6 | 2018-11-10 | Inicio: 10:25 a.m. | Fin: 12:25 p.m. | 2 | SE REVISÓ PRIMERA ENTREGA DE DIAPOSITIVAS SE CORRIGIÓ DETALLES EN LA ORTOGRAFÍA, CUADROS Y DEMAS EN LAS MISMAS |

MOREIRA MACIAS MARIA FERNANDA
 PROFESOR(A)

FAJARDO MATUTE KARLA ALEJANDRA
 ESTUDIANTE

GUZMAN MEJIA KELLY JOMARI
 ESTUDIANTE

VISIÓN

MISIÓN