



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

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

**TÍTULO DEL PROYECTO:**

**“CREACIÓN DE UN MANUAL Y HERRAMIENTAS  
ADMINISTRATIVAS PARA LOS MICROEMPRESARIOS DE LA  
CIUDAD DE MILAGRO.”.**

**AUTORA:**

**AGUIÑO GUAPI LILIBETH JENNY**

**TUTOR:**

**ECON. FRANKLIN GAIBOR VERA**

**NOVIEMBRE 2014**

**MILAGRO**

**ECUADOR**

## **CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**Creación de un manual y herramientas administrativas para los microempresarios de la ciudad de Milagro.**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero Comercial.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por la Egresada:

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi

C.I. 0940127228

TUTOR

---

Econ. Franklin Gaibor

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Lilibeth Jenny Aguiño Guapi egresada en la carrera de Ingeniería Comercial, por medio de este documento, entrego el proyecto de investigación: **“Creación de un manual y herramientas administrativas para los microempresarios de la ciudad de Milagro”**, del cual me responsabilizo por ser autora del mismo, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto y tener la asesoría personal del Econ. Franklin Gaibor.

Milagro, Octubre del 2014

---

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi

C.I. 0940127228

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

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

MEMORIA CIENTIFICA	(    )
DEFENSA ORAL	(    )
TOTAL	(    )
EQUIVALENTE	(    )

---

**Econ. Franklin Gaibor Vera**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**Ing. Oscar Guzmán Arias**  
**PROFESOR DELEGADO**

---

**Econ. Carlos Ochoa**  
**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de tesis a Dios quien me dio salud, sabiduría y las fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas que se me presentaron a lo largo de mi vida estudiantil.

A mis padres quienes me han motivado y apoyado para llegar a estas instancias de mis estudios y aunque estén separados siempre han estado conmigo presente en cada paso que me he propuesto a dar.

A mis hermanos Ana María y Lister gracias por estar conmigo siempre y apoyarme, los quiero mucho.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios en primer lugar por haberme bendecido para llegar hasta donde he llegado.

A mis padres por su motivación, consejos y guiarme por el buen camino dándome su apoyo incondicionalmente.

A mis hermanos por su paciencia y apoyo incondicional.

A todas las personas que participaron e hicieron posible este proyecto de tesis que estaban ahí cuando más lo necesitaba.

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

### **Master**

Fabricio Guevara Viejó

**RECTOR DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**Ciudad.-**

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procede a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “**Creación de un manual y herramientas administrativas para los microempresarios de la ciudad de Milagro**” y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Octubre del 2014

---

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi

C.I. 0940127228

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>3</b>
<b>EL PROBLEMA</b> .....	<b>3</b>
1. 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	3
1.1.1 Problematización .....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema .....	4
1.1.4 Sistematización del Problema.....	5
1.1.5 Determinación del Problema.....	5
1.2 OBJETIVOS .....	5
1.2.1 Objetivo General .....	5
1.2.2 Objetivos Específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	6
1.3.1 Justificación de la Investigación.....	6
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>7</b>
<b>MARCO REFERENCIAL</b> .....	<b>7</b>
2.1 MARCO TEORICO .....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos .....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales .....	9
2.1.3 Fundamentación .....	12
2.2 MARCO LEGAL .....	14
2.3 MARCO CONCEPTUAL .....	21
2.4 HIPÓTESIS .....	24
2.5.1 General .....	24
2.5.2 Particulares .....	24
2.6 DECLARACIÓN VARIABLES .....	24
2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	26



<b>CAPÍTULO III</b> .....	28
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	28
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	28
3.2. LA POBLACIÓN Y MUESTRA .....	29
3.2.1 Característica de la población.....	29
3.2.2 Delimitación de la población .....	29
3.2.3 Tipo de muestra .....	29
3.2.4 Tamaño de la muestra .....	29
3.2.5 Proceso de selección.....	30
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	31
3.3.1 Métodos teóricos.....	31
3.3.2 Métodos empíricos.....	31
3.3.3 Técnicas e instrumentos .....	31
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN .....	32
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	33
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	33
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	33
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	46
4.3 RESULTADOS.....	47
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	47
<b>CAPITULO V</b> .....	49
<b>PROPUESTA</b> .....	49
5.1 TEMA .....	49
5.2 FUNDAMENTACION .....	49
5.3 JUSTIFICACIÓN .....	51
5.4 OBJETIVOS.....	52
5.4.1 Objetivo General de la Propuesta.....	52
5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta.....	53

5.5 Ubicación .....	53
5.6 FACTIBILIDAD .....	54
5.6.1 Factibilidad administrativo.....	54
5.6.2 Factibilidad legal .....	54
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	55
5.7.1 Actividades .....	55
5.7.1 Impacto .....	94
5.7.2 Cronograma.....	95
5.7.3 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	96
CONCLUSIONES .....	97
RECOMENDACIONES .....	99
Bibliografía .....	100
Linkografia.....	101

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Declaración de las variables .....	25
<b>Cuadro 2.</b> Operacionalización de las Variables .....	26
<b>Cuadro 3.</b> Crecimiento de la competencia.....	34
<b>Cuadro 4.</b> Afectación de la competencia .....	35
<b>Cuadro 5.</b> Porcentaje de clientes.....	36
<b>Cuadro 6.</b> Problemas para emprender un negocio .....	37
<b>Cuadro 7.</b> Nivel de reinversión .....	38
<b>Cuadro 8.</b> Nivel de ingresos .....	39
<b>Cuadro 9.</b> Labores realizadas por los microempresarios .....	40
<b>Cuadro 10.</b> Servicio al cliente .....	41
<b>Cuadro 11.</b> Valor adicional al producto-servicio .....	42
<b>Cuadro 12.</b> Tiempo en el mercado .....	43
<b>Cuadro 13.</b> Líneas de negocios.....	44
<b>Cuadro 14.</b> Incremento de líneas de negocios .....	45
<b>Cuadro 15.</b> Verificación de hipótesis .....	48
<b>Cuadro 16.</b> Negocios comerciales saturados .....	58
<b>Cuadro 17.</b> Impacto .....	94
<b>Cuadro 18.</b> Cronograma .....	95

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> Crecimiento de la competencia.....	34
<b>Gráfico 2.</b> Afectación de la competencia .....	35
<b>Gráfico 3.</b> Porcentaje de clientes.....	36
<b>Gráfico 4.</b> Problemas para emprender un negocio.....	37
<b>Gráfico 5.</b> Nivel de reinversión .....	38
<b>Gráfico 6.</b> Niveles de ingresos.....	39
<b>Gráfico 7.</b> Labores realizadas por los microempresarios .....	40
<b>Gráfico 8.</b> Servicio al cliente.....	41
<b>Gráfico 9.</b> Valor adicional al producto-servicio .....	42
<b>Gráfico 10.</b> Tiempo en el mercado .....	43
<b>Gráfico 11.</b> Líneas de negocios.....	44
<b>Gráfico 12.</b> Incremento de líneas de negocios .....	45
<b>Gráfico 13.</b> Ubicación .....	53
<b>Gráfico 14.</b> Casco comercial de Milagro.....	54
<b>Gráfico 15.</b> Negocios comerciales saturados .....	59

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad el estudio del crecimiento desmedido de la competencia que se observa en un pequeño nicho de mercado como lo es el cantón Milagro, la afectación de los microempresarios debido a que el crecimiento considerable de la competencia produce a la mayoría de ellos que sus niveles de efectivo sean bajos, la importancia que denota la debida capacitación de los emprendedores al momento de iniciar un negocio o cuando ya posee uno y como este valor agregado puede diferenciar a un negocio de otro.

Para el desarrollo de esta investigación se llevó a cabo encuestas las cuales muestran la sobredimensión de comerciantes informales en el casco comercial de la ciudad de Milagro lo que conlleva al desarrollo de la propuesta en la cual se genera diversas alternativas de ideas de negocios que los emprendedores podrían desarrollarlas y de esta manera diversificar el mercado del cantón con nuevas ideas que ayudarían a la mejora de los ingresos económicos.

**Palabras claves:** Emprendimiento, sobredimensión, competencia, ingresos.

## ABSTRACT

This research project aims to study the excessive growth of competition observed in a small niche market such as Milagro Canton, involvement of micro entrepreneurs because the considerable growth of competition occurs most them their cash levels are low, denoting the importance of proper training entrepreneurs when starting a business or already own one when and how this added value can differentiate one business from another.

For the development of this research was carried surveys conducted which show the excessive size of informal traders in the commercial town of Milagro which leads to the development of the proposal which generates several alternative business ideas for entrepreneurs could develop and thus diversify the Canton market with new ideas that would help improve economic returns.

**Keywords:** Entrepreneurship, oversize, competition, revenue.

## INTRODUCCIÓN

Las microempresas son parte esencial en el desarrollo económico de un país, creadas por emprendedores que se arriesgan ante un escenario inicialmente incierto en muchos de los casos y de desempleo, lo correcto es que estos negocios sobrevivan y crezcan en un mercado tan competitivo, especialmente en precios, como lo es el sector microempresarial de la ciudad de Milagro y se conviertan en su nivel inmediato superior que son las pequeñas y medianas empresas competitivas y productivas.

Sin embargo en este sector se percibe una tendencia de crecimiento del mercado, lo cual es provechoso en la economía de una ciudad, pero se genera una competencia que satura a los pequeños nichos de mercado perjudicando a los emprendedores al percibir ingresos inferiores a los esperados.

Es por ello el presente proyecto de investigación busca estudiar cómo afecta a los emprendedores de pequeños negocios comerciales el crecimiento desmedido de la competencia en la ciudad de Milagro.

Este trabajo está estructurado en cinco capítulos, los cuales se describen a continuación:

En el capítulo I se presenta el problema, los objetivos generales y específicos de la investigación y la justificación del mismo.

En el capítulo II se muestra el marco teórico y se menciona los antecedentes históricos de las microempresas, la fundamentación del proyecto, el marco legal, marco conceptual donde se presenta las definiciones técnicas y declaración de las variables.

En el capítulo III se describe el tipo y diseño de investigación, la población y la muestra, y las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se aplicaran para esta investigación.

El capítulo IV está compuesto por el Analisis e Interpretación de Resultados en donde se demostró que efectivamente la sobredimensión de la competencia afecta los niveles de efectivo de los microempresarios.

En el capítulo V se plantea la propuesta en donde se describe sus objetivos, fundamentación, justificación, factibilidad y las actividades necesarias a utilizarse para el desarrollo de la misma, luego se definen las conclusiones y recomendaciones, y por ultimo las referencias bibliográficas consultadas en el desarrollo de la investigación así como los anexos correspondientes.

Este trabajo investigativo es de suma relevancia tanto para las personas que ya poseen su negocio como para las que quieren emprender en uno.



# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1. 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

La base de las economías mundiales han sido las pequeñas y medianas empresas, algunas de las cuales con el transcurso del tiempo y una eficiente administración han llegado a convertirse en negocios grandes con recursos suficientes para desenvolverse en un entorno competitivo. Sin embargo en muchos de los casos, estos pequeños negocios no realizan un estudio de mercado previo, analizando los posibles factores que los afectaría como empresarios y por ende desaparecen al poco tiempo de haberse creado ya que no alcanzan los niveles de competitividad adecuados.

En el Ecuador, las pequeñas empresas forman parte de una fuente importante generadora de empleos directos e indirectos, pero desde una perspectiva general se han caracterizado por operar informalmente y con escasa organización empresarial, lo que resulta en fracasos a corto o mediano tiempo de su apertura.

En la ciudad de Milagro las microempresas muestran una importante tendencia de crecimiento en el mercado, creando una competencia que en muchas ocasiones satura a los potenciales nichos, por la oferta sobre dimensionada, esto tiene un efecto perjudicial para los emprendedores, que no ven cumplirse sus expectativas de ingresos, por la excesiva oferta en un mercado de demanda estable.

Al percibir ingresos inferiores a los esperados, causados por el sobre crecimiento de los oferentes, se ven afectados los niveles de reinversión en tecnología, infraestructura, inventario y nuevos empleos directos e indirectos que la empresa pronosticaba generar.

### **Pronóstico**

Si las microempresas comerciales crecen desmedidamente de manera informal, el mercado se verá afectado negativamente, y limitará a los microempresarios que se desenvuelvan en dicha actividad.

### **Control del pronóstico**

Para dar solución a este problema los emprendedores deberán estar conscientes que el mercado al que pretenden ingresar tiene un alto grado de competencia, por lo que tendrían que implementar un plan de negocios innovadores, que les permita romper esas barreras y paradigmas que impide emprender un negocio diferente y de esta manera captar clientes que harán que su actividad comercial sea mucho más rentable.

#### **1.1.2 Delimitación del problema**

País : Ecuador

Región : Costa

Provincia : Guayas

Cantón : Milagro

Universo : Las microempresas comerciales de la ciudad Milagro

#### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Cómo afecta el crecimiento desmedido de microempresas comerciales en los emprendedores de negocios de dicha actividad?

#### **1.1.4 Sistematización del Problema**

¿Cómo incide la lealtad de los clientes de microempresas comerciales ya posicionadas en el crecimiento de nuevos negocios?

¿De qué manera afecta las oportunidades de reinversión al percibir el crecimiento de oferentes?

¿Cómo incide en la permanencia de los emprendedores en el mercado la generación de valor agregado al producto ofertado?

¿Cómo afecta la limitada oferta de productos de los emprendedores de Milagro en las expectativas de éxito planificadas?

#### **1.1.5 Determinación del Problema**

Estudio de cómo afecta a los emprendedores de pequeños negocios comerciales el crecimiento desmedido de la competencia en la ciudad de Milagro.

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 Objetivo General**

Identificar cómo afecta el crecimiento desmedido de microempresas comerciales a los emprendedores en la ciudad de Milagro.

#### **1.2.2 Objetivos Específicos**

Analizar cómo incide la lealtad de los clientes de pequeñas empresas comerciales ya posicionadas en el crecimiento de nuevos negocios.

Determinar el nivel de reinversión del micro empresario como estrategia de permanencia y crecimiento, que tienen una población sobredimensionada en su competencia.

Analizar cómo incide la generación de valor agregado al producto-servicio que ofertan las microempresas, en la permanencia en el mercado.

Investigar cómo afecta la limitada oferta de productos de los emprendedores.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.3.1 Justificación de la Investigación**

Es importante que en la actualidad se realice un estudio acerca del sobre crecimiento que tienen las micro empresas en Ecuador sobre todo en la ciudad de Milagro por el hecho de que se ha observado un aumento considerable limitando las oportunidades de inversión de los emprendedores.

Es de suma relevancia que las microempresas hagan un cambio en su enfoque administrativo, ya que se encuentran en un competitivo ambiente de negocios donde sobreviven únicamente las mejores. Hacer un estudio desde el enfoque estratégico es importante para las personas emprendedoras por el hecho que compiten de manera directa dentro del nicho de mercado en el que se encuentra.

Es por esto que el presente proyecto busca mediante una investigación de campo comprender, resolver y adquirir nuevos conocimientos, trabajando en el nicho de mercado en donde conviven las fuentes involucradas, de los que se obtendrán datos relevantes a través de encuestas para ser examinados por medio de la tabulación y análisis y mediante ello encontrar posibles soluciones al problema determinado.

El proyecto debe considerar el entorno del sector comercial de la ciudad de Milagro, esto involucra tanto a los consumidores, quienes son los que exigen variedad y calidad del producto, como a los oferentes de productos, quienes aspiran obtener alta rentabilidad por el giro de su negocio.

Es por esto que se deben implementar nuevas estrategias en las pequeñas empresas comerciales, para asegurar la generación de una ventaja competitiva, por medio de una real innovación de líneas de negocios que aseguren el éxito empresarial.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

Desde tiempos remotos las necesidades de las personas han producido medios para satisfacerlas en base a sus consumos, lo que conlleva a producir este sistema llamado empresa, que es el manejo inconsciente de recursos disponibles por el hombre. A través de su inteligencia involucra la organización, la distribución de tareas, seguridad, coordinación, etc.<sup>1</sup>

Desde el inicio las empresas eran consideradas como talleres pequeños en donde las labores las realizaba una persona, la mayoría de estos negocios iniciaban con una persona y su familia, los recursos eran limitados, la gestión de estas empresas era de legado familiar, la cantidad de productos que se elaboraban era mínima y fabricar cada uno tomaba mucho tiempo.

La Época Industrial se marca con la llegada de la máquina de vapor en 1750, la cual facilitaría la creación de herramientas que remplazaran la mano de obra y que además permitieran los primeros tipos de automatización.

Durante este período la producción incremento en volumen, ya que se automatizaron procesos, hubo un crecimiento en la demanda de materias primas y

---

<sup>1</sup> (Corona, 2009)

se creó un mercado mucho más complejo en donde los límites ya no eran por la mano de obra sino por las leyes de oferta y demanda.

Luego se encuentra la época Post-Industrial que es en la que vivimos hoy en día, ésta también admite un desarrollo en las tecnologías de comunicación y la creación de nuevos mercados a través de Internet.

Aquellos negocios que tuvieron un origen familiar se caracterizaban por una gestión a lo que solo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo de oportunidad del capital, o la inversión que permite el crecimiento, desarrollo y rentabilidad de la misma.

Actualmente la actividad comercial es uno de los principales motores que impulsa al crecimiento y desarrollo económico ya que es un medio idóneo para reforzar y fortalecer las relaciones, convirtiendo de esta manera al sector comercial en una fuerza productiva en la economía de un país.

Sería difícil imaginar un mundo sin estas actividades que representa el desarrollo de comercio, pues ha estado presente en todo acto del ser humano, desde el apareamiento del trueque hasta las actuales formas sofisticadas de hacer comercio.

Las pequeñas empresas comerciales se encuentran en una competitividad perfecta, en lo referente a la estructura del mercado, en donde existen muchas empresas y muchos compradores, ninguna de las empresas tiene la capacidad para influir en el comportamiento del mercado, en lo concerniente a precios y cantidades.

Hoy en día el sector comercial de la ciudad de Milagro es considerado una vía muy importante de avance para el Ecuador. Lo que necesitan los emprendedores de la ciudad de Milagro es incrementar ese valor agregado, que cuenten con un óptimo clima laboral, metas claras y sobre todo liderazgo dentro de las empresas, con el fin de que sean guiados y motivados de una manera adecuada hacia los objetivos que persiguen las organizaciones de hoy, dando como resultado el incremento de la productividad de los negocios comerciales.

El sector empresarial es bueno pero lo podemos hacer mucho mejor, logrando mayor productividad y rentabilidad al mismo, minimizando los problemas dentro del ámbito laboral, que es lo que impiden el buen desarrollo en nuestro país. He aquí la

importancia que tiene la capacidad de influencia del liderazgo en las organizaciones y como estas pueden marcar diferencia ante la fuerte competencia que existe actualmente en el mercado, siendo excepcionalmente productivas que otras.

## **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

### **Microempresa**

“Genéricamente se refiere a las unidades económicas de baja capitalización que operan en el mercado a partir de una inversión a riesgo. Desde el punto de vista del financiamiento a las microempresas se les puede conceptualizar como unidades económicas de carácter familiar, cuyas necesidades de financiamiento son para capital de trabajo”.<sup>2</sup>

Es común que estemos rodeados de pequeñas empresas, pueden nacer en cualquier parte ya que no se necesita de una gran cantidad de capital para iniciar su funcionamiento puesto que su incidencia en el mercado que se desempeña es limitada pero es muy importante en el desarrollo social económico de un país, ya que ofrece oportunidades laborales.

“Toda empresa es una parte importante de su medio ambiente que, directa e indirectamente, afecta de manera especial la estructura económica social de un país. Cualquier organización que carezca de un perfil de trabajo, que todas las empresas requieren para su crecimiento y desarrollo a lo largo plazo, tienden a desaparecer”.<sup>3</sup>

El mundo empresarial se encuentra en un entorno constante y dinámico lo que hace que la vida de los propietarios de estas empresas sea cada vez más agitada por la lucha en abarcar mercados combinando estrategias de precios, calidad y servicio agarrado de la mano de una eficiente administración.

### **Fuentes de Ingreso**

“Las microempresas en el Ecuador se calculan en alrededor de dos millones, las mismas que producen bienes y servicios, dentro de los que se pueden nombrar los

---

<sup>2</sup> (<http://www.infopyme.com/Docs/GT/Tecnicos/pdf/0044.pdf>)

<sup>3</sup> (Servulo, 2002)

de alimentos, confecciones, cuero y calzado, cerámica, gráfico, químico, plástico, madera, materiales de construcción, metalmecánica, electrónica (radio y TV), transporte, textil, turismo y hotelería, servicios profesionales, servicios generales y municipales.

Estas van desde el auto-empleo, o hasta un máximo de 10 colaboradores. Su capital fluctúa desde 1 dólar hasta 20.000 dólares. Son un gran aporte al Producto Interno Bruto, pues este alcanza el 5% de este indicador.

### **Falta de empleo formal**

A criterio de Luis Torres, presidente de la Fundación Avanzar, el crecimiento de la microempresa se debe fundamentalmente a la falta de empleo formal, que obliga a buscar la subsistencia diaria a través de mecanismos que no requieran de mayor capital.

Pero para esto es necesario que los microempresarios, o quienes pretendan serlo, cuenten con financiamiento para sus negocios o emprendimientos, crédito que, a decir de Torres, no existe por parte del Estado, al menos no en los niveles en los que otorga el sector financiero privado en su cartera de microcréditos (más de 1.000 millones de dólares), que tienen un alto costo, que al momento bordea el 40%.

### **Productos con valor agregado**

Para abaratar costos en la creación de una microempresa, Torres recomienda juntar los ahorros de la familia en el proyecto que se desee impulsar. Considera que en la actualidad las microempresas con mayor futuro son las que ofrecen algún tipo de servicio.

Otra alternativa es la de darle algún valor agregado a la producción agrícola. En el ecoturismo también ve una buena oportunidad, tomando en cuenta los paisajes y sitios que ofrece nuestro país.

Además, es un factor de encadenamiento productivo, ya que demanda a su vez de otros productos y servicios. Las microempresas dedicadas a nutrición y salud también van tomando auge en los sectores urbanos.



## **Tipos micro empresariales**

- Del universo de 25.660 talleres artesanales registrados en la Dirección de Competitividad de Microempresas y Artesanías a nivel nacional se ha agrupado en 10 grandes ramas, una de servicios y 9 de productos artesanales, donde se destaca textil y madera.
- La región de más desarrollo y diversidad de artesanías se encuentra en la Sierra, siendo textiles, confecciones, artículos de cuero, cerámica y fibras naturales, las actividades de mayor desarrollo.
- En la región costa, las provincias de mayor desarrollo artesanal son Guayas y Manabí donde las actividades con mayor presencia son los de paja toquilla, bambú, madera y tagua.

## **Impacto laboral**

Tres millones de personas viven de la actividad microempresarial ya sea de manera directa o indirecta”.<sup>4</sup>

Otra fuente de información científica es la tesis que a continuación se cita, la misma que trata sobre el mercado y actividades de la microempresa, los autores de esta investigación son Margoth Daniela Vega Capilla y Fernando Rafael Quintana Freire de la Escuela Politécnica Del Ejército ESPE Extensión Latacunga.

**Título:** Análisis del crecimiento de mercado en las distintas actividades del sector de la microempresa, durante los años 2.007 - 2.010 con el propósito de formular estrategias que coadyuven al mejoramiento de su participación en el Cantón Latacunga Provincia de Cotopaxi

## **Resumen:**

“Es muy importante mencionar que el significado de microempresa en el Ecuador es mal utilizado ya que al microempresario se lo considera como un comerciante informal. Tomando en consideración esto, hemos realizado la siguiente investigación para que al microempresario se lo defina como un ente que realiza una actividad económica de forma regular que produce bienes y servicios para la satisfacción de

---

<sup>4</sup> (<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/743537/-1/Microempresas>, 2008)

las necesidades de la colectividad y de esta manera con el establecimiento de estrategias ya implantadas exista un mejor crecimiento de participación en el mercado. Con el establecimiento de estrategias comerciales, estrategias financieras y operativas el microempresario podrá mejorar su productividad adquiriendo una nueva maquinaria o accesorios que faciliten la elaboración del producto como también realizando estrategias de marketing, como publicidad y promoción por radio, televisión o prensa escrita y la estrategia que mayor énfasis deberíamos hacer es realizar alianzas entre profesionales para crear nuevas microempresas en el cantón Latacunga que sean atractivos para los turistas nacionales y extranjeros. Finalmente, la presente investigación ayudará a que las personas emprendedoras cumplan sus sueños al momento de crear una microempresa con el fin de satisfacer las necesidades de nuestra colectividad”.<sup>5</sup>

### **2.1.3 Fundamentación**

#### **Fundamentación Científica**

Desde el punto de vista científico, las microempresas desempeñan un papel relevante tanto en las economías desarrolladas como en los países en desarrollo. No obstante, algunos autores han pretendido identificar regularidades en la evolución del tamaño empresarial a lo largo del proceso de desarrollo económico, señalando la predominancia de un tipo de organización u otro en diferentes etapas históricas.

De ese modo, Suárez-Villa (1988) ha asociado la ventaja de la empresa familiar a una primera etapa que se correspondería con el inicio del proceso de industrialización; a continuación, en la segunda, las pequeñas empresas irían desplazando a las familiares; en la tercera etapa, la mayor importancia recaería en las medianas empresas, para culminar la evolución en las economías más avanzadas con el predominio de la gran empresa.<sup>6</sup>

No obstante, incluso en esta última etapa, las pequeñas empresas mantendrían un papel destacado por sí mismas y como colaboradoras de la gran empresa mediante relaciones de subcontratación.

---

<sup>5</sup> (<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/5124>)

<sup>6</sup> (Romero Luna, 2006)

## **Fundamentación Sociológica**

Basados en teorías o pensamientos sociológicos, los individuos no disponen de información completa sobre las oportunidades de negocio no explotadas que existen en el mercado. No cabe duda del papel fundamental que asume el sector de las microempresas en las economías actuales con independencia de su nivel de desarrollo, ya se considere su peso sobre el número total de microempresas o su aportación al PIB o al empleo.

Como consecuencia, dejan de crearse nuevas empresas con nuevas ideas de negocio que serían rentables y dejan de emprender, dentro de las organizaciones en funcionamiento, acciones dinamizadoras, como nuevos proyectos de inversión, acceso a nuevos mercados, introducción de innovaciones o contratación de servicios de asesoramiento especializado, que mejorarían los resultados empresariales y contribuirían a la creación de una importante fuente generadora de empleo y riqueza.

En las últimas décadas, las microempresas han creado mayor número de empleos brutos que las grandes empresas. Asimismo, se sostiene que las pequeñas empresas son más intensivas en trabajo que las grandes empresas, por lo que se adecuarían mejor a las condiciones de las economías más atrasadas.

Estos negocios deben ser un elemento principal de una estrategia que busque alcanzar el desarrollo de una economía con igualdad y es necesario contar con políticas públicas e instituciones a la altura del desafío del desarrollo futuro de la región.

“Las PYMES en el Ecuador cubren el 70% de la fuerza laboral, con ello nos podemos dar cuenta del enorme apoyo a la sociedad, puesto que si las PYMES no existieran, fueran enormes los índices de desempleo.

Sin duda alguna las PYMES, nunca deben dejar de lado la ética tanto en las labores que realizan, así como a su fuerza laboral, porque las personas que trabajan en cualquier empresa, no son más los trabajadores, sino son colaboradores que ayudan en la actividad que desarrolla la misma, sea en la transformación de productos, en la

prestación de servicios, en las áreas administrativas, etc., pero cada colaborador se encarga de realizar su tarea para la consecución de los objetivos de la empresa”.<sup>7</sup>

Por lo tanto, a pesar de que la teoría expuesta en el párrafo anterior habla de las PYMES, ésta nos provee de información importante aplicable a las microempresas, de lo cual, debemos concluir que éstas deben destacarse por el buen trato a sus trabajadores, tanto en lo que se refiere a lo remunerativo, como al trato personal, que sin duda alguna es lo más importante y el factor que más motiva al talento de la empresa.

Con el aporte de éstas microempresas se impulsa el desarrollo de una comunidad, porque al ofrecer mejores ingresos a sus colaboradores, estos lo consumen en el progreso individual y familiar, es decir, pueden invertir en bienes muebles, inmuebles y servicios que desean o que necesitan para optimizar su estándar de vida, mejoran el nivel de educación de la comunidad, porque al optimizar los ingresos familiares, tanto el colaborador como sus hijos pueden acceder a mejores centros de educación. Estos son algunos de los muchos beneficios que las microempresas contribuyen de manera positiva a la sociedad.

## **2.2 MARCO LEGAL**

Este punto está compuesto sobre la información legal acerca de las normativas a las cuales estarán sujetos los microempresarios, dentro de lo cual se citan los siguientes:

### **Permiso Otorgado por el SRI.**

En nuestro país toda persona que realiza actividades económicas con fines lucrativos, debe tener el RUC, que es el Registro Único de Contribuyentes, documento que le da la facultad para realizar estas actividades.

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

- ✓ Presentar el documento original del registro de la sociedad.

---

<sup>7</sup> (<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/7240/1/AC-ESPEL-CAI-0352.pdf>)

- ✓ Copia de planillas en la que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.

El trámite para la obtención del registro único de contribuyente no tiene ningún costo monetario. El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matriculas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiquetas, etc.

## **RISE**

El RISE (siglas de Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano), es un sistema impositivo cuyo objetivo es facilitar y simplificar el pago de impuestos de un determinado sector de contribuyentes.

## **Beneficios**

- ✓ No necesita hacer declaraciones, por lo tanto se evita los costos por compra de formularios y contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de los mismos,
- ✓ Se evita que le hagan retenciones de impuestos,
- ✓ Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta
- ✓ No tendrá obligación de llevar contabilidad,
- ✓ Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Ud. se podrá descontar un 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento.

## **Requisitos**

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía

- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

### **Condiciones**

- • Ser persona natural
- • No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD
- • No dedicarse a alguna de las actividades excluidas
- • No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.<sup>8</sup>

### **Permiso y Patente Municipal**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy Ilustre Municipalidad del Cantón. Presentando la siguiente documentación.

- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente.

### **Permiso de Dirección de Higiene Municipal.**

Si el caso lo amerita respecto a la actividad comercial que ejecute el microempresario deberá obtener el documento en cuestión, para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- ✓ Especie de habilitación y funcionamiento.
- ✓ RUC
- ✓ Copia de cédula del representante legal.

---

<sup>8</sup> (Servicio de Rentas Internas)

- ✓ Copia de la papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

### **Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación.

1. Permiso de dirección de higiene Municipal.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de cédula del representante legal.
4. Certificado de votación del representante legal.
5. Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
6. Documento de afiliación a la cámara de comercio.

### **Afiliación a la Cámara de Comercio.**

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja, vale indicar que la afiliación es voluntaria y no obligatoria, sin embargo en función de las gestiones que esta institución genere a favor de sus afiliados, convendría que se incorporen a la misma.

### **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas del benemérito cuerpo de bomberos del cantón, presentando la siguiente documentación:

Requisitos:

- Se necesita la razón social.
- Copia del representante del negocio.
- Dirección del local y el RUC otorgado por el SRI.

Dentro del marco legal los responsables deberán sujetarse a las siguientes leyes, reglamentos y otras regulaciones, ordenanzas que rigen en el territorio ecuatoriano, como son:

### **LEY DE COMPAÑÍAS**

Es el instrumento legal que regula las compañías o empresas dentro del territorio ecuatoriano, por lo tanto dentro de este estamento legal consta la parte pertinente a la constitución, requisitos, aportaciones de los accionistas, capital: autorizado, suscrito y pagado, obligaciones de la Junta General de Accionistas, control, administración, calidad de socios y otras disposiciones.

### **CÓDIGO DE COMERCIO**

Este código establece las relaciones existentes entre el comercio y el comerciante, para el efecto el Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Se consideran comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que teniendo capacidad para contratar hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno.

### **CODIGO TRIBUTARIO DEL ECUADOR**

Con el objetivo de guiar e informar al emprendedor sobre las obligaciones que tiene con el estado por la interacción que tiene con los compradores se cita los siguientes artículos:

**Art. 1.-** **Ámbito de aplicación.-** Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.



Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.

Además podemos citar otros artículos que involucran directamente a los microempresarios como es el de conocer los términos de obligación tributaria y los sujetos que están involucrados en este convenio.

## **De la obligación tributaria**

### **Disposiciones generales**

**Art. 15.-** Concepto.- Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

## **Capítulo IV**

### **De los sujetos**

**Art. 24.-** Sujeto pasivo.- Es sujeto pasivo la persona natural o jurídica que, según la ley, está obligada al cumplimiento de la prestación tributaria, sea como contribuyente o como responsable.

Se considerarán también sujetos pasivos, las herencias yacentes, las comunidades de bienes y las demás entidades que, carentes de personalidad jurídica, constituyan una unidad económica o un patrimonio independiente de los de sus miembros, susceptible de imposición, siempre que así se establezca en la ley tributaria respectiva.

**Art. 25.- Contribuyente.-** Contribuyente es la persona natural o jurídica a quien la ley impone la prestación tributaria por la verificación del hecho generador. Nunca perderá su condición de contribuyente quien, según la ley, deba soportar la carga tributaria, aunque realice su traslación a otras personas.

## **CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR**

Para fines de orden social todos los ciudadanos se regirán por los siguientes derechos que se establece en la constitución:

## **TÍTULO II**

### **Derechos**

**Art. 11.-** El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.
2. Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

### **Trabajo y seguridad social**

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

## **LEY DEL REGIMEN TRIBUTARIO**

Con el fin de conocer las obligaciones tributarias que todo microempresario debe conocer y regir se citan los siguientes artículos:

### **Contabilidad y estados financieros**

**Art. 19.-** Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las

sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

### **Hecho imponible y sujetos del impuesto**

**Art. 61.-** Hecho generador.- El IVA se causa en el momento en que se realiza el acto o se celebra el contrato que tenga por objeto transferir el dominio de los bienes o la prestación de los servicios, hecho por el cual se debe emitir obligatoriamente la respectiva factura, nota o boleta de venta.

### **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

**Actividad.-** Se refiere a las acciones necesarias dentro de una alternativa de solución que utiliza recursos e insumos.

**Administración.-** Es el proceso de trabajar con personas y recursos con el objetivo de lograr metas organizacionales.

**Árbol del problema.-** Mecanismo para identificar los efectos finales y las causas que originan el problema en estudio. El proceso de construcción del árbol se puede dividir de la siguiente manera: identificación de causas - raíces del árbol; identificación de los efectos generados por este problema central - ramas grandes y pequeñas del árbol.

**Calidad.-** Es el grado de aceptación o satisfacción que proporciona un producto o servicio a las necesidades de una persona.

**Competencia.-** En términos económicos, la competencia es el conjunto de actos independientes desarrollados por agentes económicos, que rivalizan con el fin de asegurar la participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado determinado.

**Competitividad.-** En términos prácticos, se puede definir como productividad; es decir, hace referencia a la eficiencia con que un país utiliza sus recursos (humanos,

naturales, financieros, etc.) disponibles en la producción de sus bienes y servicios. En este sentido, se aumenta la productividad, o la competitividad, en la medida en que se puede producir mayor valor con los mismos o menores recursos.

**Demanda.**-Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad. (RAE)

**Eficacia.**- Grado en el que una acción alcanza los resultados esperados. La eficacia consiste en concentrar los esfuerzos de una entidad en las actividades y procesos que realmente deben llevarse a cabo para el cumplimiento de los objetivos formulados.

**Eficiencia.**- La eficiencia no es un concepto unitario; puede significar por lo menos tres cosas:

**Emprendimiento.**- Es un concepto que hace referencia a la capacidad de los seres humanos para salir delante de manera novedosa y con ideas renovadas.

**Estrategia.**- Conjunto de medidas o acciones planeados y organizados cuidadosamente, que sirven para alcanzar un fin determinado.

**Factible.**- Que se puede hacer

**Globalización.**- La globalización es un proceso económico, tecnológico, social y cultural a gran escala, que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unificando sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas.

**Innovación.**- La *innovación* es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario". (J.A. Schumpeter)

**Microempresa.**- Una "microempresa" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio

independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.

**Oferta.-** Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado. (RAE)

**Productividad.-** en términos prácticos, es equivalente a competitividad. Hace referencia a la eficiencia con que un país utiliza sus recursos (humanos, naturales, financieros, etc.) disponibles en la producción de sus bienes y servicios. En este sentido, se aumenta la productividad, o la competitividad, en la medida en que se puede producir mayor valor con los mismos o menos recursos.

**Pymes.-** La pequeña y mediana empresa conocida también por el acrónimo PYME, lexicalizado como pyme es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones.

**Sobrepoblación.-** Crecimiento desmedido de un grupo de personas en un pequeño nicho de mercado.

**Tecnología.-** Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio y satisfacen las necesidades de las personas.

**Tendencia.-** Inclinación o disposición a suceder algo, o comportarse un agente de una manera determinada; Orientación o facción determinada dentro de un grupo mayor; Moda temporaria que provoca que una gran parte de la sociedad use determinados objetos o tenga determinadas actitudes

**Viable.-** Dicho de un asunto: Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo.

## **2.4 HIPÓTESIS**

### **2.5.1 General**

Si las microempresas comerciales crecen de manera sobredimensionada en un pequeño nicho de mercado entonces limita las oportunidades de ingreso a los emprendedores microempresarios de la ciudad de Milagro.

### **2.5.2 Particulares**

Las microempresas posesionadas en el mercado que reciben lealtad de sus clientes dificultan el ingreso de nuevos emprendedores.

Si existe una población sobredimensionada de microempresas comerciales entonces se reduciría el nivel de reinversión de estos negocios en la ciudad de Milagro.

Si los emprendedores no generan un valor agregado a su producto-servicio entonces su permanencia en el mercado es imperceptible.

Si la oferta de productos-servicios se diversifica entonces las expectativas de éxito de los microempresarios se incrementan.

## **2.6 DECLARACIÓN VARIABLES**

**Cuadro 1.** Declaración de las variables

<b>Hipótesis General</b>	
V. Independiente	Crecen de manera sobredimensionada
V. Dependiente	Limita oportunidades de ingreso
<b>Hipótesis Particulares 1</b>	
V. Independiente	Lealtad de clientes de negocios posicionados
V. Dependiente	Dificulta ingresos de nuevos emprendedores
<b>Hipótesis Particulares 2</b>	
V. Independiente	Población sobredimensionada
V. Dependiente	Reduce el nivel de reinversión
<b>Hipótesis Particulares 3</b>	
V. Independiente	No generar un valor agregado
V. Dependiente	Permanencia en el mercado imperceptible
<b>Hipótesis Particulares 4</b>	
V. Independiente	Diversificación de producto-servicio
V. Dependiente	Aumento expectativas de éxito

**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

## 2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Cuadro 2.** Operacionalización de las Variables

VARIABLES	DEFINICION	TIPO	DIMENSION	INDICADOR	TECNICA
<b>Crecimiento sobredimensionado</b>	Incremento en la producción de bienes y servicios de una manera desmedida	Independiente	Estadística e información del número de microempresas	Número de microempresas	Encuesta
<b>Limita oportunidades de ingreso</b>	Restricciones a una persona con ideas de negocios	Dependiente	Afectación de acciones empresariales	Número de acciones que limitan al microempresario	Encuesta
<b>Lealtad de clientes de negocios posicionados</b>	Fidelidad de los individuos en la competencia	Independiente	Pérdida de clientes	Volúmenes de venta	Encuesta
<b>Dificulta ingresos de emprendedores</b>	Problema en la entrada de personas que quieren iniciar un negocio	Dependiente	Entrada de emprendedores	Barreras de entradas existentes en el mercado	Encuesta
<b>Población sobredimensionada</b>	Conjunto de personas que realizan actividades comerciales en un nicho de mercado	Independiente	Estadística de microempresas comerciales	Número de microempresas comerciales	Encuesta



VARIABLES	DEFINICION	TIPO	DIMENSION	INDICADOR	TECNICA
<b>Reduce reinversión</b>	Disminución de los beneficios obtenidos de una inversión previa de un negocio	Dependiente	Situación común de los microempresarios	Cantidad de acciones realizadas para mejorar el negocio	Encuesta
<b>Inexistencia de valor agregado</b>	Ausencia de un valor adicional que se le añade a un producto-servicio con el fin de tener ventaja a la competencia	Independiente	Gestiones de innovación y creatividad	Número de acciones adicionales en el producto-servicio	Encuesta
<b>Permanencia en el mercado</b>	Estabilidad en un lugar en donde se reúnen oferentes y demandantes	Dependiente	Duración del negocio en el mercado	Tiempo que el negocio se encuentra en el mercado	Encuesta
<b>Diversificación de producto-servicio</b>	Variación en la gama de oferta de producto-servicio	Independiente	Satisfacción de necesidades de los clientes	Número de productos-servicios o líneas de negocio que ofertan	Encuesta
<b>Expectativas de éxito</b>	Resultado positivo de un negocio	Dependiente	Rentabilidad del negocio	Niveles de ingresos	Encuesta

Elaborado por: Lilibeth Aguiño

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

**Según su finalidad es aplicada:** puesto que se orienta a utilizar los conocimientos adquiridos mediante las investigaciones en la práctica, con el fin de resolver el problema determinado lo que conlleva un beneficio a la sociedad.

**Según su objetivo gnoseológico es descriptiva:** Se va a identificar todas las características referentes al mercado, como sus necesidades, costumbres, estado socioeconómico y cultural.

**Según su contexto es de campo:** está orientada a la obtención de información directamente del lugar de trabajo de los microempresarios, lo cual nos permitirá estudiar y diagnosticar las necesidades y problemas en el campo, de la realidad social y aplicar las posibles soluciones a las interrogantes surgidas en la investigación.

**Según el control de sus variables es experimental:** puesto que se busca establecer y describir la causa por la que ocurre un suceso o hecho en particular.

**Según su orientación temporal es transversal:** se la sitúa en este rango, porque los resultados que se obtienen de esta investigación por medio de las encuestas y entrevista, servirá para cualquier otro momento en el tiempo, por tratarse de un estudio de comportamiento humano frente a situaciones comerciales.

## **3.2. LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

### **3.2.1 Característica de la población**

El universo estará dirigido a la población de microempresarios milagreños, de los cuales serán mil ochocientos nueve microempresarios, esta información se la obtuvo del “Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del cantón Milagro y cantones aldeanos y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento”, proyecto elaborado por el Econ. Mario Fernández, Msc.

### **3.2.2 Delimitación de la población**

De acuerdo con la delimitación en la formulación del problema, la población para este proyecto de tesis es finita y está constituida por los mil ochocientos nueve microempresarios que se encuentran ubicados en el parte urbana del cantón Milagro.

### **3.2.3 Tipo de muestra**

La muestra a utilizarse para el desarrollo de este estudio es probabilística ya que se ejecutara una sola vez y todos los individuos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados por el investigador.

### **3.2.4 Tamaño de la muestra**

Para efectos de esta investigación se utilizó esta fórmula, ya que se conoce que la muestra es finita.

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

**Dónde:**

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

p: Posibilidad de que ocurra un evento, p=0.5

q: Posibilidad de que no ocurra un evento, q=0.5

E: Error, se considera el 5%; E=0.05

Z: Nivel de confianza, que para el 95%, Z=1.96

$$n = \frac{1809(0.5)(0.5) + \frac{(1809-1)(0.05)^2}{(1.96)^2}}{(1.96)^2}$$

**n = 317**

Considerando un margen de error del 5%, la fórmula aplicada nos da como resultado que el tamaño de la muestra será de 317 microempresarios.

**3.2.5 Proceso de selección**

El proceso de selección de la muestra es de tipo probabilístico y el procedimiento de forma aleatoria ya que todos los individuos tienen la misma posibilidad de ser seleccionados, y que la elección de uno no dependa de la elección de otro, las personas encuestadas serán los microempresarios del casco comercial de la ciudad de Milagro.

### **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

#### **3.3.1 Métodos teóricos**

##### **Método analítico-sintético**

En el presente proyecto se aplicará el método analítico-sintético porque se analizará y detallarán las necesidades y problemas que existan en un entorno competitivo al momento de que las microempresas crecen de manera sobredimensionada en la ciudad de Milagro.

##### **Método hipotético-deductivo**

Para efectos de esta investigación se utilizará el método hipotético-deductivo ya que se plantea hipótesis las cuales están basadas en información obtenida como resultado del problema hallado.

#### **3.3.2 Métodos empíricos**

El método empírico se utilizará por medio de la observación, por motivo de que se estudiará visualmente los posibles encuestados con el propósito de que cumplan con los parámetros de un microempresario, en lo que respecta al escogimiento al azar de los participantes.

#### **3.3.3 Técnicas e instrumentos**

En las técnicas e instrumentos que ayudaran a la obtención de la información válida para someterla a la respectiva tabulación y análisis, se utilizó la encuesta.

##### **La encuesta**

Está basada en un cuestionario de trece preguntas a través de la cual conoceremos al microempresario, cuáles son sus limitaciones y demás datos con respecto al problema planteado, con el objeto de la aplicación de estas encuestas es comprobar la hipótesis de la propuesta.

### **3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Una vez recolectados los datos mediante la herramienta de investigación se procede al procesamiento estadístico, el cual se lo realizó por medio de Excel, este programa nos permite realizar de manera más fácil tablas estadísticas necesarias para conocer los valores unitarios y en porcentajes y la representación gráfica por medio de pasteles, barras o líneas de cada una de las preguntas realizadas que permita llegar a una conclusión general y efectuar un mejor análisis en vía de una propuesta.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

En el cantón Milagro el sector micro empresarial mantiene distintas actividades comerciales que se realizan a diario y se puede observar de manera continua el crecimiento de pequeños negocios que contribuyen al desarrollo social y económico del país.

En el presente proyecto de investigación se plantea la oportunidad de que los negocios que se inicien o hayan iniciado estas actividades tengan una rentabilidad óptima que beneficie tanto al comerciante como al consumidor, aplicando una diversificación de las líneas de negocios, adicionando con las que manejan actualmente los microempresarios dirigiéndolos así a su nivel mediano superior que son las Pymes.

El sector comercial es beneficioso, pero debido a la sobredimensión de pequeños negocios, éstos no pueden desarrollarse de manera sustentada, ya que la competencia afecta a sus niveles de ingresos y por ende disminuye sus intenciones de progresar, razón por la cual se ha realizado un estudio a los microempresarios del sector comercial de la ciudad de Milagro con el propósito de identificar la incidencia del crecimiento desmedido de éstos negocios con el objetivo de brindar una posible solución y de esta manera esperar que Milagro se convierta en una

plaza atrayente para los intereses de los micro empresarios, la investigación consiste en una encuesta.

Los resultados de esta investigación se presentan mediante gráficos y tablas estadísticas y se exponen a continuación:

### Tabulaciones de la encuesta

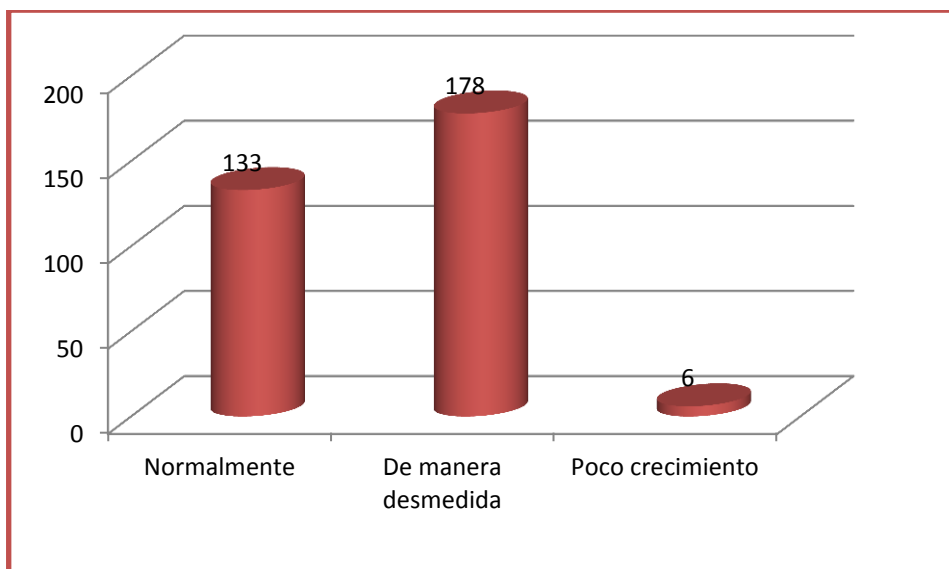
1. ¿Usted cree que la competencia en el mercado que se desenvuelve ha crecido?

**Cuadro 3.** Crecimiento de la competencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Normalmente	133	0,42	0,42
De manera desmedida	178	0,56	0,98
Poco crecimiento	6	0,02	100%
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 1.** Crecimiento de la competencia



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño



## Análisis:

Por medio de la encuesta nos podemos dar cuenta que la competencia crece rápido en el sector urbano de la ciudad de Milagro y los microempresarios así lo observan puesto que el 98% de ellos afirma que tiene competencia considerable en su nicho de mercado contra el 2% que afirma que existe poco crecimiento, esto es si analizamos que el 56% cree que la competencia ha crecido de manera desmedida y el 42% piensa que lo ha hecho normalmente.

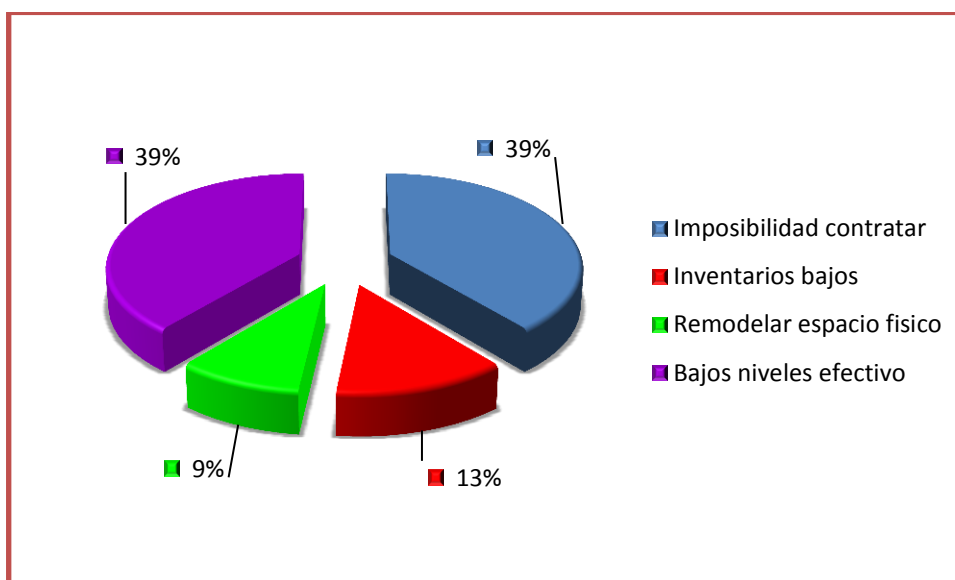
## 2. Si ha crecido desmedidamente, en que lo ha afectado más:

**Cuadro 4.** Afectación de la competencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Imposibilidad contratar	124	0,39	0,39
Inventarios bajos	41	0,13	0,52
Remodelar espacio físico	28	0,09	0,61
Bajos niveles efectivo	124	0,39	100%
Total	317	100%	

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

**Gráfico 2.** Afectación de la competencia



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

### Análisis:

Como se puede observar el crecimiento desmedido de la competencia afecta claramente a los microempresarios en lo que sobresale la imposibilidad de contratar empleados y tener bajos niveles de efectivo disponible en caja, seguido de que mantienen niveles bajos de inventarios y en su minoría con el 9% no remodelan su imagen corporativa, por lo antes comentado, podemos decir, que a los microempresarios se les crea un gran problema con la liquidez y con el crecimiento de su negocio por la imposibilidad de contratar a terceras personas que mejoren la atención y la administración de sus negocios.

### 3. ¿Qué porcentaje de sus clientes cree que le son leales a su negocio?

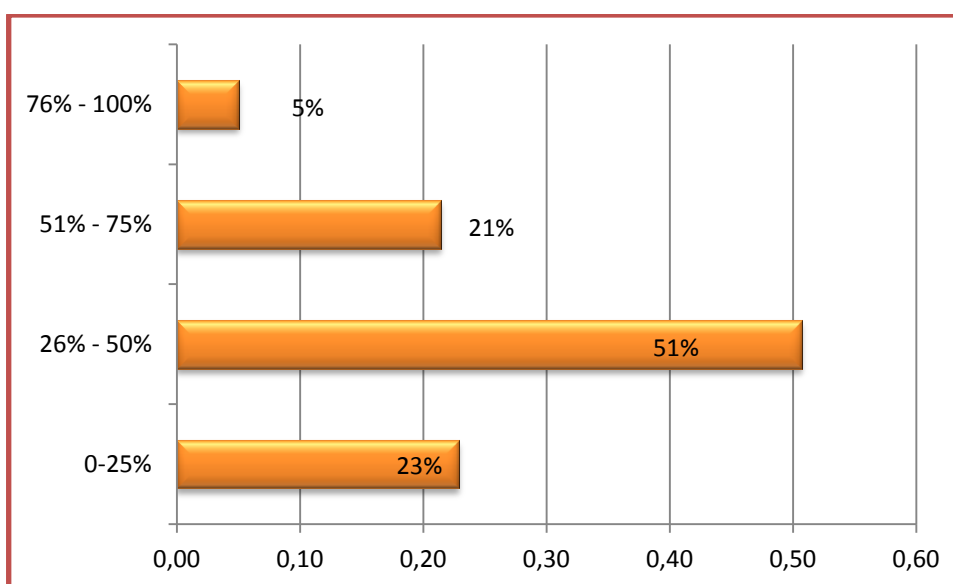
**Cuadro 5.** Porcentaje de clientes

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
0-25%	73	0,23	0,23
26% - 50%	162	0,51	0,74
51% - 75%	66	0,21	0,95
76% - 100%	16	0,05	100%
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 3.** Porcentaje de clientes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

De acuerdo a la gráfica se puede observar que el 5% de los microempresarios opinan que tan solo entre 75% al 100% de sus clientes le son leales. Este 5%, indica que el 95% de los microempresarios afirman que sus clientes no le son leales en forma absoluta.

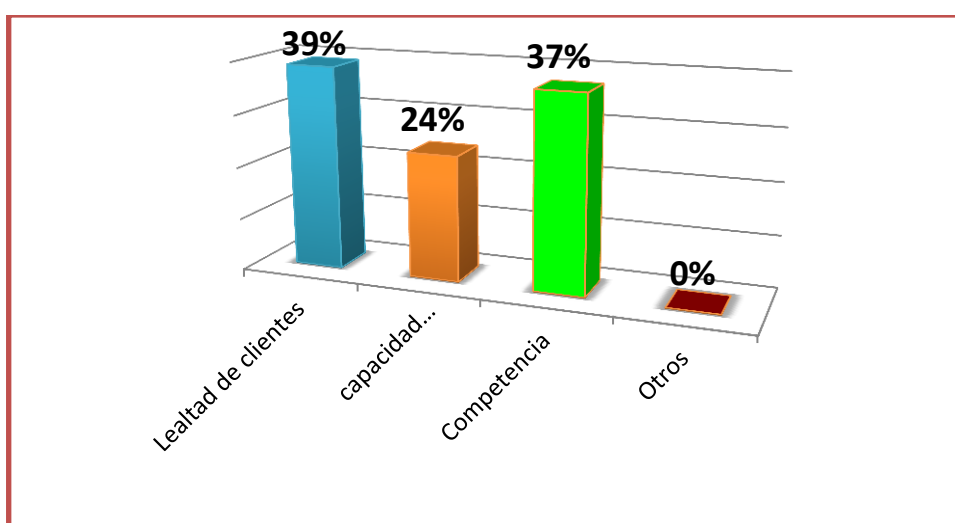
### 4. Usted cree que el mayor problema o uno de las importantes para emprender un negocio es:

**Cuadro 6.** Problemas para emprender un negocio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Lealtad de clientes	124	0,39	0,39
capacidad financiera	76	0,24	0,63
Competencia	117	0,37	1,00
Otros	0	0,00	100%
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 4.** Problemas para emprender un negocio



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

Como se demuestra en la tabla y gráfica los problemas de mayor relevancia para las microempresas es la lealtad de los clientes con el 39%, la competencia con el 37% y la capacidad financiera con el 24%, estas respuestas afirman que la volatilidad de los clientes afecta en gran manera a este tipo de negocios.

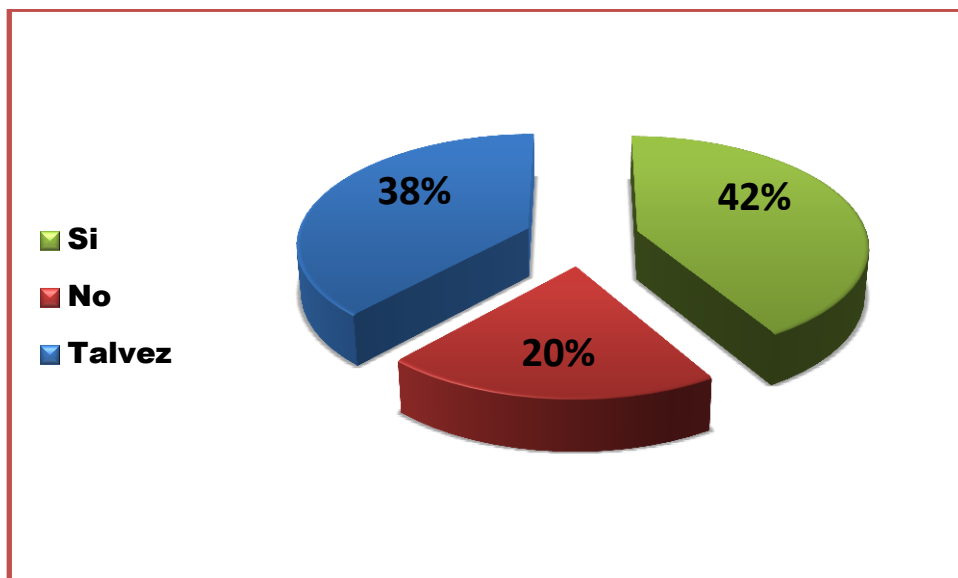
### 5. ¿La reducción o poca reinversión en su negocio se debe específicamente al alto nivel de competencia?

**Cuadro 7.** Nivel de reinversión

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	133	0,42	0,42
No	63	0,20	0,62
Talvez	121	0,38	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 5.** Nivel de reinversión



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

Relacionando con la pregunta anterior el 41% de los microempresarios certifican que su bajo nivel de reinversión se debe a que existe un alto grado de competencia en el entorno en que se desenvuelven, mientras que solo para el 20% de ellos no tiene un impacto significativo.

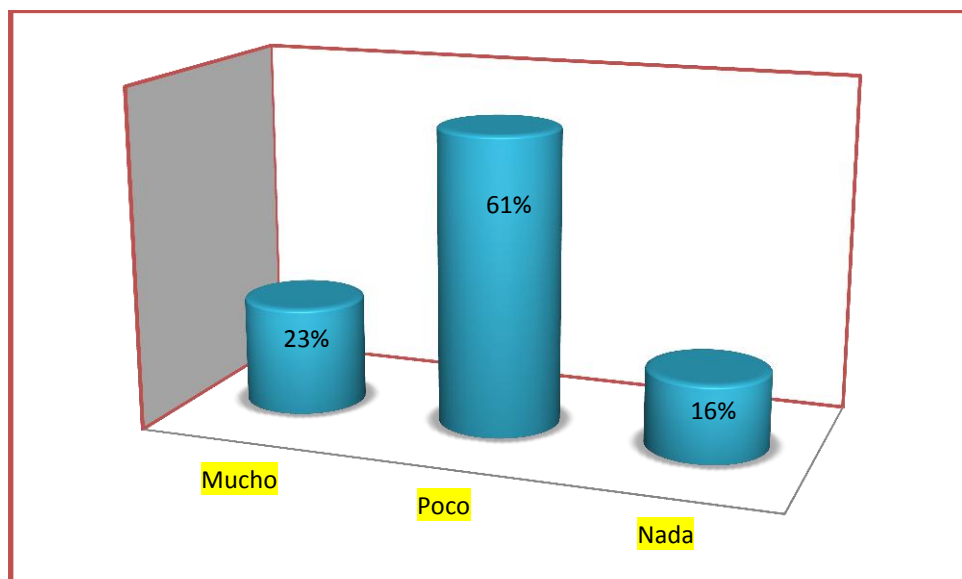
### 6. ¿Los niveles de ingresos obtenidos le permiten modernizar su negocio?

**Cuadro 8.** Nivel de ingresos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Mucho	73	0,23	0,23
Poco	193	0,61	0,84
Nada	51	0,16	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 6.** Niveles de ingresos



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

Como se puede observar en la gráfica y tabla el 23% de las personas encuestadas afirman que sus niveles de ingresos les permiten modernizar su negocio considerablemente, pero de manera alarmante el 61% de ellos sus ingresos solo le permiten modernizarlo en un nivel bajo y en un 16% de ellos sus ingresos no son lo suficiente para renovar la imagen microempresa.

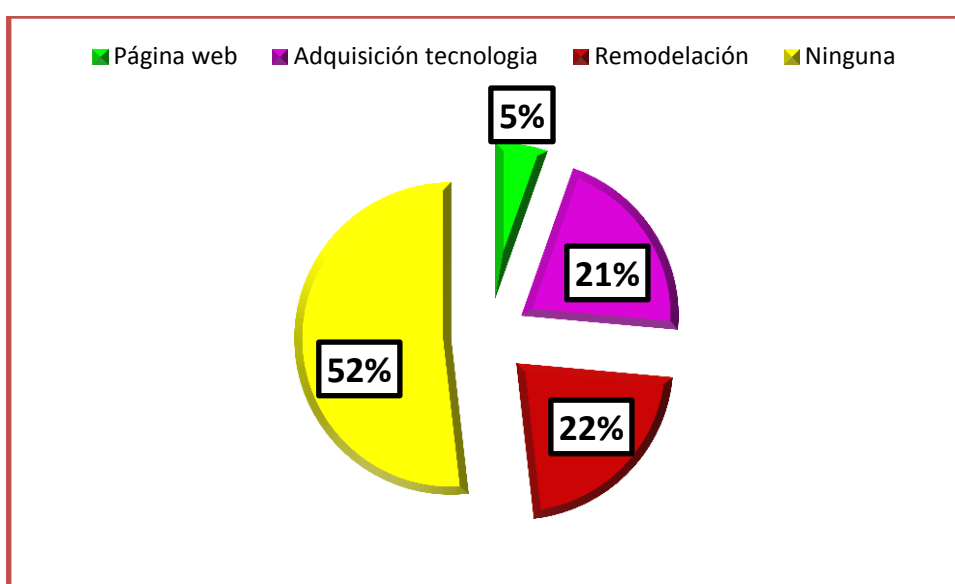
### 7. ¿Qué labores ha realizado con el propósito de modernizar su negocio?

**Cuadro 9.** Labores realizadas por los microempresarios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Página web	16	0,05	0,05
Adquisición tecnología	66	0,21	0,26
Remodelación	70	0,22	0,48
Ninguna	165	0,52	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 7.** Labores realizadas por los microempresarios



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

De acuerdo a lo expuesto mediante tabla y gráfica los microempresarios en su mayoría con el 52% no realizan ninguna actividad para modernizar sus establecimientos, por otro lado, el 21% invierte en tecnología y el 22% remodela su negocio. De lo visto en líneas anteriores es preocupante que la mayoría de los microempresarios no realicen ninguna mejora a sus instalaciones.

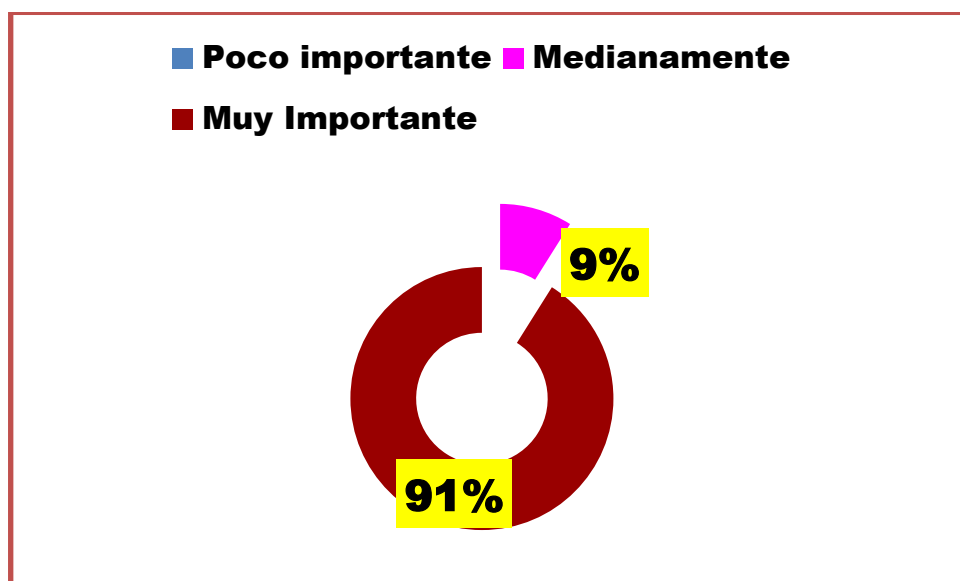
### 8. Califique usted la importancia de dar un excelente servicio al cliente para mantenerse vigente en el mercado

**Cuadro 10.** Servicio al cliente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Poco importante	0	0,00	0,00
Medianamente	28	0,09	0,09
Muy Importante	289	0,91	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 8.** Servicio al cliente



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

En su totalidad los microempresarios califican de importante y muy importante en brindar un excelente servicio al cliente puesto que esto le permitirá atraerlos y fidelizarlos a su entidad, para mantenerse competitivos y rentables en su entorno y de esta manera su permanencia en el mercado sea duradera.

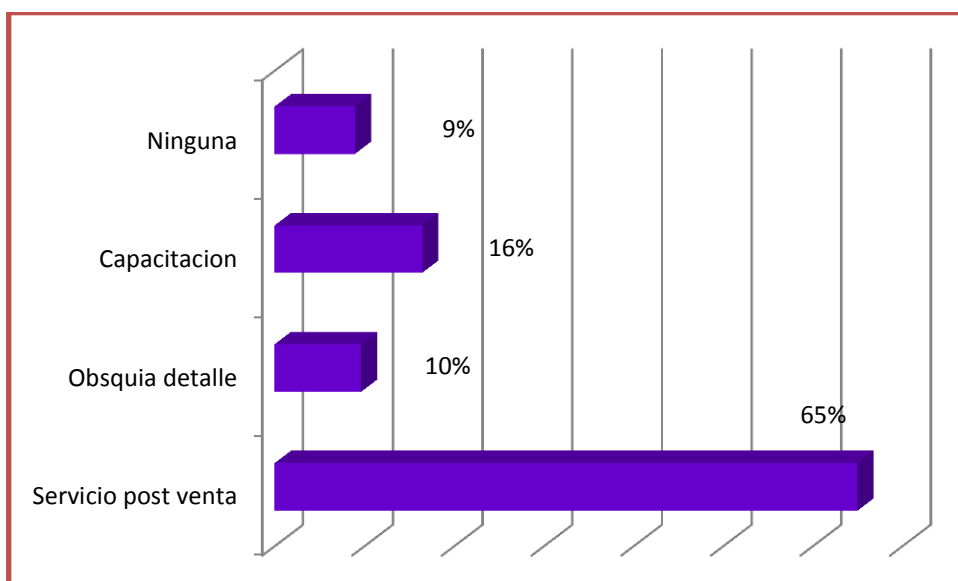
### 9. ¿Cuáles han sido las acciones que ha realizado para generar un valor adicional a su producto-servicio?

**Cuadro 11.** Valor adicional al producto-servicio

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Servicio post venta	206	0,65	0,65
Obsequia detalle	32	0,10	0,75
Capacitación	51	0,16	0,91
Ninguna	28	0,09	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

**Gráfico 9.** Valor adicional al producto-servicio



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño



### Análisis:

Como se puede observar los propietarios de las microempresas en su mayoría, es decir, el 65% realizan o brindan servicio post-venta en el proceso de la comercialización, actividad que la han adoptado junto a otras, como obsequiar detalles, actividad que la realiza el 10% de microempresarios y el 16 % de ellos, han recibido capacitaciones para mejorar su servicio. En conclusión, la mayor parte de los comerciantes están conscientes de que el valor agregado en el servicio debe mejorar para ser más competitivos en el mercado.

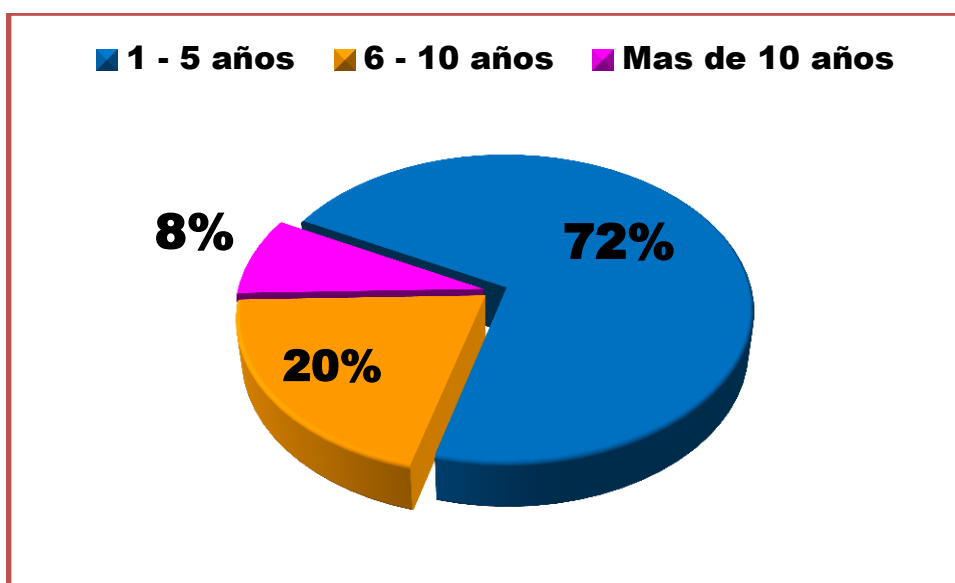
### 10. ¿Qué tiempo usted tiene en el mercado?

**Cuadro 12.** Tiempo en el mercado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
1 - 5 años	229	0,72	0,72
6 - 10 años	63	0,20	0,92
Mas de 10 años	25	0,08	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 10.** Tiempo en el mercado



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

De acuerdo a la gráfica se observa que el 72% de los encuestados ha iniciado hace menos de 5 años su negocio, el 20% afirma que tiene entre 6 y 10 años ejerciendo esta actividad, y solo 8% dice que tiene en el comercio más de 10 años. Las cifras antes indicadas nos inducen a pensar que por el hecho de que la gran mayoría son comerciantes noveles, éstos son los que han abarrotado el mercado de la ciudad de Milagro.

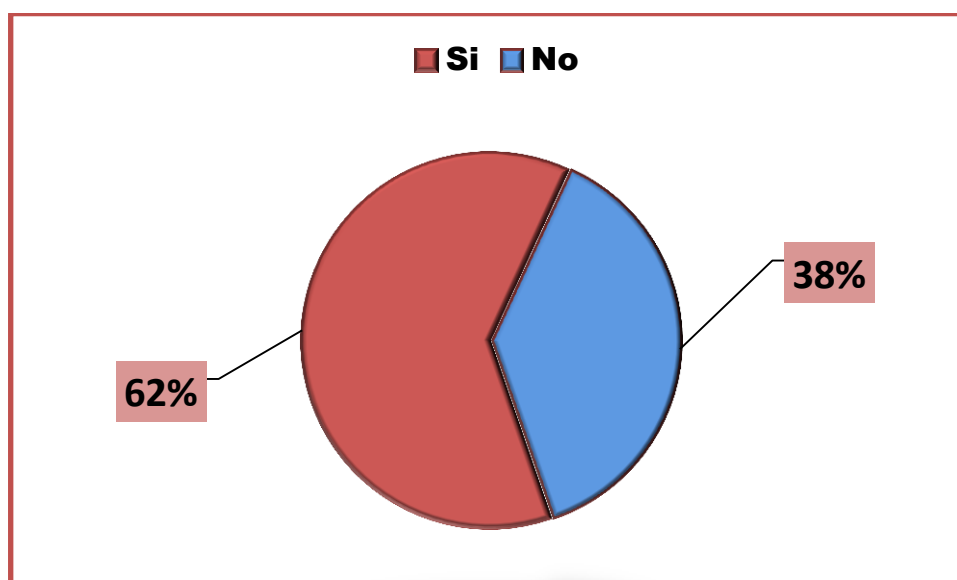
### 11. ¿Usted mantiene una sola línea de negocio?

**Cuadro 13.** Líneas de negocios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Si	197	0,62	0,62
No	120	0,38	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 11.** Líneas de negocios



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### Análisis:

Estos resultados nos revelan que el 62% de los microempresarios que realizan su actividad en la ciudad de Milagro, tienen o ejercen una sola línea de negocio, lo cual no le da flexibilidad para responder a los cambios en los gustos y preferencias de los clientes, solo el 38% de los microempresarios manejan diferentes líneas de negocios lo que es beneficioso para ellos ya que abarcan y ofrecen al público variedad de productos a su disposición logrando de esta manera comodidad y satisfacción al cliente.

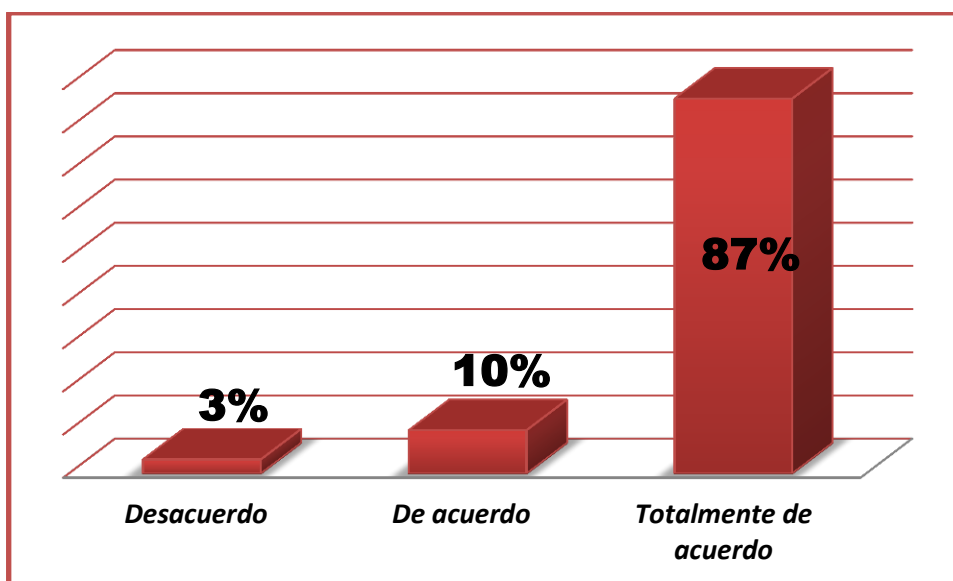
### 12. ¿Cree usted que incrementar líneas de negocios o productos-servicios mejorarán sus ingresos?

**Cuadro 14.** Incremento de líneas de negocios

Opciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Desacuerdo	9	0,03	0,03
De acuerdo	32	0,10	0,13
Totalmente de acuerdo	276	0,87	1,00
<b>Total</b>	<b>317</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

**Gráfico 12.** Incremento de líneas de negocios



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Lilibeth Aguiño

### **Análisis:**

De acuerdo a lo expuesto en la gráfica se puede observar que los propietarios de las microempresas están de acuerdo y totalmente de acuerdo en su mayoría que se incrementen líneas de negocios ya que conlleva al incremento de sus ingresos, es interesante observar estos datos, porque a pesar de que están convencidos de que el aumento de líneas de negocios es beneficioso, la mayoría de ellos no lo pone en práctica (pregunta 11), solo el 3% de ellos afirman lo contrario.

## **4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS**

De acuerdo a la información obtenida resultado del estudio realizado en base a **317** encuestas aplicadas a los propietarios de pequeños negocios pertenecientes al sector microempresarial del cantón Milagro, se identificó que existe un crecimiento considerable y que las personas ven afectada la posibilidad de prosperar debido al incremento de la competencia que reduce sus niveles de inversión limitándolos al progreso de su establecimiento comercial.

Los resultados luego de procesar la información fueron los siguientes:

1. Existe un crecimiento constante y dinámico de las microempresas de la ciudad de Milagro lo cual es positivo desde el punto de vista del desarrollo socio-económico de la región, pero afecta negativamente a las personas que poseen y se dedican a la misma actividad comercial, ya que afecta los niveles de efectivo que les imposibilita la reinversión y el avance de su proceso empresarial.
2. La lealtad de clientes a los negocios ya posicionados es una de las dificultades que afronta el microempresario, porque se observó en las respuestas de la encuesta que la mayoría cree que los clientes no son leales.
3. Para los microempresarios la competencia influye en sus niveles de ingresos, por lo que sino manejan un adecuado plan estratégico las reinversiones en un futuro serán mínimas, lo que ocasionará los bajos niveles de inventarios disponibles para la comercialización.
4. El ámbito comercial es versátil, los mercados crecen y se innovan para los consumidores que se vuelven más exigentes, por lo que brindar valor agregado al

bien o servicio que se ofrece marcará la diferencia con los demás competidores y esto los microempresarios lo tienen claro, en base a las respuestas obtenidas en las encuestas.

5. Debido al tamaño del mercado el microempresario debe buscar alternativas que le permita ampliar y acelerar su crecimiento laboral, la diversificación es una opción que busca nuevos mercados para los mismos productos o nuevos productos para el mismo mercado, si un producto no tiene el éxito esperado por cualquier factor el negocio estará destinado al fracaso, es allí entonces que se deben explorar otras actividades alternas que sirva como fuente de aceleración del crecimiento.

### **4.3 RESULTADOS**

Este estudio permitió conocer que los microempresarios se encuentran limitados por la sobredimensión de la competencia, y que en su mayoría se dedican a una sola línea de productos, esta información se la obtuvo luego de haber procesado las encuestas la cual será de gran relevancia en el desarrollo de la propuesta.

### **4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

**Cuadro 15.** Verificación de hipótesis

<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VERIFICACIÓN</b>
<p><b>Hipótesis General.-</b> Si las microempresas comerciales crecen de manera sobredimensionada en un pequeño nicho de mercado entonces limita las oportunidades de ingreso a los emprendedores microempresarios de la ciudad de Milagro.</p>	<p>Los microempresarios perciben el crecimiento considerable de la competencia lo que produce a la mayoría de ellos que sus niveles de efectivo sean bajos limitando el crecimiento de su negocio, esto se refleja en la pregunta uno y dos de la encuesta.</p>
<p><b>Hipótesis particular 1.</b> Las microempresas posesionadas en el mercado que reciben lealtad de sus clientes dificultan el ingreso de nuevos emprendedores.</p>	<p>Esta hipótesis no se cumple a cabalidad, por lo tanto es negativa; porque la mayoría de los microempresarios encuestados afirmó que casi la totalidad de los clientes no son leales, por lo tanto, los microempresarios que desearan ingresar al mercado no tendrán ningún inconveniente con la lealtad de clientes.</p>
<p><b>Hipótesis particular 2.</b> Si existe una población sobredimensionada de microempresas comerciales entonces se reduciría el nivel de reinversión de estos negocios en la ciudad de Milagro</p>	<p>Al existir una sobreoferta en el mercado se reducen las oportunidades para los comerciantes de tener niveles altos de reinversión, lo que afecta en su desarrollo microempresarial, esto se corrobora en la pregunta 5 y 6 de la encuesta.</p>
<p><b>Hipótesis particular 3.</b> Si los emprendedores no generan un valor agregado a su producto-servicio entonces su permanencia en el mercado es imperceptible.</p>	<p>En esta hipótesis se confirmó como positiva, los microempresarios respondieron que el valor agregado en el negocio es muy importante, ubicando al más importante, el servicio post-venta, además en la pregunta 8, los comerciantes casi de forma absoluta opina que el servicio al cliente es de vital importancia para permanecer en el mercado.</p>
<p><b>Hipótesis particular 4.</b> Si la oferta de productos-servicios se diversifica entonces las expectativas de éxito de los microempresarios se incrementan.</p>	<p>La hipótesis se confirmó de acuerdo a las preguntas 11 y 12 de la encuesta ya que los microempresarios creen en su mayoría que la diversificación de líneas de negocios contribuirá enormemente en la progreso de su negocio.</p>

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación de un manual y herramientas administrativas para los microempresarios de la ciudad de Milagro.

Con el presente proyecto de investigación lo que se busca es brindar un manual, el cual proporcione toda la información y herramientas necesarias al microempresario con el propósito de contribuir a la mejora de sus ingresos económicos y al progreso microempresarial de su negocio.

Cabe mencionar que el problema de esta investigación es la sobredimensión de microempresas que limita a los emprendedores que existen en la ciudad de Milagro a invertir si es que inicia un nuevo negocio o reinvertir si tiene un negocio en marcha.

#### **5.2 FUNDAMENTACION**

Las microempresas en la actualidad constituyen un factor muy relevante para la economía de cualquier país, “las micro, pequeñas y medianas empresas están de moda. Todo el mundo habla de mypymes. Todo el mundo dice que la salida de la crisis pasa por la creación y la recuperación de nuestro tejido de mypymes. Todo el mundo quiere ayudar a las mypymes. Es un paso en la buena dirección.

Ya que si no ayudamos a las microempresas y las hacemos más competitivas, el final de esta historia es fácil de imaginar. Unas corporaciones inmensas compitiendo en mercados oligopolísticos que lo controlan todo.

Las mypymes innovadoras, eficientes y competitivas son el núcleo del nuevo modelo de crecimiento económico. El proceso de construcción de la economía global del conocimiento está transformando radicalmente la actividad empresarial. Los procesos de emprendimiento innovador y las formas empresariales en red se consolidan como instrumentos muy útiles para la competencia en los mercados globales del conocimiento. El emprendimiento innovador es la forma más correcta de generar nueva actividad empresarial, o transformar la existente”.<sup>9</sup>

Sin embargo no solo las mypymes sino la mayoría de los microempresarios saben que necesitan hacer un plan de negocios y puede encontrar información de cómo crear uno. Un plan de negocios describe el producto o servicio y presenta los ingresos proyectados, los gastos, los costos de inicio, el capital necesario para comenzar, etc.

La mayoría de los planes de negocios son muy superficiales, los dueños hablan de quienes son sus competidores, como es el mercado y por qué necesitan el dinero. Esta clase de plan no es una guía para dirigir un negocio; es solo un medio para probarles a los prestamistas que el negocio es un buen riesgo. No obstante, una vez que se obtenga el dinero, ¿Cómo saber lo que se va hacer con él?

Es allí donde entra en funcionamiento el plano de negocio. Este identifica claramente las funciones principales y las tareas que se requieren para dirigirlos. De la misma forma que el plano de la vida muestra como tener una existencia satisfactoria y exitosa, el plano del negocio hará posible que se obtenga un negocio satisfactorio y exitoso.

Cada negocio pequeño tiene tres objetivos:

- 1.- Atraer, satisfacer y mantener a los clientes
- 2.- Crear y administrar el flujo de caja

---

<sup>9</sup> (Joan, 2012)



### 3.- Apoyar el equipo para que tu negocio crezca<sup>10</sup>

“Un factor importante que afecta a las microempresas es sin duda alguna la competencia que es un tipo o modelo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre estos productos que son iguales en un mercado dado (como el mercado del cobre, de la madera, del trigo u otras materias primas, productos agrícolas, valores financieros o productos que son bien conocidos y estandarizados), pero, sin tener influencia en el precio de venta porque este es fijado de manera impersonal por el mercado; en el cual, la información circula de manera perfecta de tal forma que los compradores y vendedores están bien informados.

Además, en este tipo de mercado los vendedores no dedican mucho tiempo a elaborar una estrategia de mercadotecnia ni a implementar actividades relacionadas con ésta, como la investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios y programas de promoción, porque desempeñan una función insignificante o ninguna en absoluto”.<sup>11</sup>

“La competencia para los microempresarios son, las mismas microempresas y comerciantes informales, lo que da como resultado un número considerable de negocios iguales en el cual las ganancias son muy reducidas; por lo tanto la mayoría de estos negocios salen del mercado. Además las pequeñas, medianas y grandes empresas siempre van hacer una competencia fuerte para los microempresarios ya que existe una notable diferencia en la producción y venta de los productos.”<sup>12</sup>

## 5.3 JUSTIFICACIÓN

Desde un método de observación se puede ver que las calles de Milagro se encuentran invadidas de comerciantes informales los cuales intentan conseguir una venta y espacio en el mercado, he aquí que se observa claramente un problema el cual se encuentra previamente establecido en el capítulo 1 de este proyecto y trata de buscar una posible solución al mismo.

---

<sup>10</sup> (Barajas, 2007)

<sup>11</sup> (ADRIANA.pdf)

<sup>12</sup> (<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/5124>)

La microempresa es la principal fuente de puestos de trabajos, debido al alto número de microempresarios son fuente para trabajo de muchas personas, sin embargo la mayoría de estas funcionan un par de años y luego cierran.

La capacitación es otro de los retos con que afrontan los microempresarios ya que menos del 20% de ellos han recibido algún tipo de asistencia técnica o capacitación formal en lo que se refiere a la administración y manejo adecuado de un negocio, por ende es necesario dotarlos de los servicios y herramientas necesarias para que las microempresas sigan generando un impacto positivo en términos de empleos y eleven su contribución en términos de riqueza.

Es por esto que es de vital importancia la ejecución de esta investigación ya que aportará a los microempresarios a tener una visión mucho más clara del entorno en el cual se desenvuelve y lograr que su idea convertida en negocio sea mucho más rentable. Además de que contribuirá en:

- ❖ Analizar cómo incide la lealtad de los clientes de microempresas comerciales ya posicionadas en el crecimiento de nuevos negocios.
- ❖ Determinar el nivel de reinversión del micro empresario como estrategia de permanencia y crecimiento, que tienen una población sobredimensionada en su competencia.
- ❖ Analizar cómo incide la generación de valor agregado al producto-servicio que ofertan las microempresas, en la permanencia en el mercado.
- ❖ Investigar cómo afecta la limitada oferta de productos de los emprendedores.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

Realizar un manual administrativo en donde se observen herramientas útiles para los microempresarios de la ciudad de Milagro con el propósito de contribuir a la mejora de sus ingresos.

### 5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

Analizar las microempresas saturadas por los comerciantes informales que existen en el casco comercial de la ciudad de Milagro.

Brindar al microempresario la información necesaria en lo que se refiere a las leyes y normativas respectivas para su creación y ejecución de un negocio.

Identificar nuevas líneas de negocios que ofrezcan alternativas a los microempresarios para diversificar el mercado del cantón.

Ofrecer un plan de capacitaciones para los microempresarios en donde se detallen temas acordes a las necesidades tanto de ellos como de los clientes.

Realizar contenidos de cursos de capacitación y asesoramiento apropiados para el incremento de participación en el mercado de los microempresarios en la ciudad de Milagro.

### 5.5 Ubicación

La ubicación de la propuesta antes mencionada se encuentra en el sector urbano de la ciudad de Milagro y sus alrededores que se beneficiaran en el mejoramiento de sus negocios. La aplicación del presente trabajo se lo puede utilizar en las diferentes microempresas de cantones y ciudades de características similares a nuestra plaza de mercado.

**Gráfico 13.** Ubicación



**Gráfico 14. Casco comercial de Milagro**



**Fuente:** Google maps

## **5.6 FACTIBILIDAD**

### **5.6.1 Factibilidad administrativo**

La factibilidad administrativa de este proyecto es completamente viable, porque solo se necesita personal responsable que ejecute cada una de las sugerencias que la autora redacta en este trabajo de investigación.

### **5.6.2 Factibilidad legal**

Para efectos de esta investigación no se necesitara del aspecto legal por lo que la propuesta a este proyecto es brindar un manual que sirva de guía y soporte a los microempresarios, sin embargo a ellos si les compete conocer todo lo referente a las normativas y leyes respectivas para su creación y ejecución, como por ejemplo Registro Único de Contribuyentes (RUC), permisos municipales, afiliación a la cámara de comercio, permiso de funcionamiento por el cuerpo de bomberos, y las demás normativas como el código tributario, código de comercio, ley de compañías y la ley de régimen tributario, los mismos que serán detallados individualmente en el desarrollo de la propuesta.

Dicha información legal también se encuentra establecida previamente en el capítulo dos de este proyecto.

### **5.6.3 Factibilidad Social**

La creación de este manual es factible socialmente, ya que su objetivo es de aportar conocimientos acerca de argumentos acordes al mercado y la competencia, temas muy importantes para los microempresarios en su desarrollo empresarial, además se ofrece nuevas alternativas de negocios que bien podrían adicionar al giro actual o cambiar su actividad y de esta manea ofrecer diversos productos en el mercado.

## **5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA**

Dentro de la descripción de la propuesta se determina un manual que sirva de guía a los comerciantes, además en éste, se proponen nuevas alternativas para generar beneficios económicos y fundamentar conocimientos que promuevan eficientes gestiones administrativas.

### **5.7.1 Actividades**

A continuación se detalla el manual Administrativo como guía para los microempresarios de la ciudad de Milagro.

## **INTRODUCCION DEL MANUAL**

Hoy en día las microempresas son parte fundamental del desarrollo económico social de un país, son formadas por emprendedores generalmente de escasos recursos para constituir un medio de sustento ante un existente escenario de desempleo.

En un mercado tan competitivo lo ideal es que estos negocios puedan mantenerse y desarrollarse y de esta manera convertirse en pequeñas y medianas empresas exitosas que ayuden a mejorar la economía y sobre todo a ser entes generadoras de empleo.

La finalidad de este manual es dar a conocer la situación de las microempresas comerciales y brindarles a los propietarios, temas de capacitaciones que le serán de gran ayuda y apoyo para que emprendan los cambios que los conducirán al desarrollo de este tipo de empresas y por consiguiente se conviertan en competitivas y productivas.

Dentro del contenido se observaran los siguientes capítulos, como se expone a continuación:

Capítulo I: En este capítulo se presentará un breve análisis de la situación actual del casco comercial de la ciudad de Milagro en el que se mostrará el tipo de microempresas que existen de manera exuberante.

Capítulo II: Este capítulo comprende los aspectos legales de las microempresas.

Capítulo III: Se mostrará las nuevas ideas de negocios como alternativas para el desarrollo de distintos emprendimientos.

Capítulo IV: En este capítulo se planteará un plan de capacitaciones cuyos contenidos contendrán temas acordes a las necesidades de los microempresarios.

## **ALCANCE**

Los alcances de este manual consideran brindar a los microempresarios las pautas necesarias para la realización de nuevas ideas convertidas en negocios rentables con el objetivo de ser una herramienta para una eficiente toma de decisiones.

Este manual incluye un análisis de la situación actual del casco comercial del cantón, los requisitos necesarios para la correcta creación y ejecución de un negocio, lo que le proporciona una idea clara al microempresario de las políticas que deben cumplir según lo establecido legalmente, se proponen nuevas ideas que podrían adicionar a su actividad comercial actual y un plan de capacitaciones que contienen temas acordes y muy necesarios para enriquecer los conocimientos del microempresario de hoy en día.

## MANUAL ADMINISTRATIVO

### CAPITULO I

#### BREVE ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Con el objetivo de conocer cuáles son las microempresas saturadas en el casco comercial de la ciudad de Milagro se realizó una encuesta que consistía en una sola pregunta la cual era ¿Qué microempresas comerciales cree ud que existen o están creciendo de manera sobredimensionada?, dicha pregunta se realizó a las personas involucradas en esta actividad, el número de participantes fue de 317; a los encuestados se les dio la oportunidad de aportar con dos opciones, cuyas respuestas tabuladas por la autora fueron las siguientes:

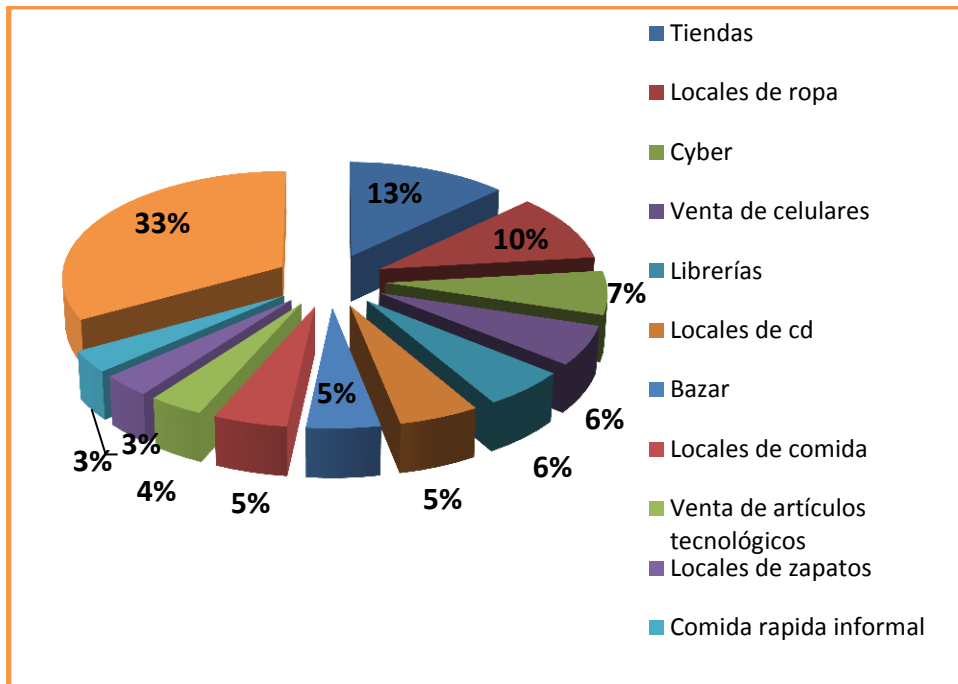
**Cuadro 16.** Negocios comerciales saturados

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	82	13%
Locales de ropa	65	10%
Cyber	42	7%
Venta de celulares	38	6%
Librerías	36	6%
Locales de cd	34	5%
Bazar	31	5%
Locales de comida	31	5%
Venta de artículos tecnológicos	23	4%
Locales de zapatos	21	3%
Comida rápida informal	21	3%
Otros	210	33%
<b>Total</b>	<b>634</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño



**Gráfico 15. Negocios comerciales saturados**



**Fuente:** Encuesta  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

El casco comercial de la ciudad de Milagro se encuentra saturado por los comerciantes informales entre las cuales, las que los microempresarios resaltaron fueron tiendas de abarrotes 13%, locales dedicados a la venta de ropa 10%, cyber 7%, venta de celulares 6%, librerías 6%, locales destinado a la venta de cd 5%, bazares 5%, múltiples locales de comida 5%, venta de artículos tecnológicos 4%, locales de zapatos 3%, comida rápida informal 3% y otros negocios 38%, lo que denota que la sobredimensión de estos pequeños negocios afecta en los niveles de reinversión, su rentabilidad y sus intenciones de progresar en el mercado.

Es por ello que se ofrece un manual administrativo el cual contiene herramientas que le serán de gran ayuda para los microempresarios del cantón ya que hoy en día están compitiendo en un entorno cada vez más dinámico y competitivo por lo tanto es muy importante que tengan una idea exacta de sus objetivos y de las técnicas que usaran para alcanzarlos.

## CAPITULO II

### **Aspecto Legal**

Este punto contiene los requisitos que norman las actividades de un negocio y que los microempresarios deben conocer, los cuales son los siguientes:

#### **Permiso otorgado por el Servicio de Rentas Internas**

En nuestro país toda persona que realiza actividades económicas con fines lucrativos, debe tener el RUC, que es el Registro Único de Contribuyentes, documento que le da la facultad para realizar estas actividades.

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC para personas naturales son los siguientes:

- ✓ Presentar el documento original del registro de la sociedad.
- ✓ Copia de planillas en la que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- ✓ Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- ✓ Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- ✓ Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.

#### **Permiso y Patente Municipal**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Francisco De Milagro, presentando la siguiente documentación.

- ✓ Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ✓ Copia del certificado de votación del representante legal.
- ✓ Formulario de declaración para obtener la patente.

### **Permiso de Dirección de Higiene Municipal.**

Si el caso lo amerita respecto a la actividad comercial que ejecute, el microempresario deberá obtener el documento en cuestión, para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- ✓ Especie de habilitación y funcionamiento.
- ✓ RUC
- ✓ Copia de cédula del representante legal.
- ✓ Copia de la papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

Además de las personas que laboran en las microempresas el establecimiento en si, deberá obtener una licencia para funcionar la cual se expone a continuación:

### **Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública.**

- ✓ Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación.
- ✓ 1. Permiso de dirección de higiene Municipal.
- ✓ 2. Registro único de contribuyentes (RUC).
- ✓ 3. Copia de cédula del representante legal.
- ✓ 4. Certificado de votación del representante legal.
- ✓ 5. Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
- ✓ 6. Documento de afiliación a la cámara de comercio.

### **Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas del Benemérito Cuerpo de Bomberos del cantón, presentando la siguiente documentación:

- Se necesita la razón social.
- Copia del representante del negocio.
- Dirección del local y el RUC otorgado por el SRI.

### CAPITULO III

En este capítulo se propondrán diversas ideas de negocio las cuales pueden ser algunas alternativas para los microempresarios de la ciudad de Milagro o de cualquier emprendedor que quiera independizarse y crear su propio medio de sustento.

Estas ideas se encuentran relacionada en base a los dos primeros ejes fundamentales del cambio de la matriz productiva los cuales se relacionan con la diversificación de la producción es decir crear nuevas industrias y generar nuevos tipos de negocios y el segundo hace referencia a las necesidades de un país, de aprovechar al máximo las materias primas de excelente calidad y exportarla a través de un bien ya procesado y no en bruto es decir con un valor agregado. Por ejemplo el reemplazo de la exportación de pepa de cacao fino de aroma por chocolates y productos derivados de esta fruta.

“Otro aspecto vinculado con el cambio de la matriz productiva es la capacitación del talento humano y la transferencia de tecnología”.<sup>13</sup>

“Los sectores que serán potencializados con la transformación de la matriz productiva son biocombustible; maricultura; forestal; industrias estratégicas como refinerías, siderúrgica, astilleros, petroquímica y metalurgia; plásticos y cauchos; petróleo y productos tradicionales”.<sup>14</sup>

#### IDEAS DE NEGOCIOS

En nuestra cultura aún no está desarrollada a la invención y aplicación de nuevos negocios sino que normalmente copiamos las ideas de otros, razón por la cual se crea el problema de este trabajo de investigación y en consecuencia su posible solución, una de ellas es la de ofrecer o proporcionar a los microempresarios o ciudadanos que se incursionen en los negocios ideas de nuevas actividades comerciales o giros de negocios.

---

<sup>13</sup> (<http://www.planificacion.gob.ec/senplades-resalta-papel-de-la-transformacion-de-la-matriz-productiva-en-un-foro-de-la-cfn/>)

<sup>14</sup> (<http://www.produccion.gob.ec/transformacion-de-matriz-productiva-se-expone-en-congreso-internacional-de-alineacion-estrategica/>)

### ✚ Ataúdes personalizados

Esta idea consiste en elegir ataúdes antes de morir, los diseños pueden tener diversas formas como por ejemplo teléfono móvil, cajetillas de tabacos, formas de guitarras, entre otros.



### ✚ Tienda online de auto diseño de bolsos

Existe un complemento delicado para toda mujer, el bolso, esta idea de negocio hace posible que la futura portadora del mismo auto diseñe su cartera a su personalidad y medida y sea confeccionado por la microempresa.



### ✚ La siesta como negocio

Esta idea de negocio propone alquilar un local de descanso. Si usted se encuentra en su lugar de trabajo y dispone de una hora de descanso para comer, quizás le sobre media hora y no sería bien visto que se duerme en su trabajo. Este local podría ofrecer un lugar relajado para descansar antes de volver a la actividad laboral.

### ✚ Elaboración de dulces caseros

Esta idea es una excelente opción para aquellos que desean emprender desde la tranquilidad de su hogar y a una baja inversión, si bien es cierto existen miles de emprendimientos de esta índole pero una alternativa para diferenciarse del resto es elaborando distintas recetas hechas solo de dulces ecológicos, utilizando hortalizas y frutas orgánicas.



Con muy poco puedes iniciar este emprendimiento e incluso dar trabajo a distintos miembros de la familia.

Es muy importante el packaging, darle a los frascos o botellas un aspecto delicado y artesanal de manera que también "entre por los ojos".

Al principio pueden ofrecerse a los conocidos, vecinos y familiares pequeñas muestras gratis y un catálogo sobre los distintos tipos de dulces que elaboras de manera que conozca todo lo que haces y puedan realizar los pedidos.

### **Hacer bisutería**

Si tienes la habilidad de crear collares, anillos, pulseras y otros adornos es hora que piensas en venderlas. Utilizando distintas estrategias de comercialización como por ejemplo crear tu página web y promocionarlas de allí u organizar las ventas en casa de amigos, vecinos y familiares.



### **Alfarería**



Según la Wikipedia, la alfarería (también conocida como cerámica) es el “arte de elaborar objetos de barro o arcilla”. Antiguamente, cuando el hombre aún no había inventado el plástico ni era tan fácil usar metales, la alfarería era el principal método para elaborar recipientes de todo tipo. Hoy en día se ha convertido en una artesanía cuyos objetos sirven principalmente a la decoración.

### **Producción y comercialización de chicha**

Al ser un alimento nutritivo hecho con base de arroz, leche, vainilla, y azúcar, aderezada con leche condensada y canela.

La idea de crear un carrito de chicha, darle la vuelta a los chicheros de la calle y presentar un esquema diferente de negocio, dignificar a la chicha y al chichero, además se busca actualizar la fabricación del producto y darle un aspecto moderno al negocio, hacerlo atractivo.



#### ✚ Ramos hechos de frutas

Creación de hermosos y deliciosos ramos hechos con variedad de frutas frescas. Su premisa es combinar la bella apariencia de un ramo de flores con el delicioso sabor de la fruta fresca.

#### ✚ Crea un blog y venda publicidad

Es una forma sencilla de iniciar una microempresa exitosa ya que solo tiene que elegir un tema que lo apasione y escribir sobre aquello, leer libros y visitar otros sitios relacionados con su tema y de esta manera obtendrá experiencia. Si lo realiza de la manera correcta las personas que visiten su blog quedaran satisfechos y lo volverán hacer, de este modo puede generar ingresos a través de publicidad ya que el factor visitas juega un papel muy importante para que su negocio sea exitoso.

#### ✚ Venta de jabones para hombres. ¡Muy hombres!

Esta novedosa idea busca sacar al mercado una línea de jabones para hombres que deseen oler verdaderamente a hombres, ya que la mayoría de jabones tienen olor a flores, frutas y demás olores femeninos.

Y para determinar los olores que tendrían estos jabones se pensó en los favoritos de los hombres, entre ellos, el olor del tabaco, dinero, gasolina y por supuesto el de cerveza.



### ✚ **Imparta clases o trabaje como tutor**



Si le gusta comunicar sus experiencias y conocimientos con otras personas, es su oportunidad para ofrecer clases desde su hogar, adquiriendo ganancias económicas.

Lo que primero debe hacer es evaluar en qué asignatura es mejor, por ejemplo con algún instrumento musical, y promueva sus clases en la web o con amigos cercanos. Hoy en día

de hoy son muchas las personas que trabajan desde casa ofreciendo clases a través de Skype u otros programas vía online.

### ✚ **Servicio como cuidado infantil**

Si le agradan los niños pequeños puede ofrecer sus servicios cuidando a bebés en su propio hogar. Conociendo que la mayoría de los padres trabajan fuera de casa, se solicitan servicios de guardería y esta puede ser una excelente oportunidad de negocio.



Luego que emprenda su negocio, puede difundir su labor con un blog donde muestre fotos y cuente a los papás las actividades que realizan con los niños a su custodia etc. Con ello garantiza el buen cuidado de los bebés además de que asegura que los niños estarán en buenas manos.

Esta idea de negocio también puede funcionar con las mascotas si es amante de ellas y establecer un lugar en su casa como por ejemplo para el cuidado de perros.

### ✚ **Vender sus propios productos**

Si posee habilidades para las manualidades un buena oportunidad de negocio sería la de construir su propia línea de ropa, prendas artesanales, pastelerías, dulces caseros, etc., todos estos productos puede ofrecerlos a través de internet,



presentarlos y venderlos. No hay límites de todo lo que se puede comercializar por las páginas web.

### **Negocios de comida**

Una de las opciones favoritas al momento de iniciar un negocio es la comida, puesto que se requiere de poca inversión pero si de mucho ingenio para que sus productos sean de calidad y diferentes al resto y de esta manera tenga éxito.

Se puede iniciar con algo pequeño pero con la aceptación del público y su predisposición puede formalizar y crear su propio restaurante en la ciudad.



### **Cafeterías de película**

Un negocio rentable y requiere de poca inversión es la de abrir una cafetería que brinde bebidas y bocaditos y poner películas para que los que asistan a este establecimiento disfruten de un momento ameno, pero debido a la competencia que existe en el mercado es necesario brindar nuevas alternativas y valor agregado al cliente, ya que el éxito de todo negocio es la innovación.

Es por ello la necesidad de instalar un tipo de cafetería innovador que se podría denominar “cafetería de película”.

### **Negocios por internet: asesoría y gestión de regalos**

Este modelo de negocio va más allá de solo vender regalos, sino también de diseñar experiencias en el momento en el que el festejado reciba sus obsequios, la creatividad juega un papel muy importante ya que el fin es sorprender y hacerlo sentir especial en su día. Este negocio se puede iniciar desde un sitio web con el objetivo que expliques de se trata tu servicio y brindar opciones de regalos, con el uso de las tradicionales redes sociales para darte a conocer.

### ✚ Cuidado de mascotas



Si amas a los animales este es uno de los negocios más rentables y caseros con el que puedes iniciar ya que solo necesitas ser organizado y constar con un plan de negocios que determine todos los puntos claves que tendrás en consideración como analizar tu mercado, definir tu compañía, crear estrategias y por su puesto desarrollar una campaña publicitaria con el que te des a conocer.

### ✚ Máquinas expendedoras

Adquirir este tipo de máquinas expendedoras o máquinas de vending hoy en día es válido para comercializar cualquier clase de producto ya sean estos cigarrillos, chicles de bolitas, caramelos, bebidas entre otros.

Una de las ventajas de la utilización de este tipo de máquinas que no se necesitan empleados ya que no es necesario estar allí para atenderlo y trabajan las 24 horas del día.

### ✚ Zapatos personalizados



Una buena alternativa para emprender es vender zapatos personalizados debido a que la demanda es alta y la competencia también lo es pero he aquí la diferencia de los demás negocios es que pueda ofrecer zapatos decorados ya sea con tela o pintados o decorados con otro tipo de adornos combinando colores y a bajo costo. Además también existe la opción de personalizar zapatos para niños y complementar el servicio que incluya zapatos de bebé.

### ✚ Bar de jugos

Existe la tradición de tomar jugos naturales y gracias a la variedad de frutas tropicales que existen en nuestro país los consumidores buscan reemplazos del

refresco. Es por ello que los jugos y demás bebidas es una excelente alternativa al momento de iniciar con un negocio.

### **🚦 Aplicaciones para celulares**

Actualmente el negocio de los celulares aumenta y sigue en crecimiento y los usuarios seguimos deseosos de más aplicaciones ya sea para trabajo o entretenimiento. Es por esto que desarrollar aplicaciones para teléfonos móviles puede ser un negocio rentable.

### **🚦 El negocio de los videojuegos**



Este tipo de negocios es uno de los segmentos más rentables ya que las novedosas consolas y la infinidad de juegos divertidos hacen de este un gran negocio.

### **🚦 Entrenador de gimnasio**

Si el deporte es lo que le apasiona usted puede empezar como instructor personal para que ayude a mantener en forma a los que solicitan su servicio, de esta manera obtiene beneficios ya que disfruta la sensación del logro de ayudar a un cliente a mejorar su salud. No se limite a un solo lugar, ya que puede capacitar a sus clientes en cualquier lugar según lo dispongan.

### **🚦 Hamburguesa de cáscara de plátano**

La creación de un negocio de hamburguesas con albóndigas de cascara de plátano proyecta hacer uso del plátano verde optimizando recursos, sin ninguna clase de desperdicios de la materia prima.



Llevamos años consumiendo el plátano verde y desechando la cascara sin darnos cuenta que estamos desaprovechando una

materia prima importante para nuestra salud, cascara de plátano verde es un alimento que constituye una alternativa medicinal, saludable y nutricional para el organismo.

El consumo de la cascara de verde en hamburguesas reemplazadas por la común carne de res conllevará a que las personas aumente su calidad de vida nutricional.

### **Fábrica de mermeladas artesanales**



La fabricación de dulces caseros es una de las interesantes ideas de negocios que podemos mencionar para iniciar tu micro emprendimiento solo es cuestión de cómo cualquier negocio, trabajar duro para progresar.

Elaborar mermeladas caseras para vender requiere de algunos pasos a seguir ya que hay que tener en cuenta que se las va a comercializar y no de consumo hogareño, es por ello que se debe cumplir con todas las normas que se deban para el correcto funcionamiento de un negocio.

### **Rosquitas de harina de plátano**

Las rosquitas de plátano verde son un producto innovador dirigido a todo público y surge como alternativa para la optimización del verde, ya que su cascara elaborada en harina no representará más pérdida, sino representará una fuente de ingreso.

### **Limpieza de equipos de computo**

El mercado de las computadoras es muy amplio y la comercialización de productos de limpieza es una idea interesante, ya que existe la demanda para iniciar con esta idea de negocio.



### **Freelance**

El concepto de freelance se refiere a elaborar trabajos ya sea estos escribir artículos, crear páginas web, traducir documentos u otros proyectos que se los realicen a través de internet.

Esta idea consiste en subastar su trabajo en un sitio desde internet, negociar el precio y desarrollar el trabajo para luego ser entregado por mail, muy conveniente para jóvenes emprendedores ya que no es necesario inversión sino tiempo para desarrollar la tarea.

### **Tejidos artesanales**

Si se posee habilidades para tejer y quiere hacer de su hobby un negocio esta idea puede resultar muy lucrativa y dejar algún ingreso extra en el hogar, ya que puede crear nuevos diseños de tejidos, describir y venderlos, lo conveniente es que se empiece con clientes del entorno cercano, y a su vez este será su forma de publicitarse.



### **Servicio de lavandería**

Cada vez más familias están dispuestos a contratar a alguien que les ayude en la tareas del hogar, es por ello que el servicio de lavandería es un negocio que va potencialmente creciendo.

La ubicación es un factor determinante ya que se debe ubicar en calles que son transitadas que te harán ganar más clientes. Para diferenciarte de la competencia es necesaria una capacitación al personal que va a colaborar en este servicio, esto con mejorar el servicio que se va a brindar y el cliente quede satisfecho.

### **Elaboración y comercialización de cotillón para fiestas**



El cotillón o también conocido como bolso de adornos y elementos para fiestas nunca pasa de moda sino todo lo contrario está en constante innovación, la comercialización de este tipo de producto resulta una alternativa que se debe analizar.

Al momento de vender este tipo de productos se debe

tener en cuenta que se va a vender diversión y artículos que harán de su fiesta un recuerdo memorable, para poder resaltar se debe estar reinventándose constantemente y estar actualizados en las tendencias nacionales e internacionales.

#### **✚ Barras de chocolate amargo**



La idea de este negocio es crear una microempresa dedicada a elaborar y comercializar barras de café y de chocolates satisfaciendo las necesidades de aquellos consumidores que requieren un producto innovador especialmente está dirigido para las amas de casa ya que este producto a diferencia del café en polvo les traerá reducción en sus gastos por lo que en una pequeña barra les rendirá aún más que un sobre de café tradicional en polvo.

#### **✚ Venta de perfumes y colonias caseras**

Para entrar en este negocio se debe tener en cuenta que se compite contra dos grandes mercados como son las líneas de perfumes costosas y reconocidas y por otro lado las imitaciones de estos sofisticados perfumes, si bien no se puede luchar en iguales condiciones respecto a las grandes compañías de perfumes, una publicidad será fundamental y se puede iniciar colocando muestras de los productos en ferias y zonas cercanas para darlos a conocer.



#### **✚ Bisutería con productos del mar**

Esta idea consiste en elaborar llamativas artesanías hechas con material reciclado de productos del mar por ejemplo caracoles, estrellas de mar, escamas de pescado, conchas y demás productos denominados obras de arte.

### **Vestidos hechos con material reciclado**

En ocasiones lo que para algunos es considerado como basura, para otros son oportunidades para hacer algo creativo y diferente, es por ello que aquí se presenta una idea en las que se puede reutilizar cosas que normalmente tirarías a la basura para diseñar unos lindos y originales vestidos de fiesta.



El medio ambiente exige que lo cuidemos y que mejor manera que rehusando y reciclando objetos como papel, plástico, cartón, y otros elementos con el que puedes iniciar tu propio negocio.

### **Botellas recicladas personalizadas**



En nuestros hogares uno de los objetos que más abundan son las botellas, ya sea de plástico o vidrio, muchas veces no sabemos qué hacer con ellas, desechándolas y causando un efecto negativo al entorno en el que vivimos. He aquí la importancia de reciclar y dar una segunda vida a estos objetos, pintándolas o utilizarlas para decoración y lo mejor es que no requiere de mucha inversión para hacer de ello un micro emprendimiento.

### **Herrería artística**

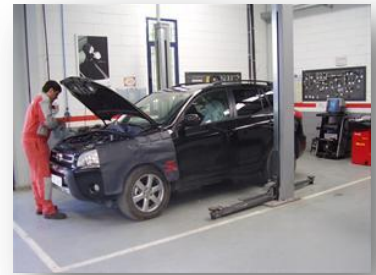
Esta idea consiste en hacer novedosos productos artísticos y prácticos, como la fabricación de portones, escaleras y distintos instrumentos decorativos como adornos para viviendas, portalámparas, etc. Si no se posee el capital suficiente para montar un taller de soldadura una alternativa sería la de asociarse con alguien que le ayude a empezar con este micro emprendimiento que en el futuro será su fuente de ingresos económicos.

### ✚ Despacho profesional

Para montar este tipo de negocio se debe constituir una estructura legal y hacerlo con un abogado de confianza, cuando se inicia con un negocio se debe contar con un personal capacitado que hagan de su despacho un negocio rentable.

### ✚ Un taller de reparación de automóviles

El sueño de toda persona es montar un negocio propio que sea fuente de sus ingresos y si posees conocimientos en lo que se refiere a la reparación de automóviles este es tu momento de emprender y de independizarte.



### ✚ Una peluquería o un centro de estética



Los centros de belleza es un negocio que se expande y que cada día los propietarios de estos locales se encuentran innovando y capacitándose con el objetivo de brindarle un mejor servicio al cliente y ofrecer un servicio completo en lo que a belleza se refiere como manicure, pedicure, cortes de cabello, peinado, depilación, servicios de spa entre otros.

### ✚ Una clínica veterinaria

Hoy en día las mascotas ya son parte de nuestras familias y en la mayoría de los casos los dueños velan por su cuidado y requieren de un lugar en donde vacunar, desparasitar y comercialicen los alimentos y accesorios para sus mascotas. He aquí esta idea de negocio que ofrezca estos productos y le den la confianza a los dueños que sus cachorros están en buenas manos.



### ✚ Una editorial virtual

Es una opción económica y sencilla debido a la demanda existente ya que la popularidad de libros electrónicos y software avanzados. La publicación de estos libros a través de un sitio web puede ser un negocio rentable si cuenta con la paciencia y la disponibilidad para negociarlos.

### ✚ Una empresa de jardinería



Crear un negocio que se dedique a ofrecer servicios de jardinerías puede ser una gran fuente de ingresos económicos debido a que muchas personas no tienen el tiempo necesario para realizar el mantenimiento de los jardines, he allí la oportunidad que este servicio se vuelva rentable.

### ✚ Una franquicia

Una franquicia es consecuencia de investigaciones de mercado, tropiezos, éxitos de una marca que ha logrado conseguir prestigio, no solo es un modelo de negocio o una estrategia de comercialización y expansión.

Aunque no se garantiza el éxito la posibilidad de fracaso es menor a lo que representa operar en un negocio independiente.

### ✚ Repostería y pastelería

Es un interesante micro emprendimiento en los que posee una demanda alta ya sea para cualquier tipo de evento, requiere de poca inversión solamente las ganas de salir adelante a través de su propia fuentes de ingresos extras.



### ✚ Escobas, cepillos y similares

Esta idea de negocio consiste en la fabricación de artículos de limpieza para el hogar, negocios, industrias, etc., la clave está en innovar y poder ofrecer al público un producto de calidad y diferente que sea atractivo al momento de la decisión de compra.

### ✚ Tienda de telas



Si disfrutas de coser y hacer manualidades de tela puedes comenzar con tu propia tienda de telas que no solo comercialice estos artículos sino que además se brinde un servicio de confección de prendas de vestir a los gustos y necesidades del cliente.

### ✚ Equipos para soldar

Esta idea se basa en comercializar todo lo referente a los equipos que se necesita para soldar. Además de vender también puedes ofrecer servicios de soldadura a domicilio.

### ✚ Encurtido de frutas y verduras



Los encurtidos son alimentos que se conservan ya sean estos frutas y verduras, la idea es vender este tipo de conservas al público ofreciendo productos de calidad con una excelente atención al cliente.

### ✚ Dulces, bombones y confituras

Esta idea intenta formar una microempresa que se dedique a la venta de caramelos, paletas, gomitas, dulces, bombones, entre otros, estos productos tienen gran demanda en el país por lo que el negocio puede ser rentable.

### ✚ Lámparas ornamentales y candiles

Los productos a comercializar que incluyen esta idea de negocio son candiles, lámparas rústicas, lámparas con pantallas decoradas, lámparas de cerámica, lámparas de pie, lámparas de cerámica, etc., todos estos productos deben tener la característica de ser de excelente presentación y ofrecer al cliente durabilidad y la garantía de que adquirirá un producto de calidad.



### ✚ Empaques y refacciones para maquinarias

Esta idea consiste en comercializar empaquetaduras y repuestos de máquinas y equipos industriales de buena calidad además como valor agregado ofrecer al cliente un servicio post venta y servicios de mantenimiento.

### ✚ Puros y otros productos de tabaco

Este negocio consiste en la fabricación y comercialización de puros y tabacos de calidad, hasta ahora se ha considerado que el fumar puro es símbolo de calidad, es por ello la idea de esta microempresa un producto como lo es el puro hecho a mano con una excelente calidad y en diversas presentaciones como cajas de madera, cajas de cartón, sueltos entre otros.



### ✚ Dulces de leche

Este dulce es un postre tradicional casero típico en varios países latinos por ser delicioso, requiere de una mínima inversión, solo se necesita el deseo de emprender y generar su propia fuente de ingresos económicos.

### ✚ Comercialización de embutidos

En nuestro cantón se observa algunos comerciantes que se dedican a la comercialización de este tipo de productos, por ende al ingreso de este nicho de

mercado es competitivo y se debe generar una ventaja competitiva en lo referente al servicio que se brinda al cliente y en la calidad del producto que se ofrece.

### **Jabones de aceite de oliva**

Esta idea consiste en vender jabones naturales elaborados con aceite de oliva, el negocio para elaborar jabones caseros no es un secreto, la diferencia está en el esfuerzo para empezar este negocio, su capacidad de innovación aprovechando los recursos y su sostenibilidad del emprendimiento.

### **Mermeladas de cáscaras de naranjas**



En nuestro país se tiene el inconveniente de desechar las cáscaras de las naranjas, he aquí la manera de iniciar un negocio en casa y a la vez ayudando al medio ambiente reciclando de manera adecuada, fabricando un producto innovador en el mercado.

### **Harina de plátano**

Esta harina es un producto procesado que se obtiene de la transformación del plátano, la idea esencial de este negocio es la de comercializar harina de plátano, de esta manera se aprovechara la materia prima existente con la finalidad de darle un valor agregado, ya que este es un alimento muy nutritivo con excelentes propiedades para ciertas enfermedades.



### **Harina de cascara de maracuyá**

Este es un proyecto innovador el cual brinda muchos beneficios para la mayoría de personas por los nutrientes y vitaminas que posee esta fruta, ya que la principal

materia prima es la cascara de maracuyá, el cual a través del proceso de triturado y secado se obtiene el producto.

### **✚ Manteca de cacao**

Este producto es la grasa que se obtiene durante el proceso de elaboración del chocolate. La manteca de cacao es de suave aroma y se usa en la producción de cosméticos, chocolate blanco y bienes farmacéuticos.

### **✚ Licor de cacao**

Es otro de los productos derivados del cacao elaborado de forma artesanal a base de la semilla de cacao, además que se utiliza otros ingredientes como el alcohol y la azúcar. Este es un producto que puede ser usado para cocteles combinados y otros licores y a la vez también puede utilizarse combinando con helados de postre.



### **✚ Pasta dental a base de menta y limón**

La menta es una de las plantas más utilizadas con muchas propiedades medicinales, el limón un cítrico muy conocido, la mezcla de estos productos naturales se obtiene una pasta dental que fortifica las encías y dientes brindando muchos beneficios al cliente.

### **✚ Loción de romero**

Esta idea consiste en crear una microempresa que comercialice un producto a base de plantas medicinales dirigidos a personas que sufren de caída de cabello, ya que con la utilización de dicha loción las personas puedan recuperar su cabello, mejorando y evitándola.

### **✚ Concentrados de jarabes y colorantes naturales**

La idea consiste en la venta de jarabes y colorantes naturales para alimentos las cuales son tradicionalmente conocidas, por lo que el negocio puede ser rentable.

### ✚ **Vender cobijas con diseños atractivos**

El negocio se trata de vender cobijas personalizadas a gusto del cliente, el cual lo puede hacer previamente a través de una página web, de esta manera se satisface la necesidades del cliente a cabalidad ofreciéndole un artículo de calidad.

### ✚ **Clavos, tachuelas, grapas y similares**

Este negocio puede ser rentable ya que estos implementos se utilizan mucho por lo que crear una microempresa el cual comercialice estos productos requieren de una mínima inversión pero brindando una excelente atención al público.

### ✚ **Harina de gandul**

Esta harina se la utiliza para la agricultura, el cual la materia prima es el frejol de gandul que la través de un proceso se obtiene esta harina. Además el gandul se emplea en la preparación de jarabes y medicamentos.

### ✚ **Chocolates caseros**

Los chocolates artesanales pueden ser una buena idea para iniciar un negocio el cual requiere de creatividad, debido a que el chocolate se consume de varias formas y se puede elaborar desde casa creando así su propia fuente de trabajo que le genere ingresos extras.



### ✚ **Venta de velas aromáticas**



Este tipos de velas son elaboradas como piezas de artesanías, por ende este tipo de negocio requiere de una mínima inversión y se puede elaborar desde casa solo es cuestión de la creatividad del emprendedor, se puede empezar vendiendo a familiares y personas cercanas.

### **Calzado de cuero**

Con esta idea de negocio se buscar crear microempresas dedicadas al sector industrial con la comercialización de calzados de cuero y la implementación de nuevos diseños con excelentes acabados de esta manera se obtendrá un aumento de venta e incremento en la producción de calzados de cuero.

### **Cajas de cartón**

Esta idea consiste en un negocio creado para la venta de cajas de cartón nuevas y recicladas con el establecimiento de adecuadas estrategias para la comercialización de este producto.

### **Artículos y muebles de hierro forjado**

Esta es una oportunidad de iniciar la producción y comercialización de bienes no tradicionales explorando nuevos nichos de mercado, satisfaciendo la necesidad del cliente, además que puede crear nuevas fuentes de empleo.

### **Artículos para hoteles y restaurantes**

En nuestra ciudad existen hoteles y restaurantes de diversos tamaños, es por ello la idea de negocio de proveer a estos establecimientos de toda clase de artículos necesarios para su funcionamiento como artículos de limpieza, comedores, cocinas, y diversos servicios como limpieza y de mantenimiento.

### **Artículos de algodón**

Vender artículos de algodón puede ser un negocio rentable, ya que es una de las fibras más usada en la confección de tejidos y favorito entre los consumidores.

### **Alquiler de equipo para fiestas**

Este negocio consiste en alquilar todos los equipos necesarios para fiestas ya sean estos cumpleaños, bodas u otros eventos, he aquí una propuesta rentable de negocio.

### **✚ Alimentos balanceados para animales**

Esta idea busca la creación de una microempresa que se dedique a la fabricación de alimentos balanceados para animales, venta de materia prima y suministros de calidad que sean competitivos en el mercado.

### **✚ Alfombras y Tapetes**

El negocio de alfombras y tapetes ha cogido mucha fuerza últimamente ya que la gran cantidad de hogares quieren disponer de alfombras personalizadas las cuales requieren de una microempresa que lo haga, he aquí que esta idea de negocio puede ser rentable y proveer ingresos extras.

### **✚ Helado que se pela**

Una de las ideas de negocio es la de elaborar helados que se puedan pelar, el cual en su cobertura tiene gelatina con sabor a plátano y en su interior vainilla, es así como se crea nuevas formas de presentaciones para los diversos gustos del cliente.



### **✚ Jugo de frutas y hortalizas**

Este es una bebida de fruta y hortaliza frescas congeladas el cual mantiene todas las vitaminas y sabores originales, y una vez se descongele, la bebida tenga las mismas propiedades.

### **✚ Audífonos personalizados**



Los audífonos son instrumentos que usamos muy a menudo, y esta idea consiste en crear un negocio que fabrique audífonos personalizados llamativos y creativos para todo tipo de clientes.



### **Taza-cuchara**

A muchos nos ha pasado que luego de endulzar el café no encuentra un lugar donde poner la cuchara, pues este es un producto innovador, creativo sobre todo para los amantes del café.



### **Pintura bactericida**

Este negocio se trata de comercializar un producto desinfectante en las pinturas de esta manera se ayuda a conservar higiénicos en los lugares en que este producto vaya a ser usado ya que evita la aparición de microorganismos de la zona.

### **Harina de manzana**

Este proyecto consiste en la fabricación y distribución de harina de manzana elaborado con los restos de manzana que normalmente se desecha, pues bien esta idea permitirá aprovechar al máximo estos residuos y así colocar en el mercado un producto innovador y nutritivo.

### **Simulador moda**

Nuestro cantón se encuentra saturado de locales que se dedican a la venta de prendas de vestir, esta idea consiste en una aplicación en la cual los clientes puedan “probarse” de manera virtual las prendas de vestir que se ofrezca, evitando de esta manera los incómodos probadores tradicionales.

Con esta aplicación se reducirá el tiempo que se emplea en la compra y venta de ropa, ya que incluso puede ofrecerles *on line* las prendas adecuadas que el cliente prefiere, y así brindar un mejor servicio.

### **Vivero forestal**

Esta idea de negocio busca crear emprendimientos dedicados a la producción de plantas forestales las cuales vayan multiplicándose y de esta manera se logre la repoblación forestal, cumpliendo objetivos como la calidad y cubriendo las necesidades de plantas forestales en la ciudad.

### **Venta de acuarios**

Los acuarios o peceras grandes generalmente transparentes, el cual contrae muchas ventajas para las personas que poseen uno, es por ello la idea de comercializar acuarios puede ser una actividad muy interesante.

### **Jabones con cascaras de naranjas**

Esta idea consiste distribuir jabones fabricados los residuos que ya estaba destinado para su desecho como es el caso de la cascara de naranja, de esta manera se utiliza materia prima existente a nivel local y hacer de algo que no tenía valor a un producto innovador en el mercado.

### **Producción de papel artesanal**

La idea trata de crear micro emprendimientos comercializando papel artesanal que puede ser utilizado en distintas actividades manuales.

### **Alfombras de material reciclado**

Este negocio busca distribuir y comercializar alfombras elaboradas con material reciclado ayudando de esta manera al medio ambiente y ofreciendo al público un producto innovador.

### **Colgador de ropero portátil**

Este micro emprendimiento se trata de comercializar este producto que le ayudara en el almacenamiento y organización de sus prendas de vestir, tanto ropa como zapatos.

## CAPITULO IV

Otro de los puntos de este manual es el de ofrecer al microempresario un plan de capacitaciones con temas acordes a sus necesidades con el propósito de crear o innovar su empresa y tener un mayor conocimiento sobre el aspecto administrativo de un negocio.

Los temas que se sugieren son: Administración Básica, curso de Finanzas para personas no financieros, Estudios de mercado y Curso de relaciones interpersonales, los cuales tendrán un promedio de 20 horas para su ejecución.

### Curso de administración básica

Toda persona puede hacer de una idea de un negocio pero no es lo mismo al momento de desarrollar, se debe tener en cuenta los factores tanto internos como externos como por ejemplo verificar si esa idea es innovadora, investigar su mercado y sus potenciales clientes.

Es por ello, que se plantea un curso de administración básica para microempresarios en donde se establecen los parámetros que se deben seguir para una correcta administración y eficaz toma de decisiones.

### Redes de aprendizaje



## Unidades de aprendizaje

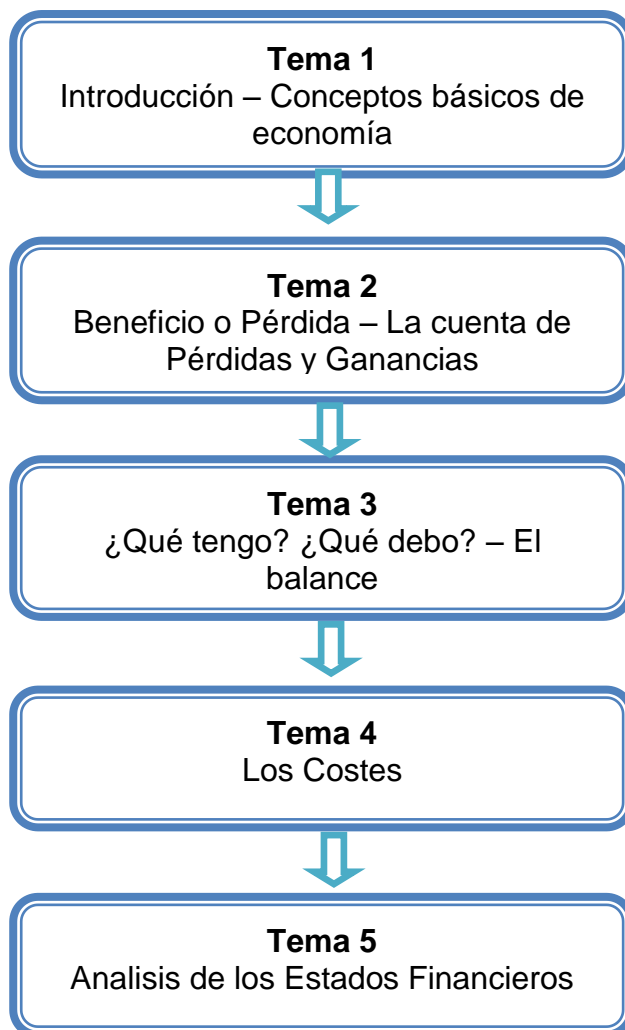
TEMAS	CONTENIDOS
#1 Introducción a la administración	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto e Importancia</li> <li>• La empresa</li> <li>• El administrador, funciones y competencias</li> <li>• Proceso administrativo</li> </ul>
#2. La planeación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto, importancia y principios</li> <li>• La planeación estratégica, concepto y propósito</li> <li>• La misión, visión</li> <li>• El diagnostico organizacional y la matriz foda</li> <li>• Los objetivos estratégicos, el diseño de las estrategias</li> <li>• Planeación operacional</li> <li>• Análisis de cada tipo de plan y formulación de los manuales de planeación</li> </ul>
#3 La organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto, importancia, principios y fundamentos</li> <li>• La departamentalización, la división del trabajo y la especialización</li> <li>• La jerarquización la autoridad</li> <li>• Diferentes tipos de autoridad</li> <li>• Innovación en las estructuras organizacionales (estructura de equipos, de redes, etc.)</li> <li>• Los organigramas</li> <li>• El análisis de puestos (la descripción y especificación de puestos)</li> <li>• La obtención de los recursos para la organización</li> </ul>
#4 La dirección	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto, principios e importancia</li> <li>• La comunicación</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos, elementos, proceso y clasificación</li> <li>• La comunicación organizacional y la comunicación interpersonal</li> <li>• Las barreras de la comunicación</li> <li>• La tecnología de la información y la comunicación</li> <li>• La motivación, conceptos generales, análisis de las diversas teorías motivacionales</li> <li>• El liderazgo, conceptos generales, análisis de las teorías tradicionales y contemporáneas relacionadas al liderazgo</li> <li>• La supervisión</li> <li>• Los equipos de trabajo</li> <li>• La cultura organizacional</li> </ul>
#5 El control	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto, importancia, sus principios y su proceso</li> <li>• Tipos y enfoques del control</li> <li>• Técnicas y métodos de control</li> <li>• Los estándares (concepto y tipos de estándares)</li> <li>• Los sistemas de información y su papel en el control</li> <li>• La calidad total y el control</li> </ul>

## Curso de finanzas para no financieros (microempresas)

El desarrollo del contenido de este curso busca descubrir el mundo de las finanzas desde una perspectiva estratégica de negocios y aprender a utilizar sus herramientas principales necesarias que les permitirán agregar valor a su negocio y generar ventajas para alcanzar sus objetivos.

### Red de aprendizaje



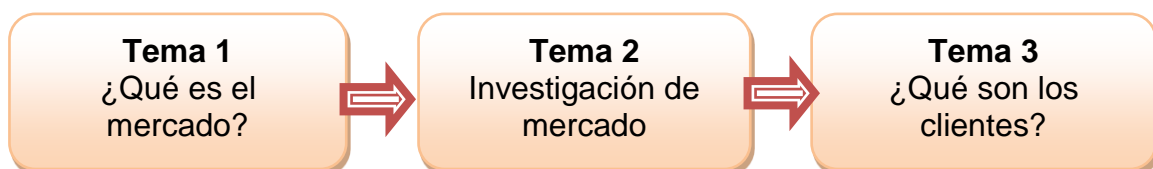
## Unidades de aprendizaje

TEMAS	CONTENIDOS
<b>#1 Introducción – Conceptos básicos de economía</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que es la economía</li> <li>• La escasez</li> <li>• Que bienes hay que producir y en qué cantidad</li> <li>• La demanda</li> <li>• La oferta</li> <li>• El equilibrio de mercado</li> </ul>
<b>#2 Beneficio o Pérdida – La cuenta de Pérdidas y Ganancias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Aproximación a la idea de resultado de un periodo</li> <li>• Presentación: la cuenta de Pérdidas y Ganancias</li> </ul>
<b>#3 ¿Qué tengo? ¿Qué debo? – El balance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido del balance</li> <li>• Ordenación del balance</li> <li>• Agrupación de las cuentas del balance</li> <li>• Ejemplo de balance y cuenta de Pérdidas y Ganancias</li> </ul>
<b>#4 Los Costes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los costes y la contabilidad financiera</li> <li>• Clasificación de los costes</li> <li>• Sistemas de costes</li> <li>• El punto de equilibrio</li> </ul>
<b>#5 Analisis de los Estados Financieros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción</li> <li>• Análisis del balance</li> <li>• Análisis de la cuenta Pérdidas y Ganancias</li> </ul>

## Curso de estudio de mercado

Con el desarrollo de este curso se pretende identificar los nichos y las oportunidades de mercado que tienen los microempresarios para una comercialización de bienes y servicios exitosa, además de reconocer a sus clientes y satisfacerlo de acuerdo a sus necesidades. Un buen análisis de la competencia puede ayudar mucho a desarrollar mejores estrategias. Ya que cuanto mejor conozcamos a la competencia mejor vamos a poder definir nuestras propias ventajas competitivas.

### Red de aprendizaje



### Unidades de aprendizaje

TEMAS	CONTENIDO
#1 ¿Qué es el mercado?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepto</li><li>• Tipos de mercado</li><li>• La otra cara del mercado: la competencia</li></ul>
#2 Investigación de mercado	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definición de Investigación de mercado</li><li>• Objetivos</li><li>• Beneficios de la investigación de mercado</li></ul>
#3 ¿Qué son los clientes?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepto</li><li>• Los clientes tienen diferentes necesidades</li><li>• Que necesitan los clientes</li></ul>



## Curso de relaciones interpersonales y negociaciones

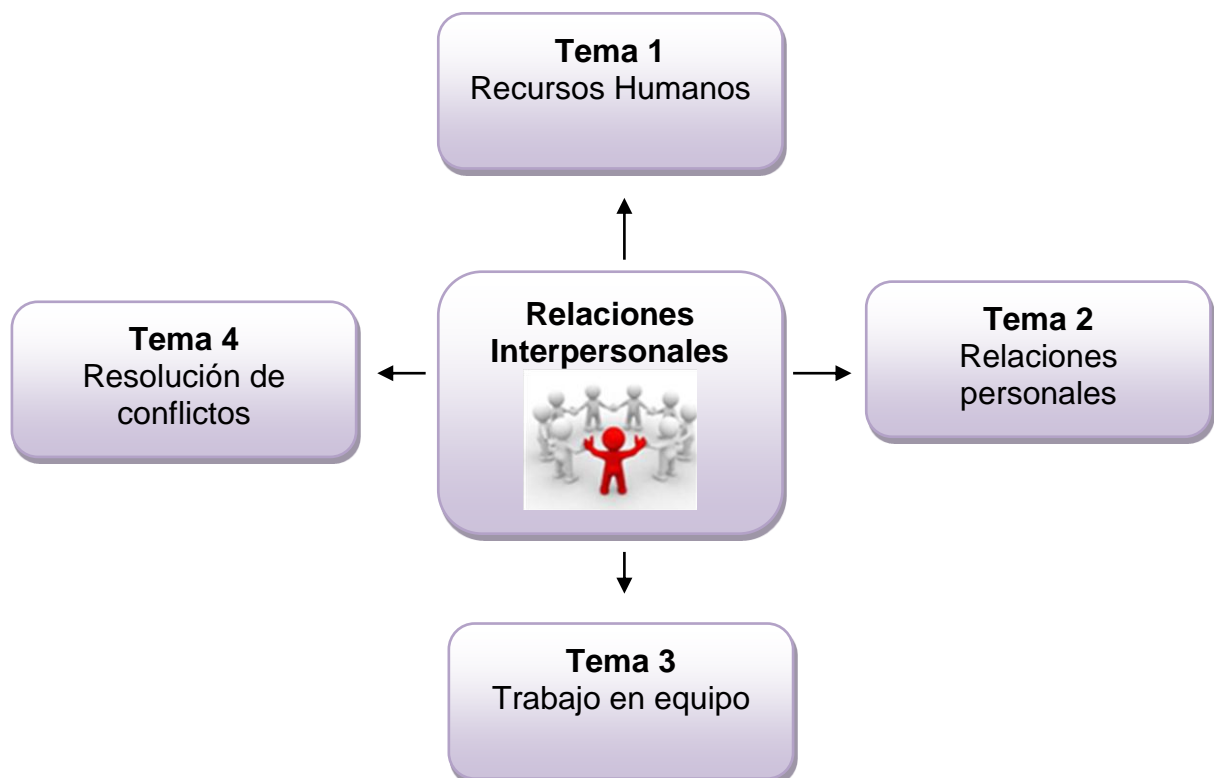
Por naturaleza el ser humano es un ser eminentemente social, que se desenvuelve en un entorno con individuos de distintas características que se interrelacionan buscando fines comunes, es por ello la importancia del curso de Relaciones Interpersonales, que puede reforzar muchas veces interacciones problemáticas. Así, las partes involucradas se ven en la necesidad de comunicar y negociar de manera efectiva.

El curso de relaciones interpersonales y negociaciones, busca aportar un conjunto de criterios en instrumentos orientados al manejo positivo de los conflictos, desde la perspectiva del respeto y la búsqueda de acuerdos sostenibles y cooperantes.

Es necesario identificar conflictos interpersonales en la organización para su adecuado manejo con el objetivo de mejorar estas relaciones internas y externas del negocio e incrementar la productividad y competitividad.

Los temas de este curso se expresan a continuación:

### Red de aprendizaje



## Unidades de aprendizaje

TEMAS	CONTENIDO
#1 Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concepto</li><li>• Importancia del recurso humano en el negocio</li><li>• Relación con los miembros del negocio</li></ul>
#2 Relaciones personales	<ul style="list-style-type: none"><li>• Características de las relaciones personales</li><li>• ¿Cómo negociar de manera efectiva?</li><li>• Experiencia compartida</li><li>• Confianza</li></ul>
#3 Trabajo en equipo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trabajo en equipo en las empresas</li><li>• Ventajas del trabajo en equipo</li><li>• Desventajas del trabajo en equipo</li><li>• Importancia</li></ul>
#4 Resolución de conflictos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Definición de conflicto</li><li>• Conflictos interpersonales</li><li>• ¿Cómo entender las emociones negativas?</li><li>• Estrategias para solucionar conflictos</li></ul>

## CONCLUSIONES DEL MANUAL

Los manuales administrativos son indispensables en cualquier organización, constituyen herramientas administrativas en este caso un análisis de la situación actual del mercado y un capítulo que brinda nuevas ideas de negocios innovadoras que serán de gran aporte y guía para los microempresarios del cantón Milagro.

Los temas que se desarrollan en este manual son de vital importancia para los emprendedores ya que se amplían contenidos sobre administración básica y las funciones que todo administrador debe realizar, así como las fases del proceso administrativo para una adecuada planeación que lo conllevaran al cumplimiento de sus objetivos empresariales.

Este manual establece un plan de capacitaciones cuyos contenidos son muy importantes ya que se habla sobre la economía, los estados financieros que todo negocio por pequeño que sea debe hacer ya que de esta manera se observa si un negocio está siendo rentable o no, es decir, si genera pérdidas o ganancias.

Otro de los temas que se desarrollan es el estudio de mercado el cual busca identificar los nichos y las oportunidades de mercado así como la competencia y de esta manera podamos definir las ventajas que le diferencian de los demás negocios que existen en el mercado.

Es necesario además identificar los potenciales clientes para poder ofrecer un producto-servicio que satisfaga sus necesidades, es por esto que estos temas son de suma relevancia en el plan de capacitaciones.

### 5.7.1 Impacto

La creación de este manual administrativo pretende contribuir al desarrollo microempresarial del casco comercial de la ciudad de Milagro, y a extender el abanico de posibilidades de negocios, con el propósito de descongestionar algunas actividades comerciales que son llevadas a la práctica por muchos microempresarios de esta ciudad de Milagro, además este manual, sirve de guía y de gran aporte para los emprendedores que comercializan sus diversos productos e incluso aquellos que aún no poseen su negocio propio pero tienen la iniciativa de hacerlo ya que se ofrece diversas ideas de negocios con las cuales pueden empezar en esta actividad.

A continuación se demuestra los beneficios que se obtendría con la aplicación de este manual:

**Cuadro 17. Impacto**

<b>Temas del Manual</b>	<b>Contribución</b>
<b>Análisis de la situación actual del casco comercial de la ciudad de Milagro</b>	Permitirá conocer a los emprendedores que negocios se encuentran saturando el mercado
<b>Capacitación acerca de los aspectos legales de un negocio</b>	Ofrecerá información sobre cuáles son las normativas legales a las que todo negocio por pequeño que este sea se debe registrar.
<b>Desarrollo de nuevas ideas de negocios</b>	Mejorará las expectativas y los resultados financieros de los microempresarios del casco comercial del cantón con la propuesta de nuevos negocios que diversifiquen los giros de negocio del mercado
<b>Capacitación a microempresarios</b>	Aportará al conocimiento de los propietarios de estos pequeños o medianos negocios acerca de sus obligaciones, capacidades y alcance, respecto al funcionamiento del mismo.

**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

### 5.7.2 Cronograma

**Cuadro 18.** Cronograma

Actividades	Año 2014																			
	Semanas																			
	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Revisión de Tema del Proyecto	■	■																		
Revisión de la problematización			■	■																
Desarrollo del Capítulo I					■	■														
Revisión del problema							■													
Desarrollo del Marco Referencial Capítulo II									■	■	■									
Revisión del Marco Referencial											■									
Desarrollo del Marco Metodológico Capítulo III											■									
Revisión del Marco Metodológico											■									
Desarrollo del Analisis e Interpretación de Resultados Capítulo IV												■	■	■						
Revisión del Analisis e Interpretación de Resultados													■	■						
Desarrollo de la Propuesta Capítulo V														■	■	■				
Revisión de la Propuesta																■	■			
Entrega del Proyecto																		■	■	

**Fuente:** Cronograma de actividades  
**Elaborado por:** Lilibeth Aguiño

### **5.7.3 Lineamiento para evaluar la propuesta**

Esta propuesta puede ser medida de acuerdo a los objetivos, los mismos que intentan renovar algunas expectativas que se propone, entre los cuales se busca realizar un manual administrativo en donde se observen herramientas útiles para los microempresarios de la ciudad de Milagro con el propósito de contribuir a la mejora de sus ingresos. La evaluación que podría darse a este manual depende del punto de vista de otros investigadores. El manual ha sido desarrollado y puede observarse dentro del capítulo V de este trabajo.

Otro de los fines que tiene este proyecto de investigación es el de analizar las microempresas saturadas por los comerciantes informales que existen en el casco comercial, esto comprende uno de los capítulos del manual administrativo, para ello se realizó una encuesta en la cual los microempresarios identificaron a los negocios que para ellos se encuentran sobredimensionados en el mercado, respecto al volumen de negocios, mencionando entre ellos las tiendas, locales destinados a la venta de cd, ropa, zapatos y locales de comida, etc.

Además de informar al microempresario sobre las leyes y normativas que todo negocio debe observar, es otro de los objetivos que busca esta propuesta por lo que se expuso en el manual todo lo referente a las políticas legales respectivas para la creación o ejecución de cualquier microempresa. Entre los problemas que se recopiló del tema planteado se encuentra que la mayoría de los microempresarios manejan solo una línea de negocio es por ello que se plantea nuevas ideas que podrían ofrecer diversas alternativas a los microempresarios para renovar el mercado del cantón brindando beneficios tanto al comerciante como al consumidor, estas ideas se encuentran inmersas dentro del manual.

Así mismo las capacitaciones generaran un valor agregado para los microempresarios y por ello, es indispensable que ellos adquieran conocimientos acerca del manejo de un negocio, la competencia, las relaciones interpersonales y los distintos temas que se encuentran en el plan de capacitaciones cuyos contenidos son de vital importancia dentro del manual. Para obtener resultados positivos se debe cumplir con las sugerencias que se propone como el plazo, los temas y el contexto de las capacitaciones.

## CONCLUSIONES

En el sector de las microempresas nos encontramos con emprendedores que toman el riesgo de crear su propio negocio sin contar con un análisis que demuestre que éste será viable. He aquí el problema generalizado de estos emprendedores que no cuentan con una información confiable acerca de la demanda existente y saturan el nicho de mercado comercializando bienes que otras microempresas ya lo realizan, en pequeñas, medianas y grandes cantidades.

El desarrollo de la presente tesis ha permitido conocer, estudiar y analizar las microempresas comerciales de la ciudad de Milagro obteniendo las siguientes conclusiones:

Las microempresas comerciales que crecen de manera sobredimensionada en un pequeño nicho de mercado limitan las oportunidades de ingreso a otros microempresarios, debido a que el crecimiento considerable de la competencia produce a la mayoría de ellos que sus niveles de efectivo sean bajos restringiendo el progreso de su negocio.

Los clientes no son leales, por lo tanto, los microempresarios que desearan ingresar al mercado no tendrán inconvenientes con la lealtad de clientes hacia otros negocios, siempre y cuando se utilicen estrategias asertivas para la comercialización del producto que ofrece, sin embargo el problema mayor no sería éste, sino, el mantener una cartera de clientes cautivos.

Con la existencia de una sobreoferta en el mercado disminuyen las oportunidades para los comerciantes de tener niveles altos de reinversión, lo cual les impedirá invertir de nuevo en su negocio y por consiguiente reduce de manera significativa su desarrollo microempresarial.

En el mundo de los negocios es importante estar en constante innovación y generar un valor agregado al bien o servicio que ofrecen, esto les permitirá generar una ventaja competitiva frente a los demás, sin embargo, el conocimiento empírico no es suficiente para satisfacer esta deficiencia, por lo cual el microempresario deberá auto

educarse o tomar cursos de capacitación con personas profesionales, para generar mejores expectativas para sus clientes y para sí mismo.

La diversificación de los productos que ofrecen las microempresas incrementaran sus expectativas de éxito, es por ello que se planteó en el desarrollo de la propuesta diversas ideas que los emprendedores podrían adicionar o convertirlas en negocios que con una administración adecuada podrán mantenerse en el mercado.



## RECOMENDACIONES

- ✚ Realizar capacitaciones constantes a los microempresarios sobre una correcta administración y estudios de mercado que les permita reconocer a la competencia y el entorno en el que se desenvuelven, esto podría realizarlo la Universidad por medio de su programa de Vinculación con la Colectividad, u otras instituciones públicas que tengan que ver con el desarrollo micro empresarial y por último podrían tomar esta responsabilidad empresas con o sin fines de lucro, siempre buscando el crecimiento cognitivo del emprendedor a favor de sus intereses comerciales y financieros.
- ✚ El microempresario debe ofrecer un excelente servicio al cliente para que además de vender productos el cliente se sienta conforme con el trato que recibe, ya sea en la venta o post venta.
- ✚ Que los emprendedores busquen proveedores eficientes respecto al costo de adquisición, para que los productos que se ofrecen sean de bajo costo y estén al acceso de los clientes sin descuidar una excelente calidad.
- ✚ Los microempresarios deben realizar periódicamente un balance que les permita conocer los resultados de las ventas con el objetivo de estar al tanto si su negocio le está generando pérdida o ganancia y con esto estar en constante innovación de su negocio reinvertiendo y mejorando la imagen de su establecimiento.
- ✚ Aprovechar el beneficio de la propuesta de brindar nuevas ideas de negocios con el objetivo de diversificar los productos que se comercializan en el casco comercial de la ciudad de Milagro y mantener la expectativa de los potenciales clientes en lo que se refiere a la calidad del producto o servicio.
- ✚ Que instituciones públicas creen programas de mejoramiento continuo en lo referente a las actividades micro empresariales, pero con el complemento de realizar un seguimiento a mediano plazo, no a corto plazo, es decir no en un año, sino de uno a tres años, para asegurar el cumplimiento de las expectativas de los micro empresarios.

## Bibliografía

Barajas, L. (2007). Microempresa. MegaVida. Cinco pasos para una gran vida a través de tu pequeña empresa. Thomas Nelson Inc.

Biasca, R. (2001). Somos Competitivos. Analisis estrategico para crear valor. Barcelona: Ediciones Granica S.A.

Corona, C. (13 de Enero de 2009). Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-empresa-organigrama-clasificacion/empresa-historia-definicion>

Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales: Lecciones Extraídas de Empresas y Organizaciones de la Sociedad Civil en Iberoamerica. (2006). IDB.

Joan, T. -S. (2012). Emprendimiento innovador y microempresas en red. Diez ideas para salir de la crisis. UOC.




Msc, Mario Fernández. (s.f.). Estudio del desarrollo productivo y socioeconómico de las pequeñas, medianas y microempresas del cantón Milagro y cantones aldeanos y análisis de factibilidad para Interacción Institucional de Fortalecimiento”.

Romero Luna, I. (2006). Las PYME en la economía mundial. Hacia una estrategia de fomento empresarial. Problemas del desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía.

Servulo, A. (2002). Administracion de pequeñas empresas. Mc. Greaw Hill.

Urbano, D., & Toledano, N. (2008). Invitacion al emprendimiento. Una aproximacion a la creacion de empresas. UOC.

Zanzz, F. (2008). Milagro socioeconómico en cifras. Universidad Estatal de Milagro.

-  Constitución de la República del Ecuador
-  Código Tributario
-  Ley de Régimen Tributario

## Linkografía

ADRIANA.pdf, w. (s.f.). Obtenido de [www.demo.unit/TESISADRIANA.pdf](http://www.demo.unit/TESISADRIANA.pdf)

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/7240/1/AC-ESPEL-CAI-0352.pdf>.  
(s.f.).

<http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/5124>. (s.f.).

<http://www.infopyme.com/Docs/GT/Tecnicos/pdf/0044.pdf>. (s.f.). Obtenido de  
<http://www.infopyme.com/Docs/GT/Tecnicos/pdf/0044.pdf>

<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/743537/-1/Microempresas>, \_\_.-J.-  
N. (2008).

<http://www.planificacion.gob.ec/senplades-resalta-papel-de-la-transformacion-de-la-matriz-productiva-en-un-foro-de-la-cfn/>. (s.f.).

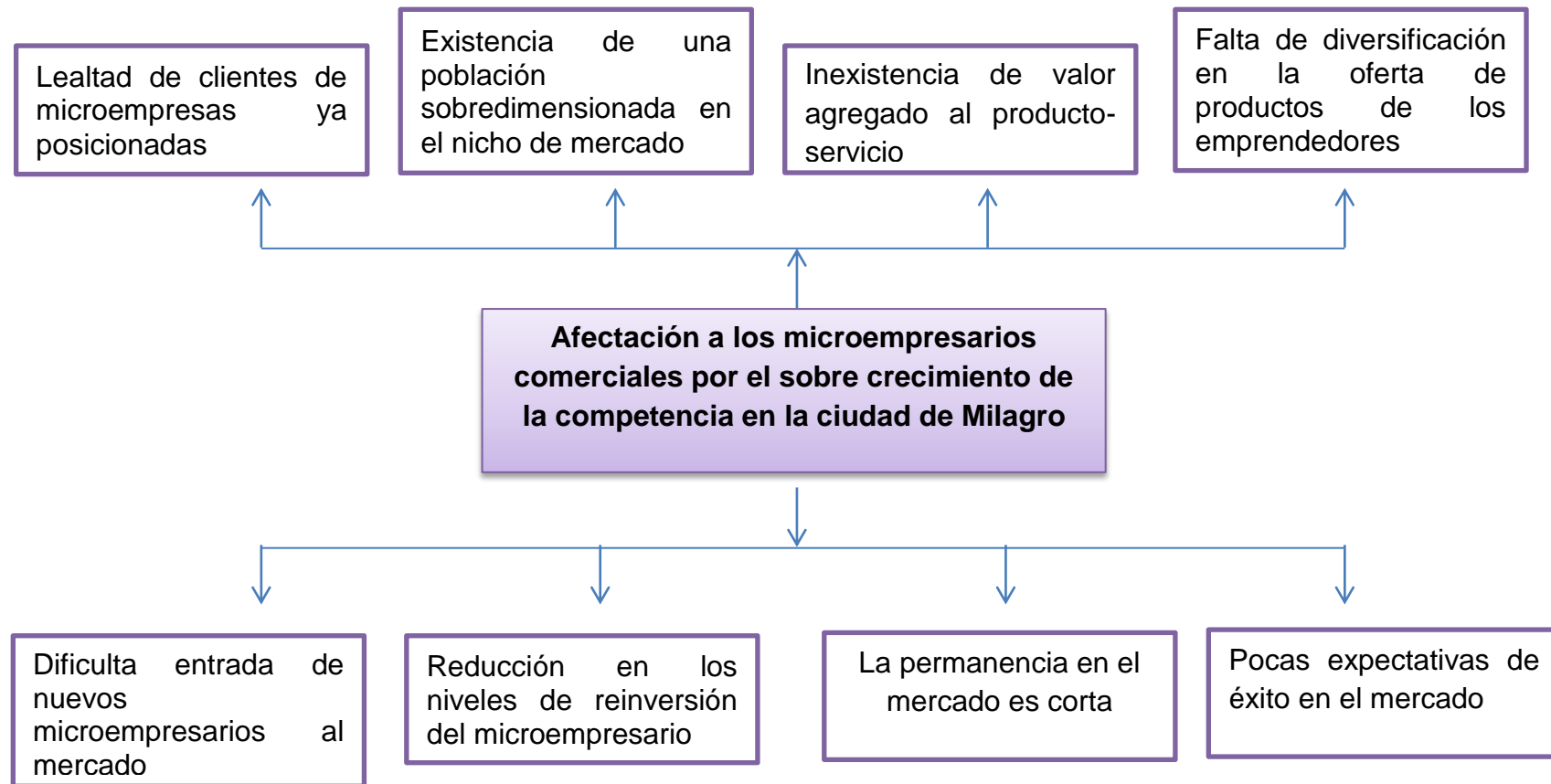
<http://www.produccion.gob.ec/transformacion-de-matriz-productiva-se-expone-en-congreso-internacional-de-alineacion-estrategica/>. (s.f.).

*Servicio de Rentas Internas*. (s.f.). Obtenido de [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec)

# ANEXOS

**Anexo 1. Árbol del problema**

**ESTUDIO DE CÓMO AFECTA A LOS EMPRENDEDORES DE PEQUEÑOS NEGOCIOS COMERCIALES EL CRECIMIENTO DESMEDIDO DE LA COMPETENCIA EN LA CIUDAD DE MILAGRO.**



Anexo 2.



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

**Objetivo:** Esta encuesta está dirigida a los microempresarios de la ciudad de Milagro, para identificar el crecimiento que ha tenido estos negocios.

**Indicaciones:** Sírvase por favor contestar de manera respetuosa.

**Datos Personales:**

**Edad**

18-25   
26-35   
36-45   
45 o más

**Nivel de educación**

Primaria   
Secundaria   
Superior   
Ninguno

**Género**

Masculino   
Femenino

**1. ¿Usted cree que la competencia en el mercado que se desenvuelve ha crecido?**

Normalmente ( ) De manera desmedida ( ) Poco crecimiento ( )

**2. Si ha crecido desmedidamente, en que lo ha afectado más: (escoja 2)**

Imposibilidad de contratar empleados   
Mantener inventario en niveles bajos   
Imposibilidad de remodelación o mejoramiento del espacio físico   
Tener bajos o nulos niveles de efectivo disponible en la banca o en el hogar

**3. ¿Qué porcentaje de sus clientes cree que le son leales a su negocio?**

0-25% ( ) 26%-50% ( ) 51%-75% ( ) 76%-100% ( )

**4. Usted cree que el mayor problema o uno de las importantes para emprender un negocio es: (escoja 1 opción)**

La lealtad de clientes a otros negocios \_\_\_\_\_  
Capacidad financiera para la inversión inicial \_\_\_\_\_  
La competencia \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_

**5. ¿La reducción o poca reinversión en su negocio se debe específicamente al alto nivel de competencia?**

Sí ( ) No ( ) Tal vez ( )

**6. ¿Los niveles de ingresos obtenidos le permiten modernizar su negocio?**

Mucho  Poco  Nada

**7. ¿Qué labores ha realizado con el propósito de modernizar su negocio?**

Ha creado o mejorado una página web ( )  
Adquisición de última tecnología ( )  
Remodelación de lugar dando una nueva imagen ( )  
Ninguna de las anteriores ( )

**8. Califique usted la importancia de dar un excelente servicio al cliente para mantenerse vigente en el mercado**

Poco importante ( ) Medianamente importante ( ) Muy importante ( )

**9. ¿Cuáles han sido las acciones que ha realizado para generar un valor adicional a su producto-servicio?**

Brinda servicio post-venta \_\_\_\_\_  
Obsequia siempre algún detalle \_\_\_\_\_  
Capacita al personal sobre servicio al cliente \_\_\_\_\_  
Ninguna de las anteriores \_\_\_\_\_

**10. ¿Qué tiempo usted tiene en el mercado?**

1 a 5 años   
6 a 10 años   
Más de 10 años

**11. ¿Usted mantiene una sola línea de negocio? ¿Cuáles son estas?**

Sí  No  \_\_\_\_\_

**12. ¿Cree usted que incrementar líneas de negocios o productos-servicios mejorarán sus ingresos?**

Desacuerdo \_\_\_\_\_ De Acuerdo \_\_\_\_\_ Totalmente de acuerdo \_\_\_\_\_

**13.- ¿Qué otro tipo de producto diferente al actual, Ud. Incrementaría en su negocio?**

\_\_\_\_\_

Anexo 3. Modelo de permiso anual



\*\*\*\*\*  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

MES SEP	DÍA 05	AÑO 2014	CAJA No.	No.	000024929
---------	--------	----------	----------	-----	-----------

**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**  
PAREDES SANCHEZ LISTER MARIANO

<b>CONTRIBUYENTE</b> Dirección HUMBERTO CENTANARO(CDLA LA PRADERA)	CÉDULA - R.U.C. - CÓDIGO CATRAL 0918221458001	CÓDIGO TRANSACC. <b>PAT</b>
---	--	--------------------------------

**PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2014**

TITULO DE CREDITO No. T 2341

- P : 7153  
 NOMBRE : TALLER AUTOMOTRIZ MARIANO  
 ECON. : ACTIVIDADES DE REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES , CARBUF  
 VALUO : 6,000.00

IMP. PATENTE	0.00
REG. SANITARIO	0.00
FORMULARIOS	0.00
EMISION	1.00

Interes : 0.00    Multa: 0.00    Coactiva: 0.00

VALIDO: De ENERO a DICIEMBRE 2014 (12 meses)

VALOR RECIBIDO

EFFECTIVO	\$. *****1.00
CHEQUES	\$. *****0.00
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$. *****1.00</b>



PAGADO

05 SEP 2014 15:19:37  
 FUENTES  
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

  
 DIRECTOR FINANCIERO

  
 TESORERO MUNICIPAL

  
 JEFE DE RENTAS

DIRECCIÓN FINANCIERA - TESORERÍA

CONTRIBUYENTE



Anexo 4. Modelo de permiso de funcionamiento

**Empresa Pública  
Cuerpo de Bomberos de Milagro**

**COMPROBANTE  
DE INGRESO A CAJA**

MES: Julio AÑO: 2014 CAJA No. 7893

Dirección: **PEREDES SANCHEZ LISTER MARIANO**  
CONTRIBUYENTE: **CDLA. LA PRADERA NARANJITO Y HUMBERTO CENTAN** Cedula de Identificación: **0918221458004** CODIGO TRANSACC: **7893**

**CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO  
TASA POR SERVICIO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS**

TITULO DE CREDITO No. <b>3615 Q</b>		AÑO <b>2014</b>	VALOR RECIBIDO
Actividad	ARTESANOS CALIFICADOS		EFFECTIVO <b>3.17</b>
Razón Social	TALLER AUTOMOTRIZ MARIANITO		CHEQUES <b>0.00</b>
Inicio Act	15 DIC 2013		N/C y/o TRANSFER <b>0.00</b>
Rubros	Valor	Tipo de Riesgo	TOTAL RECIBIDO <b>3.17</b>
PERMISO	1.50	ALTO	
COSTO DE EMISION	1.40		
Nominal	Descuentos	Interes	
2,9	0.00	0.27	
Coactiva	Abono	Mora	Liquidación
0.00	0.00	0.00	7893

Titulo Válido Hasta, el 31 de Diciembre del 2014

Director Financiero 	Tesorero 
--	---

RECAUDACIÓN

**17 JUL 2014**


NMIRANDA

**17 JUL 2014**

CAJA

SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

## Anexo 5. Formulario de solicitud de patente



\*\*\*\*\*  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
**SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

**Solicitud para Registro de Patente**

**Especie Valorada \$ 1.00**

**Nº 019225**

PRIMERA VEZ       RENOVACIÓN

<b>DATOS DEL CONTRIBUYENTE</b>				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
<b>APELLIDOS</b>		<b>NOMBRES</b>		
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	R.U.C.

<b>DATOS DEL SOLICITANTE</b>			
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	MES	DÍA	AÑO
			\$. _____

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

<p><b>ACTIVIDAD</b></p> <p>COMERCIAL <input type="checkbox"/>      INDUSTRIAL <input type="checkbox"/>      OTROS <input type="checkbox"/></p> <p>FINANCIERA <input type="checkbox"/>      ARTESANAL <input type="checkbox"/>      ESPECÍFICO _____</p> <p>ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____</p>	<p style="text-align: center;"><b>PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA</b></p> <p>No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____</p> <p>FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____</p>
--	---

**INFORMACIÓN ESTADÍSTICA**

<p>ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN?</p> <p>SI <input type="checkbox"/>      NO <input type="checkbox"/></p> <p>AGRICULTURA <input type="checkbox"/>      CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/>      INDUSTRIA <input type="checkbox"/></p> <p>COMERCIO <input type="checkbox"/>      PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/>      ARTESANÍA <input type="checkbox"/></p>	<p>CANTIDAD DE TRABAJADORES</p> <p>1 - 20 <input type="checkbox"/>      201 - 501 <input type="checkbox"/></p> <p>21 - 50 <input type="checkbox"/>      MAS DE 501 <input type="checkbox"/></p> <p>51 - 200 <input type="checkbox"/></p>
---	--

<p style="font-size: x-small;">DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRUCTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUNARIAS PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSIDADES.</p> <p>SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL _____</p>	<p style="text-align: center;"><b>NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)</b></p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">LIQUIDADADO POR: _____</td> <td style="width: 50%;">RELIQUIDADADO POR: _____</td> </tr> </table>	LIQUIDADADO POR: _____	RELIQUIDADADO POR: _____
LIQUIDADADO POR: _____	RELIQUIDADADO POR: _____		

**OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:**

1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.

2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

# Plagio Urkund

**URKUND**
List of sources

**Document** [Proyecto\\_de\\_grado\\_Lilibeth\\_Aguiño.docx](#) (D11717661)

**Submitted** 2014-10-06 13:22 (-05:00)

**Submitted by** lisy246@gmail.com

**Receiver** fgaiborv.unemi@analysis.orkund.com

**Message** Tesis Aguiño [Show full message](#)

1% of this approx. 43 pages long document consists of text present in 1 sources.

<input type="checkbox"/>	<a href="#">TFESIS ADRIANA GUALLI.pdf</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">TFESIS ELLANNY ZAMBRANO.doc</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="http://www.mailxmail.com/curso-empresa-organigrama-clasificacion/empresa-historia-definicion">http://www.mailxmail.com/curso-empresa-organigrama-clasificacion/empresa-historia-definicion</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1030/1/TFESIS_FINAL.pdf">http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/1030/1/TFESIS_FINAL.pdf</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="http://culturaycivilizacioninternacional.blogspot.com/2011/06/de-donde-es-este-texto-cuando-se.html">http://culturaycivilizacioninternacional.blogspot.com/2011/06/de-donde-es-este-texto-cuando-se.html</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="http://www.planificacion.gob.ec/senplades-resalta-papel-de-la-transformacion-de-la-matriz-productiva-en-un-foro-de-la-cfn/">http://www.planificacion.gob.ec/senplades-resalta-papel-de-la-transformacion-de-la-matriz-productiva-en-un-foro-de-la-cfn/</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="http://www.produccion.gob.ec/transformacion-de-matriz-productiva-se-expone-en-congreso-internacional-de-alineacion-es-...">http://www.produccion.gob.ec/transformacion-de-matriz-productiva-se-expone-en-congreso-internacional-de-alineacion-es-...</a>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<a href="#">exposicion microeconomia.docx</a>	<input type="checkbox"/>
<b>Sources not used</b>		

0 Warnings
Reset
Export
Share

96%

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO: “

ESTUDIO

DE CÓMO AFECTA A LOS EMPRENDEDORES DE PEQUEÑOS NEGOCIOS COMERCIALES EL CRECIMIENTO DESMEDIDO DE LA COMPETENCIA EN LA CIUDAD DE MILAGRO”. AUTORA: AGUIÑO GUAPI LILIBETH JENNY OCTUBRE 2014

MILAGRO ECUADOR CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO: Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el

Tema de “Estudio de cómo afecta a los emprendedores de pequeños negocios comerciales el crecimiento desmedido de la competencia en la ciudad de

Milagro”, presentado

como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero Comercial.

El

mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema. Presentado por la Egresada:

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi C.I. 0940127228 TUTOR \_\_\_\_\_ Econ. Franklin Gaibor

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN Yo,

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi egresada en la carrera de Ingeniería Comercial, por medio de este documento, entrego el proyecto de investigación: “Estudio de cómo afecta a los emprendedores de pequeños negocios comerciales el crecimiento desmedido de la competencia

Urkund's archive: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO / Proyecto\_c3t.docx 96%

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO: “

ESTUDIO

DE CÓMO AFECTA A LOS EMPRENDEDORES DE PEQUEÑOS NEGOCIOS COMERCIALES EL CRECIMIENTO DESMEDIDO DE LA COMPETENCIA EN LA CIUDAD DE MILAGRO”. AUTORA: AGUIÑO GUAPI LILIBETH JENNY

MILAGRO ECUADOR CERTIFICADO DE ACEPTACION DEL TUTOR En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO: Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el

Tema de “Estudio de cómo afecta a los emprendedores de pequeños negocios comerciales el crecimiento desmedido de la competencia en la ciudad de

Milagro”, presentado

como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniero Comercial.

El

mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema. Presentado por la Egresada:

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi C.I. 0940127228 TUTOR \_\_\_\_\_ Econ. Franklin Gaibor

DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION Yo,

Lilibeth Jenny Aguiño Guapi egresada en la carrera de Ingeniería Comercial, por medio de este documento, entrego el proyecto de investigación: “Estudio de cómo afecta a los emprendedores de pequeños negocios comerciales el crecimiento desmedido de la competencia