

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

FACULTAD DE ECONOMÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA:

**“ESTUDIO DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS
COMERCIANTES MINORISTAS EN LA CIUDAD DE MANTA
DURANTE EL PERIODO 2010 - 2015”**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Economista

Autor

WILLIAM MACÍAS ZAMBRANO

Tutor


Dra. Marjorie Calderón Zamora

Manta, Octubre 2017

IDENTIFICACIÓN DEL EGRESADO

NOMBRES:	William Oswaldo	
APELLIDOS:	Macías Zambrano	
NACIONALIDAD:	Ecuatoriana	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta	
FECHA DE NACIMIENTO:	27 de Julio de 1984	
CEDULA DE IDENTIDAD:	130898465-5	
ESTADO CIVIL:	Casado	
TELEFONOS:	0997896736	
CORREO ELECTRONICO	will-i-am-17@hotmail.com	
RESIDENCIA:	Manabí/Manta/Manta	
DIRECCION DOCIMICILIO:	Avenida 30 y calle 16	
TITULOS ACEDEMICOS	Bachillerato en Fisico-Matematico	
ESTUDIOS ACTUALES:	Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Facultad de Comercio Exterior y Negocios Internacionales	
EXPERIENCIA LABORAL:	Banco Guayaquil (Cajero y cajero facturador, operador ATM, cámara de compensación) desde el 2005 a la actualidad.	
ACTIVIDADES ACTUALES:	Gestor – Departamento Banco del Barrio (Banco Guayaquil)	
INTENCIONALIDAD E INTERESES CON EL PROYECTO DE GRADO	Conocer y proponer metodologías a los diferentes comerciantes de la ciudad de Manta sobre el emprendimiento empresarial.	

IDENTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE PROYECTO DE GRADO

NOMBRES:	Marjorie Jessenia	
APELLIDOS:	Calderón Zamora	
NACIONALIDAD:	Ecuatoriana	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta	
FECHA DE NACIMIENTO:	3 de junio de 1980	
CEDULA DE IDENTIDAD:	130999970-2	
ESTADO CIVIL:	Unión Libre	
TELEFONOS:	0982347292	
CORREO ELECTRONICO	marjoriecz@hotmail.com	
RESIDENCIA:	Manabí/Manta/Manta	
DIRECCION DOCIMICILIO:	Calle 13 avenida 23 y 24	
FORMACIÓN ACEDÉMICA	<p>Nivel Superior:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniera en Comercio Exterior- Uleam • Maestría en Finanzas y Comercio Internacional – Universidad del Mar de Chile / Uleam • Especialista en Diseño Curricular por Competencia – Universidad del Mar de Chile • Doctora en Pedagogía – Universidad de Holguín en Cuba 	
EXPERIENCIA PROFESIONAL:	<p>Nivel Primario</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesora de Inglés en la Unidad Educativa Julio Pierregrosse <p>Nivel Secundario</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesora de Inglés y Valores en el Colegio Juan Montalvo <p>Nivel Superior</p> <p>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carrera de Economía • Carrera de Marketing • Carrera de Comercio Exterior • Gestión en Vicerrectorado Académico 	
PRINCIPALES CURSO Y SEMINARIOS:	<p>Capacitación para años básicos universitarios: Panu</p> <p>Capacitación sobre Programa de Formación de Formadores en Responsabilidad Social Empresarial</p> <p>Capacitación en Pedagogía y Didáctica</p> <p>Capacitación del SNNA</p> <p>Capacitación para de Autoevaluación y Rediseño Curricular</p>	
ROL EN EL PROYECTO DE GRADO	Guía, asesora y tutora de Trabajo de Titulación	

NOTA DEL PROYECTO DE GRADO

En la ciudad de Manta, en las instalaciones de la Carrera de Economía de la ULEAM, a los días del mes de _____ del año _____, a las __h__, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento de Grado, se presentó a defender su Proyecto de Investigación: “ESTUDIO DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA CIUDAD DE MANTA DURANTE EL PERIODO 2010 - 2015” para obtener el título de Tercer Nivel de **ECONOMISTA** del estudiante WILLIAM MACÍAS ZAMBRANO

Una vez examinado sobre el tema se hacen acreedores a las siguientes notas:

- Promedio de 1ero a 9no semestre: (70%) (_____)
- Nota del Trabajo de Titulación: (30%) (_____)
- Nota Final de Grado: (100%) (_____sobre diez)

Para constancia de lo actuado firman:

Dr. Fabián Sánchez Ramos
DECANO DE LA FACULTAD

Dra. Marjorie Calderón Zamora
DIRECTOR DEL PROYECTO DE GRADO

(Abg. Washington Zambrano Vélez)
MIEMBRO TRIBUNAL 1

(Econ. Carlos Moya Joniaux)
MIEMBRO TRIBUNAL 2

(Ing. Gladys Cedeño Murillo)
MIEMBRO TRIBUNAL 3

Lcda. Lidia García
SINDICO(SECRETARIA) DE LA
FACULTAD

DECLARACIÓN

Yo WILLIAM MACÍAS ZAMBRANO, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado titulado “ESTUDIO DEL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA CIUDAD DE MANTA DURANTE EL PERIODO 2010 - 2015”, ha sido desarrollado por el Sr. WILLIAM MACÍAS ZAMBRANO, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad.

De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los miembros del tribunal de Grado, motivo por el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

Dra. Marjorie Calderón Zamora
TUTORA DEL PROYECTO

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mis padres por su apoyo incondicional, por inculcarme valores, consejos, comprensión, amor y ayuda en los momentos difíciles, que me enseñaron a no rendirme y cumplir con mis objetivos.

Para mi esposa e hija quienes han sido y son mi motivación, inspiración y felicidad.

A mi tutora de proyecto de investigación la Dra. Marjorie Calderón Zamora, que gracias a su conocimiento supo guiarme de la mejor manera para así culminar con mi trabajo.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida.

A mi esposa y amada hija las cuales son el motor de mi vida, gracias por su respaldo y por enseñarme que siempre hay una luz al final del camino.

Mis hermanos por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar.

A mis profesores que durante toda mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación, y en especial a mi tutora la Dra. Marjorie Calderón Zamora.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles por sus consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado.

Índice

1	CAPÍTULO I.....	4
	GENERALIDADES.....	4
1.1	Planteamiento del problema	4
1.2	Objetivos	7
1.2.1	<i>Objetivo general.</i>	7
1.2.2	<i>Objetivo específico.</i>	7
1.3	Justificación	7
2	CAPÍTULO II.....	9
	MARCO TEÓRICO.....	9
2.1	Antecedentes de la investigación.	9
2.2	Referentes teóricos.	13
2.3	Fundamentación legal.	15
2.4	Conceptos básicos que fundamentan la propuesta.....	17
2.5	Hipótesis.....	21
2.6	Variables.....	21
3	CAPÍTULO III.....	22
	DIAGNÓSTICO.....	22
3.1	Situación actual de los comerciantes minoristas en Manta.....	22
3.2	Metodología	22
3.3	Población de muestra.....	24
3.4	Recolección de información	26
3.5	Procedimiento de la información.....	27
3.5.1	Análisis.....	28
4	CAPÍTULO IV	46
	DISEÑO DE UNA PROPUESTA PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA CIUDAD DE MANTA	46
4.1	Plan de actividades.....	46
4.1.1	Descripción del procedimiento para aplicar las actividades	47
4.1.2	Estudio económico	49
4.1.3	Determinación de recursos	49
4.1.4	Cronograma de ejecución	51
4.1.5	Método de evaluación.	52
5	CONCLUSIONES	53
6	RECOMENDACIONES	54

7	BIBLIOGRAFÍA.....	55
Tabla 1	28
Tabla 2	29
Tabla 3	30
Tabla 4	31
Tabla 5	32
Tabla 6	33
Tabla 7	34
Tabla 8	35
Tabla 9	36
Tabla 10	37
Tabla 11	38
Tabla 12	39
Tabla 13	40
Tabla 14	41
Tabla 15	42
Tabla 16 - Presupuesto de capacitación.....		50
Gráfico 1	28
Gráfico 2	29
Gráfico 3	30
Gráfico 4	31
Gráfico 5	32
Gráfico 6	33
Gráfico 7	34
Gráfico 8	35
Gráfico 9	36
Gráfico 10	37
Gráfico 11	38
Gráfico 12	39
Gráfico 13	40
Gráfico 14	41
Gráfico 15	42
Fotografía 1 - Despensa de un comerciante.....		57
Fotografía 2 - Entrevista aplicada a una de comerciante.....		57
Fotografía 3 - Despensa de un comerciante.....		58
Fotografía 4 - Entrevista a una de las comerciantes.....		58

INTRODUCCIÓN

Este trabajo investigativo trata de ofrecer diferentes alternativas para mejorar el estilo de vida de las personas que viven en nuestra ciudad, ya que actualmente si no existe la innovación no habrá superación para nuevos emprendimientos.

Se prevé que las personas empiecen a desarrollar sus habilidades y destrezas en un mundo globalizado, en donde la raíz del desarrollo y crecimiento va de la mano del saber aprovechar las fuerza productiva que se posee.

Las personas de Latinoamérica en su mayoría ya no se ven en la necesidad de depender de alguien para lograr sus objetivos, países en auge como Brasil, Colombia, Perú y otros, buscan alternativas para que surjan nuevas ideas de negocios que crezcan y sean un bien en común para la sociedad.

El actual gobierno ecuatoriano promueve mucho el desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento, basado en el Plan Nacional del Buen Vivir y en la Matriz Productiva, pues gracias a esto el país se encuentra en un ranking por lo alto en tener una mayor tendencia a iniciar nuevos negocios, pero sin que estos perduren durante mucho tiempo.

En la ciudad de Manta son muy pocas las iniciativas que tienen las personas en emprender un negocio, sea esta nuevo o mejorado, debido a la falta de ideas, de dinero, de cultura, etc. Por esta razón se dictan charlas para que el analfabetismo emprendedor disminuya.

Se describirá el planteamiento del problema, las causas y efectos que se tendría al realizar esta investigación, obteniendo así la formulación del problema con sus

cuestionamientos, el estudio será delimitado por su grado de complejidad del territorio a analizar.

Es necesario saber y justificar que para esta investigación, la ciudad de Manta requiere fortalecer este mercado para que surjan nuevos negocios y las personas puedan generar sus propios ingresos y mejorar la calidad de vida, con la consecuencia de que se genere un mejor entorno socio económico.

En la segunda parte se analizara desde el punto de vista de varios autores, en donde se reflejara desde su terminología y criterios que ayudaran a esta investigación, con el propósito de generar y formular la hipótesis y sus variables.

Como tercera parte, se explicara la situación actual de los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta y se identificara la metodología con la que se trabajara en esta investigación, para poder concluir en la técnica de investigación como es la encuesta y la entrevista y así obtener la muestra y definir los objetivos planteados.

Y por último en el capítulo IV se realizara un diseño de una propuesta para promover el emprendimiento empresarial de los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta.

1 CAPÍTULO I

GENERALIDADES

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad el reducido número de ideas, de creatividad, de cooperación, de asociatividad entre las personas de la ciudad de Manta, nace una iniciativa de promover distintas alternativas que permitan sobresalir y mejorar las habilidades y destrezas para emprender un negocio empresarial y generar ingresos por cuenta propia.

La ciudad de Manta tiene potencialidades productivas en diversas áreas, sean estas comerciales, pesqueras, artesanales, entre otras, las mismas que pueden ser aprovechadas por sus habitantes, para generar nuevas ideas de negocios que conlleven a impulsar el desarrollo socioeconómico del sector y por ende de sus habitantes, evidenciando de esta forma un futuro prometedor a través del emprendimiento.

La realidad empresarial en América Latina se ve entorpecida por la baja innovación lo indica el Banco Mundial, el comienzo de nuevos negocios basados en la experiencia de los empresarios como pasa en Perú, Bogotá, Sao Paulo, Ciudad de México, poseen en sus propios hogares tiendas o nuevos modelos de negocios, y que de hecho 1 de cada 3 latinoamericanos con empleo trabaja por cuenta propia, son emprendedores que detectan una necesidad y decidieron montar un negocio para satisfacerla, sin embargo de los que toman esa decisión y cada vez son más, son pocos los que logran salir del garaje, es decir que su negocio no crece, no crean nuevas ideas, y a su vez generan pocos empleos. (Banco Mundial , 2013)

América Latina posee una tasa per cápita de empresarios mayor a la de otros continentes, la cantidad de emprendedores sigue siendo muy baja, debido al fuerte control de mercado que

tienen las transnacionales latinoamericanas. Para combatir este problema, la institución internacional recomendó a los gobiernos de la región impulsar políticas que fomenten las pequeñas y medianas empresas, así como crear legislaciones en las que se obligue al sector empresarial a desarrollar proyectos en favor de la innovación y el emprendimiento. (Martinez, 2013)

En Ecuador se enfatiza mucho desde el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir, el tema de que se cultive el emprendimiento desde las aulas preescolares, hasta llegar a obtener el título profesional y crear así sus empresas y/o innovar aquellas existentes.

El Ministerio de Industrias y Productividad, en coordinación con los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales y Provinciales y con Universidades estatales ha implementado hasta el momento un total de 33 Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE) en todo el territorio nacional. Entre los servicios que ofrecen a la ciudadanía los 33 Centros de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (CDEAE) constan la generación de nuevas oportunidades laborales, con miras a un desarrollo económico local de la población. (Ministerio de Industrias y Productividad , 2012)

Ecuador consta entre los 15 países con mayor tendencia a iniciar nuevos negocios. Las fortalezas de sus emprendedores son la juventud y la capacidad de detectar oportunidades del mercado; sus debilidades, la falta de capital y la poca capacitación. Quiero ser mi propio jefe', 'necesito ganar más', 'se me ocurrió una idea genial'... son algunas de las razones por las que los ecuatorianos deciden arrancar un negocio propio. Estas motivaciones han resultado lo suficientemente poderosas como para que el Ecuador sea considerado entre los países más emprendedores del mundo. (IDE BUSINESS SCHOOL, 2011)

Estos son algunos de los datos que se desprenden del informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un proyecto mundial para medir el emprendimiento y diversos indicadores relacionados. En la edición 2015 incluyó el análisis de 62 países; en el caso de Ecuador fue ejecutado por la Espae Graduate School of Management de la Espol. Una de ellas es que la ubicación que tiene Ecuador demuestra que los ecuatorianos tienen lo que los autores del estudio calificaron como "gen del comercio", pero que no necesariamente eso va ligado a que los emprendimientos se consoliden a largo plazo, se desarrollen con propuestas sólidas de innovación aparejadas con políticas públicas eficientes y que dejen una profunda huella en la economía. (EL UNIVERSO , 2016)

Manta por ser una ciudad en que su fuerte es la pesca, y vista por otras zonas costeras como punto de desarrollo a nuevos negocios e inversiones, pero al ser afectada la ciudad por el terremoto del 16 de abril, muchas familias dejaron sus negocios de toda una vida, las que se les complica el retomar la misma o una nueva actividad que les facilite tener sus propios ingresos a largo plazo. Actualmente son muy pocas las iniciativas de las personas a emprender un negocio, sea esta nuevo o mejorado, por falta de ideas, de dinero, o simplemente quiere ser dependiente.

El actual Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta con la ayuda de la Universidad Técnica Particular de Loja, imparte cursos para brindar herramientas para potenciar habilidades emprendedoras, proporcionar y aplicar metodologías ágiles e identificar nuevas propuestas de emprendimiento innovadores. Las más de 500 personas que se capacitaron, cumplieron con la expectativa planteada, con esto, esperan que ese "analfabetismo emprendedor" se vaya erradicando porque las personas tienen la capacidad y la aptitud para emprender y fortalecer sus negocios. (MANTA ALCALDIA , 2016)

Formulación del problema.

¿Existe falta de emprendimiento empresarial en los comerciantes minoristas en la ciudad de Manta?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general.

- Diseñar una propuesta que promueva el emprendimiento empresarial de los comerciantes minoristas en la ciudad de Manta.

1.2.2 Objetivo específico.

- Determinar la problemática del tema a investigar, para la búsqueda de posibles soluciones.
- Recopilar información, que sirvan como base para el desarrollo del tema a investigar.
- Diagnosticar la situación actual de los comerciantes minoristas de Manta para un mejor proceso de información.
- Elaborar una propuesta que permita fomentar el emprendimiento de los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta.

1.3 Justificación

La presente investigación se enfocará en la presentación de un estudio sobre el emprendimiento empresarial en los comerciantes minoristas en la ciudad de Manta, debido a que se requiere fortalecer este mercado para que surjan nuevos negocios y las personas

puedan generar sus propios ingresos y mejorar la calidad de vida, con la consecuencia de que se genere un mejor entorno socio económico.

Hay que tener en cuenta que actualmente han ocurrido desastres naturales los cuales obviamente no se pueden prevenir, por lo cual los habitantes de las distintas ciudades de la provincia de Manabí sobre todo Manta en un gran porcentaje se han quedado sin sus negocios, y se pueden brindar las herramientas necesarias para que se incremente el acto de emprender.

Es así que el presente estudio permitirá determinar los posibles emprendedores potenciales, dando propuestas para fomentar esta actividad en la ciudad de Manta, promoviendo la asociatividad y cooperación de habilidades y destrezas entre los ciudadanos, lográndolo mediante las posibles alternativas de acercamiento con instituciones privadas y públicas al entorno productivo.

2 CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.

Un reto para la construcción de conocimiento.

Es importante destacar la evolución que la temática del emprendimiento ha tenido como campo para la investigación científica y la generación de conocimiento, sin embargo esta temática aún novedosa en el mundo todavía se encuentra en etapa de gestación en países como Colombia, donde su surgimiento se centra básicamente en los últimos diez años, esto en gran medida por los cada vez más exigentes requerimientos de las entidades reguladoras tanto de la educación superior como de la investigación y por otra parte en el resultado de un “boom” del emprendimiento a nivel nacional.

Es durante estos últimos diez años que los gobiernos nacionales y regionales, las entidades privadas, los gremios y por supuesto el sector académico han orientado parte de sus esfuerzos en la difusión y desarrollo de programas enfocados a la generación de nuevas empresas como una importante alternativa para el trabajo en el desarrollo socioeconómico.

Sin embargo, también es importante generar estrategias tanto desde las entidades reguladoras como desde la misma academia para dinamizar este importante trabajo, buscando mejorar los niveles cuantitativos y cualitativos de la investigación en emprendimiento, ya que es a través de ella que se puede encontrar un soporte real y significativo para soportar todas las políticas y programas que se han generado en torno al tema. Investigadores, entidades de educación, sector privado, gobiernos locales, regionales y el gobierno nacional, deben trabajar no sólo en la generación de una cultura que privilegie

el emprendimiento como opción de vida y herramienta de desarrollo, sino como un área de construcción de conocimiento que permita el desarrollo de instrumentos que redunden en beneficios a los nuevos empresarios de la sociedad. (Matiz, 2013)

Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva.

Para educar para el emprendimiento no es suficiente entender los principios y prácticas de los negocios, y conseguir habilidades, atributos y actitudes más allá de lo comercial.

La educación, como elemento complementario del aprendizaje, debe ayudar a que al individuo observe su conducta, a través de mecanismos sociales y cognitivos, para el emprendimiento.

El abordaje del espíritu emprendedor debe ser holístico y no limitarse a fortalecer el papel de la educación superior. El cambio en la educación emprendedora universitaria actual se facilita si el individuo emprendedor no se puede entender exclusivamente desde el concepto de la oportunidad ni de sus características ni de su capacidad para organizar efectivamente, sino mediante la intersección de estos elementos.

Los currículos se elaboran con base en los intereses de los docentes, las instituciones educativas y las políticas públicas, lo que restringe la educación en emprendimiento cuando es la única perspectiva.

La educación actual cumple una función preparatoria en la capacitación para iniciar nuevas empresas, y se distingue de la capacitación sobre el espíritu emprendedor asociado con las características personales en las que puede influir el programa educativo: los valores y actitudes, los objetivos personales, la creatividad, la tendencia a asumir riesgos y el control.

A pesar del consenso sobre la dirección de la educación en este campo, falta un enfoque sistémico del individuo que se va a educar; muchos cursos apenas crean conciencia sobre el espíritu emprendedor como opción profesional, y fomentan actitudes favorables hacia el tema pero no hacia la decisión de acometer acciones emprendedoras. (Tinoco & Pereira Laverde, 2011)

El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes?

¿Qué implicaciones tiene para la formación de empresarios la tesis acerca de la primacía de la oferta sobre la demanda desde un enfoque de competencias? Si la diferenciación que genera la oferta empresarial no depende primordialmente de factores externos sino de condiciones internas, la primera exigencia es el conocimiento de sí mismo: la reflexión sobre las propias experiencias, que permita a individuos y organizaciones convertir en aprendizajes las acciones e interacciones con el entorno.

La cultura del empleo, derivada de la mentalidad burocrática moderna, produjo hábitos contrarios a los que se requieren para desarrollar actitudes empresariales. Una de las consecuencias de la fragmentación del conocimiento y de la organización es la consideración de la empresa al margen de los objetivos de la sociedad; el que hubiera hecho carrera la idea de que la empresa existía únicamente en función de los intereses de los accionistas facilitó esa tendencia.

Como consecuencia, hemos construido visiones independientes del mercado y de la sociedad, que se proyectan en los conflictos funcionales en el interior de las organizaciones y que pueden trasladarse de manera inconsciente a los planes de formación de los programas académicos.

Sin embargo, las transformaciones en las relaciones laborales y el protagonismo que ganan los diferentes stakeholders ¹ en la vida de la organización, obligan a las personas a aprender nuevamente competencias prácticas, que les permitan competir en un ambiente de vínculos volátiles y de cambios acelerados en las condiciones de los mercados. Estas competencias incluyen la capacidad de relacionarse; la comprensión de los juegos de poder en las relaciones; la diferencia entre los objetivos personales, los del equipo y los de la organización, sus límites y las interacciones entre ellos.

El riesgo ya no se concibe como una amenaza sino como una condición del entorno a la que es necesario adaptarse. Hoy, muchas competencias profesionales y sociales se adquieren directamente en los ambientes de trabajo. El tipo de metas que se fijen en las organizaciones o en otros ambientes comunitarios puede facilitar o entorpecer la forja de competencias para el logro de fines colectivos.

La Universidad puede ofrecer una formación apropiada a estas exigencias, mediante el diseño de estrategias didácticas centradas en la formulación de problemas y proyectos, más que en la definición de soluciones, respuestas únicas o procesos lineales.

En lo que se refiere al emprendimiento, la formación técnica tradicional basada en la elaboración de planes de negocios puede alternarse con esquemas de aprendizaje práctico (personal learning environments)²; para esto, es necesario revisar las etapas del proceso pedagógico. Por ejemplo, pueden combinarse metodologías que estimulen la identificación de oportunidades y el aprendizaje de habilidades comerciales, con los contenidos conceptuales sobre segmentación de mercados.

¹ El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa

² Un Entorno Personal de Aprendizaje (en inglés: Personal Learning Environment, PLE) es el conjunto de elementos (recursos, actividades, fuentes de información) utilizados para la gestión del aprendizaje personal.

Esto permite evaluar si el individuo es reacio a la programación de llamadas o agendamientos, o si requiere un determinado período de tiempo para adaptarse al proceso. Lo que se espera de este no es un resultado concreto en términos de tasas de retorno o perspectivas de éxito de un proyecto, sino la comprensión que el individuo logre sobre su disposición para enfrentar determinado escenario y las herramientas que posee para hacerlo. Desde el punto de vista ético, el riesgo se deriva de la responsabilidad de contribuir a la búsqueda del bien común; hay un momento en que no basta con el cálculo técnico de las posibilidades de fracaso, sino que se impone la búsqueda de soluciones a las necesidades colectivas, independientemente de los obstáculos.

La Universidad debe revisar de qué manera puede incorporar la dimensión política de la realidad al proceso formativo, no solo para propiciar escenarios de aprendizaje de mayor competitividad, sino para procurar una mayor toma de conciencia de los estudiantes respecto de su compromiso con el bien común. La preparación de los estudiantes para que entiendan esta premisa incluye la participación en entornos reales de aprendizaje, pero también supone la capacidad de abstracción, para que sepan reconocer el bien general por encima del particular. (Enciso & Congote, 2010)

Hay que tener en cuenta la importancia de vincularse con la sociedad, por ende este proyecto de investigación sería parte de los que lleva acabo esta área.

2.2 Referentes teóricos.

Para (Fernández, 2014) el emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, puesto que ésta en toda su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro

está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres. Quizás el emprendimiento ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos pues estos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad, y todo gracias el espíritu emprender que el caracteriza.

Teoría del beneficio del empresario.

Los economistas clásicos del siglo XIX afirmaban que la decisión de convertirse en empresario se basaba únicamente en la propensión o aversión al riesgo de la persona. Las personas con mayor aversión al riesgo prefieren tener un trabajo estable, con un sueldo mensual fijo, aunque su cuantía sea inferior a las rentas obtenidas por los empresarios, quienes al tener menor aversión al riesgo se lanzan a la aventura de ser empresarios. Este modelo parte de una hipótesis muy simple que no se sostienen en la actualidad.

Teoría de Schumpeter.

Para Schumpeter el empresario es un innovador, una persona que realiza nuevas combinaciones de los medios de producción.

Teoría de los rasgos de la personalidad.

Las investigaciones en este campo se centraron en determinar los rasgos o atributos de la personalidad del emprendedor para poder identificar a las personas con un perfil de empresario de éxito.

Teoría de Kirzner.

La figura del empresario se caracteriza por su perspicacia o capacidad para identificar oportunidades de negocio.

Teoría de la marginación.

Según esta teoría la mayoría de los empresarios decidieron crear su empresa para romper con un modo de vida previo. Para estas personas inadaptadas o marginadas la creación de

una empresa es una puerta de salida a la marginalidad en que se encuentran y un cierto reconocimiento social. Si bien, no basta estar marginado socialmente, sino que además deben darse una serie de factores en el entorno que favorezcan la creación de una empresa.

Teorías de redes.

La función empresarial se desarrolla en una red de relaciones sociales constituida por las relaciones entre el empresario, clientes, proveedores, entidades de crédito, organismos públicos, amigos o familiares, o con otras empresas con las que puede constituir alianzas estratégicas para desarrollar nuevos proyectos empresariales, según esta teoría, el éxito empresarial radica en la habilidad para desarrollar y mantener estas redes.

Teoría de la incubadora.

Muchas ideas o proyectos de empresa han sido incubados o concebidos en otra empresa, en la que trabaja como empleado el futuro empresario. Por lo tanto, hay empresas cuya forma de trabajar promueve la generación de nuevas ideas o procesos de trabajo.

Teoría del comportamiento del empresario.

Las últimas investigaciones se centran cada vez más en identificar y describir el comportamiento del empresario, lo que hace, en vez de como es.

2.3 Fundamentación legal.

Los artículos que van de acuerdo a este tema planteado son:

Constitución del Ecuador.

En el TÍTULO VI Régimen de Desarrollo capítulo sexto, sección sexta ahorro e inversión encontramos los siguientes artículos:

Art. 338.- El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva en el país. Asimismo, generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes

de las personas migrantes, y para que el ahorro de las personas y de las diferentes unidades económicas se oriente hacia la inversión productiva de calidad.

Art. 339.- El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

- La inversión extranjera directa será complementaria a la nacional, estará sujeta a un estricto respeto del marco jurídico y de las regulaciones nacionales, a la aplicación de los derechos y se orientará según las necesidades y prioridades definidas en el Plan Nacional de Desarrollo, así como en los diversos planes de desarrollo de los gobiernos autónomos descentralizados.
- La inversión pública se dirigirá a cumplir los objetivos del régimen de desarrollo que la Constitución consagra, y se enmarcará en los planes de desarrollo nacional y locales, y en los correspondientes planes de inversión.

2.4 Conceptos básicos que fundamentan la propuesta.

Estudio

El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos. Consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. (Bolten, 2015)

Eficacia y eficiencia

Con la aparición de lo que Peter Drucker llamó trabajo del conocimiento, conceptos que hasta ese momento estaban bastante claros en cuanto a su significado han dejado de estarlo. A pesar de ello, el lenguaje cotidiano aún no se ha hecho eco de estos cambios de significado. Por ejemplo, en el castellano actual apenas existe diferencia entre las definiciones oficiales de los conceptos centrales relacionados con este nuevo tipo de trabajo. Así, según la RAE³:

- **Eficiencia**

- Es la «capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado».

- **Eficacia**

- Es la «capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera».
- Efectividad es sinónimo de eficacia.

Como ves, las dos palabras vienen a significar prácticamente lo mismo. Sin embargo, el propio Drucker establece a lo largo de su obra una serie de diferencias fundamentales entre estas tres palabras, lo cual nos permite una claridad conceptual mucho mayor.

³ Real Academia Española, es una institución con personalidad jurídica propia que tiene como misión principal velar por que los cambios que experimente la lengua española en su constante adaptación a las necesidades de sus hablantes no quiebren la esencial unidad que mantiene en todo el ámbito hispánico

Productividad

La productividad es la capacidad de algo o alguien de producir, ser útil y provechoso. Siempre que se pronuncia la palabra se está dando cuenta de la cualidad de productivo que presenta algo. En tanto, es en la economía donde mayormente se aplica el concepto y por cierto se le atribuye una gran relevancia. Porque la productividad resulta ser la relación entre lo que se produce y los medios empleados para producir, la mano de obra, los materiales, la energía, entre otros. Generalmente, por esto es que se suele relacionar la productividad a la eficiencia y al tiempo, porque cuanto menor sea el tiempo que lleve el obtener el resultado deseado más productivo será el sistema. En las empresas de cualquier índole es una cuestión que siempre se está buscando y que se valora sobremanera porque precisamente es la que determinará el éxito o el fracaso de la misma. Por caso es que las compañías buscan a través de diversas estrategias y recursos aumentar al máximo su productividad.

En este sentido es que se realizan estudios, análisis, se convoca a expertos, entre otras alternativas, para poder encontrar la mejor receta que devenga en máxima productividad y en necesitar cada vez menos elementos para lograrla. Es decir, las empresas analizan opciones que impliquen aumentar producción y ganancias pero al mismo tiempo reducir costos en todos los niveles. Sin dudas esa es la mejor ecuación para las empresas, aunque no siempre lo sea para los empleados.

Emprendimiento

En nuestro idioma se utiliza el término de emprendimiento para designar a aquel negocio que llevó a cabo y gestiona un individuo por sus propios medios y esfuerzos y es gracias a él, a los beneficios económicos que este le reporta que se mantiene, es decir, quien impulsa, una idea, un emprendimiento no se encontrará trabajando en relación de dependencia sino

que será el dueño de su comercio o negocio y quien además de invertir sus recursos asumirá los costos e ingresos totales que del mismo devienen. Generalmente, el emprendimiento surge como un proyecto personal al cual se le atribuyen esfuerzos para desarrollarlo y muchas veces también suele implicar el sorteo de obstáculos y dificultades para llevarlo a buen puerto. Entonces, es en el ámbito de los negocios en el que más fuerte suena este concepto. Mientras tanto, al individuo que se desarrolla en el mencionado emprendimiento se lo conoce popularmente como emprendedor.

Si bien los emprendimientos han sido una constante presente a lo largo de la historia de la humanidad, cabe destacarse que en el último tiempo y asimismo en escenarios de crisis económicas es donde más se suelen presentar, ya que los mismos aparecen en el horizonte económico alicaído como una salida potable para quienes se han quedado sin empleo, por ejemplo, generando así su propio negocio y recuperar la entrada de ingresos perdida ante el desempleo.

Emprendedor

El emprendedor es un individuo conectado e interrelacionado con su entorno y su realidad, y en su análisis se debe adoptar una mirada que integre las dimensiones sociales y el contexto temporal, desde las diferentes disciplinas, no de manera aislada sino holística y sistémica.

Competitividad

Hablamos de competitividad empresarial al hacer referencia a las diferentes estrategias y métodos que las diversas entidades comerciales llevan a cabo con tal de no sólo obtener los mejores resultados sino también de que esos resultados sean los mejores en el rubro. Así, las empresas realizan diferentes campañas en las que a través de elementos como

publicidad, calidad del producto o servicio, confianza, efectividad o tradición apelan a diferentes clientes que pueden ya existir o que pueden generarse a partir del momento.

Mientras que una empresa siempre busca obtener un determinado tipo de resultado que le permita subsistir en el área en el que se inserta, la idea de competitividad empresarial supone además que las empresas compiten entre sí para ubicarse de la mejor manera posible en el marco de la existencia de una oferta de productos o servicios mayor o igual que la demanda. La competitividad empresarial puede, sin embargo, estar también ligada a los diferentes mecanismos que se instauran dentro de la entidad misma para favorecer el buen desarrollo y el interés por mejorar de todas las secciones que la componen, así también como de los individuos que trabajan en ella, sea cual sea su puesto.

Comerciante.

Persona que se dedica a negociar comprando y vendiendo mercaderías. El término se utiliza para nombrar a quien es propietario de un comercio o a quien se desempeña laboralmente en un comercio. Por ejemplo: “Mi padre es comerciante: tiene un local de insumos informáticos en el centro”, “Los comerciantes del barrio exigen mayor seguridad ante la ola de robos”, “Alguna vez fui un exitoso comerciante, aunque la crisis económica de los ’90 me obligó a cerrar el negocio”.

Comerciante minorista

El comercio minorista compra productos en grandes cantidades a fabricantes o importadores, bien directamente o a través de un mayorista. Sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado tienda. También se les llama detallistas.

2.5 Hipótesis.

La intervención de la Universidad a través de los programas de vinculación con la sociedad ayudara a mejorar las actividades comerciales de los empresarios minoristas de la ciudad de Manta.

2.6 Variables.

Variable dependiente.

- Actividades comerciales de los empresarios minoristas.

Variable independiente.

- Programas de vinculación con la sociedad.

3 CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO.

3.1 Situación actual de los comerciantes minoristas en Manta.

La falta de fortalecimiento del emprendimiento empresarial en los ciudadanos de Manta causa que exista poca iniciativa para emprender nuevos negocios, por el mismo hecho que no se tiene esta cultura que se enfrasque en un mejor ideal que como efecto se tendría un nuevo y/o mejorado negocio de largo plazo.

La baja confianza para asumir riesgos en la implementación de negocios y por la mala orientación a estas, se ven en peligro y se originaria un aumento en la inversión.

Además las altas tasas de interés que imponen las entidades bancarias son causas de que los ciudadanos de Manta no inicien o aumenten su emprendimiento, si dichas tasas son mejoradas con tendencia a la baja, pues el efecto que se tendría sería en aumento de empleos, gracias a este tipo de ayuda y motivación.

Todo factor que influya desconocimiento, falta de educación, cultura, en el ámbito del emprendimiento causa la pérdida y cierre de negocios en corto y mediano plazo, el incentivar la creación de nuevos negocios originara un crecimiento económico y se dinamiza la economía, aparte también un nuevo estilo de vida.

3.2 Metodología

Método deductivo.

El método deductivo de investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales. Ya que vamos a partir de un análisis general hasta llegar a un tema específico, y dar una posible solución.

El método experimental

Explorar significa incursionar en un territorio desconocido. Por lo tanto, emprenderemos una investigación exploratoria cuando no conocemos el tema por investigar, o cuando nuestro conocimiento es tan vago e impreciso que nos impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no. Podemos tener una gran voluntad y entusiasmo para investigar sobre el emprendimiento empresarial, pero si desconocemos el tema deberemos iniciar un estudio exploratorio para empezar a familiarizarnos con él, para precisar mejor el problema que nos interesa resolver, o para comenzar a dar forma a alguna hipótesis previa que sobre la cuestión tengamos

Método sintético

Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos en este caso las variables que se vayan a presentar. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis.

El investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba.

Técnicas e instrumentos.

Dentro de este proyecto de investigación se van a utilizar distintas técnicas e instrumentos los cuales ayudan a dar respuestas a ciertas interrogantes ya planteadas. La primera que se maneja es la observación participativa ya es una técnica de recogida de información que consiste en observar a la vez que participamos en las actividades del grupo que se está investigando, se escoge esta técnica porque en primera instancia lo que se hace es ir a los barrios o sectores ya mencionados y de una manera indirecta observar el entorno donde se encuentran los comerciantes.

Posteriormente se lleva a cabo una encuesta ya que esta escoge una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población.

Y por último se realiza una entrevista, esta técnica trata obtener información mediante el diálogo mantenido en un encuentro formal y planeado, entre una o más personas entrevistadas, en el que se transforma y sistematiza para luego redactar toda la información requerida.

3.3 Población de muestra

Para poder determinar la población de esta investigación, es necesario tener la variable de personas que habitan en Manta comprendida entre las edades de 25 a 44 años, siendo este el universo para luego obtener una muestra lo suficientemente confiable que luego permita realizar las encuestas según el resultado que se tenga.

Según los datos arrojados por el INEC en el último censo de población y vivienda en el Ecuador, específicamente en Manta, se obtiene los siguientes datos:

RANGO DE EDAD	POBLACIÓN
25-29	16903
30-34	15428
35-39	12669
40-44	10443
Total	55443

Con los datos anteriormente expuestos, se muestra el total de la población de **55443**.

Ya obtenida la población se determinara la muestra mediante la siguiente formula:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = 1.96 siendo el 95% de confianza

p = probabilidad de éxito, siendo 0.5

q = 1-p, este es el caso de 1-0.5 = 0.5

e = precisión, utilizaremos un 5%

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la técnica de muestreo irrestricto aleatorio. Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza y un margen de error y además se toman en cuenta los siguientes factores:

Nivel de confianza (z)

Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%.

Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal.

Máximo error permisible (e)

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra “n” y un límite o grado de confianza “X”. Este error ha sido definido con un margen del 5%

Porción estimada (p)

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, puesto que no se tiene ninguna información previa, se toma el promedio con el que se trabaja en estos casos, que es del 50%.

Remplazando valores para ubicar nuestra muestra se tiene lo siguiente:

$$n = \frac{1,96^2(55.443)(0,5)(0,5)}{0,05^2(55.443) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{53.247,4572}{138,6075 + 0,9604}$$

$$n = \frac{53.247,4572}{139,5679}$$

$$n = 381,5165 \cong 381$$

3.4 Recolección de información

El proyecto se lo desarrollara en la ciudad de Manta, pero específicamente a aquellas que habitan en tres barrios de la parroquia Los Esteros.

- **Localización física:** Cantón Manta – Parroquia los Esteros.
- **Ámbito territorial:** Barrio El Palmar, Barrio San Agustín y Barrio Jamie Chávez G. (Anexo 1).

Dentro de este estudio la gestión que se va a realizar es personalizada, dado a que por ser un estudio se basara en recopilación de datos, estudios y propuestas.

Los participantes en este estudio serán directamente las familias que habitan en tres barrios de la parroquia los Esteros, el Palmar, San Agustín y Jamie Chávez G., se las encuestara de una forma igualitaria, es decir del total de la muestra se la dividirá para tres siendo el resultado de 127 a cada barrio.

Se les dará a conocer con anticipación la visita en cada hogar para las respectivas encuestas, por medio de una hoja tipo folleto donde indique las principales razones de este estudio.

Se tomaran decisiones en el tema de horarios más convenientes en donde se encuentre la persona idónea para la encuesta, para mayor precisión en los datos y resultados.

Toda esta gestión se la financiara por recursos propios, debido a que los costos que implica la misma, no son relativamente muy altos.

3.5 Procedimiento de la información

Procesamiento

Una vez recogidos los datos se procesara la información de la siguiente manera:

- Revisión crítica de la información recogida.
- Generación de un modelo de ficha en Excel.
- Introducción de datos en la ficha generada.

3.5.1 Análisis.

1. ¿TIENE USTED CONOCIMIENTO SOBRE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL?

Tabla 1

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	136	245
PORCENTAJE	36%	64%

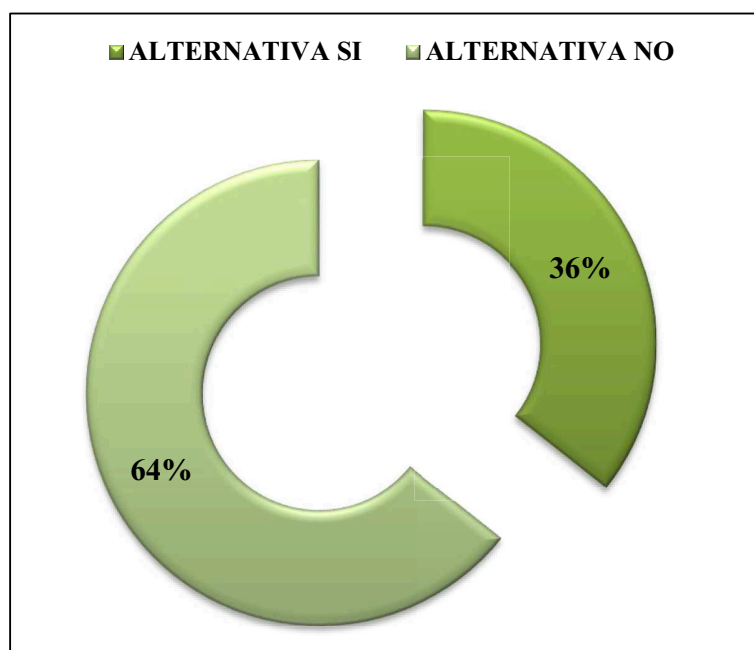


Gráfico 1

Análisis e interpretación: Como se puede observar, en la pregunta 1, del total de encuestados, el 36% afirmaron que si tienen conocimiento sobre lo que significa en emprendimiento empresarial, por otro lado el 64% de encuestados respondieron de manera negativa ante esta pregunta, con esto logramos comprobar que la gran mayoría de personas encuestadas no tiene claro que es el emprendimiento empresarial

2. ¿USTED PIENSA QUE SE PUEDE SER EMPRENDEDOR POR NATURALEZA?

Tabla 2

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	201	180
PORCENTAJE	47%	53%



Gráfico 2

Análisis o interpretación: El 47% de encuestados afirmaron que SI se puede ser emprendedor por naturaleza, por otro lado el 53% de encuestados lo vieron negativamente, ellos manifiestan que para ser lo se necesita una preparación, porque si no es así el negocio no surgiría.

3. ¿ALGUNA VEZ SE HA PLANTEADO SER EMPRENDEDOR?

Tabla 3

	ALTERNATIVAS		
	SI	NO	NUNCA
ENCUESTADOS	100	120	161
PORCENTAJE	26%	32%	42%

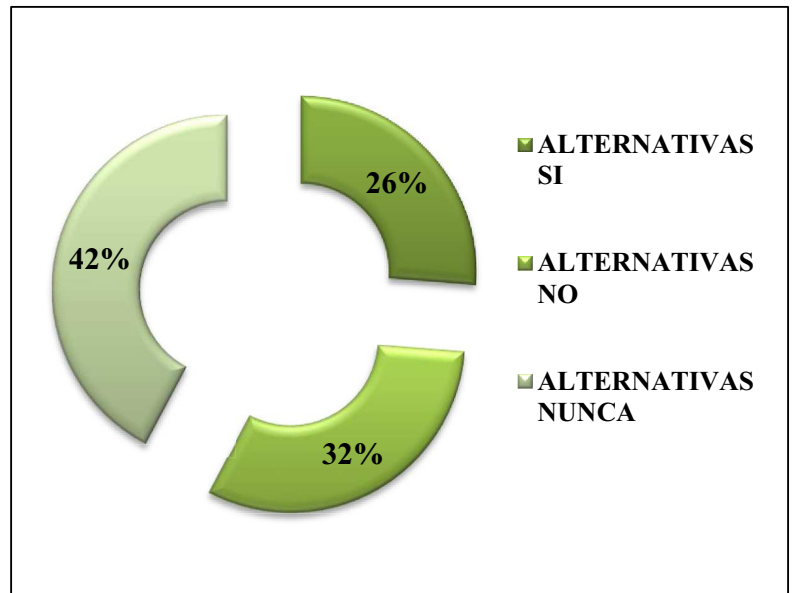


Gráfico 3

Análisis e interpretación: Se observa que en el gráfico N.- 3 el 26% de encuestados afirman que la madre **Si**, en algún momento de sus vidas se han planteado ser emprendedores, el 32% responde de manera negativa dejando en claro que no son aptos para ser emprendedores de manera individual, por último el 42% de encuestados **NUNCA** se han planteados ser personas emprendedores ya que tienen trabajos y otro tipo de ocupaciones. Con estos resultados se puede evidenciar que estas personas no son aptas o no tienen la capacidad de llevar a cabo un negocio propio.

**4. CON RESPECTO A LA POSIBILIDAD DE EMPRENDER UN NEGOCIO,
¿PARA USTED CUALES SON LOS ASPECTOS MAS IMPORTANTES DE
CONOCER?**

Tabla 4

	ALTERNATIVAS			
	a)Programas y redes de apoyo	b)Financiamiento	c) Como conocer casos de éxitos y fracasos	d)Como empezar armar un emprendimiento
ENCUESTADOS	76	161	50	94
PORCENTAJE	20%	42%	13%	25%

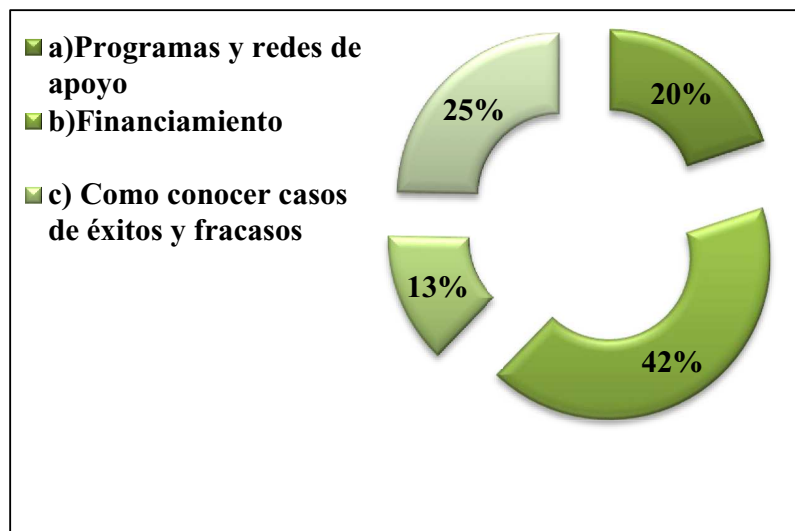


Gráfico 4

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que el 20 % de encuestados eligieron el literal A, por otra parte el 42% el literal B, 13% el literal C y por último el 25 % optan por el literal D, dando como resultados según la pregunta de cuáles son los aspectos más importantes de conocer antes de emprender un negocio. Primero deben contar con una buena economía para crear el negocio planteado, o porque si no tienen el dinero suficiente no lo pondrán lograr.

5. ¿QUÉ CREE USTED QUE ES PRIORITARIO A LA HORA DE CREAR UNA MICROEMPRESA?

Tabla 5

	ALTERNATIVAS		
	a)La idea	b) El respaldo económico	c) Formación y experiencia adecuada
ENCUESTADORES	80	120	181
PORCENTAJE	21%	31%	48%

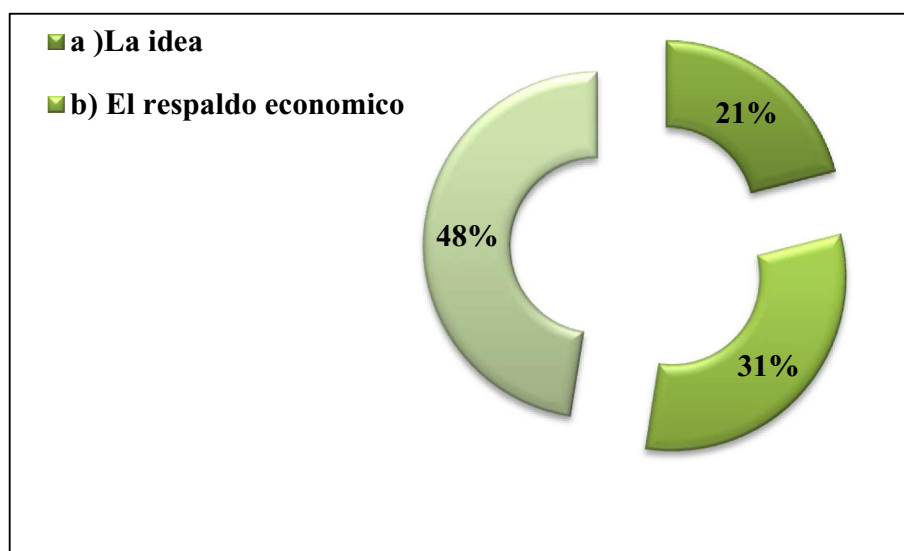


Gráfico 5

Análisis e interpretación:

Como observamos en el gráfico N.- 5 el 80 % indica elige el literal A donde nos habla sobre tener planteada la idea, el 31% optaron por el literal B sobre el respaldo económico y por último el literal C el 48% de los encuestados creen que sin una formación y experiencia adecuada no se puede crear una microempresa.

6. ¿USTED CONSIDERA QUE PARA COMENZAR UN NEGOCIO ES NECESARIO ADQUIRIR ALGUNA PREPARACIÓN?

Tabla 6

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADORES	304	77
PORCENTAJE	80%	20%

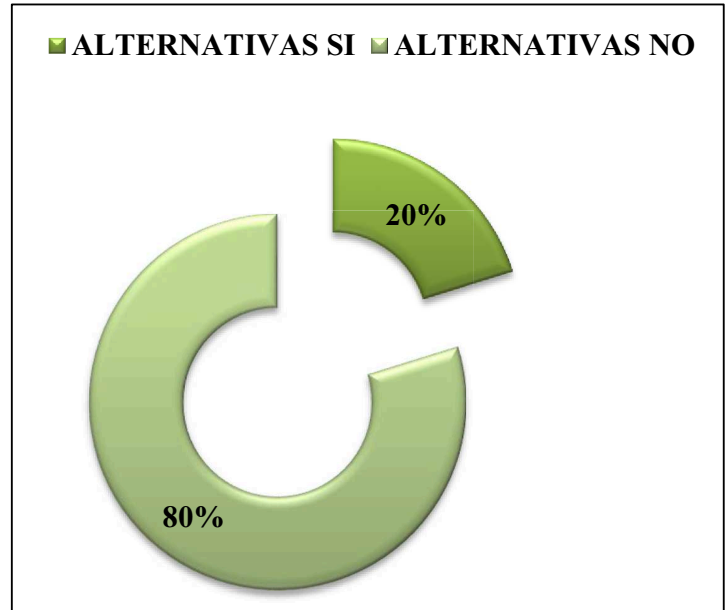


Gráfico 6

Análisis e interpretación:

En esta pregunta los resultados han sido los siguientes, el 80% responde que SI estiman conveniente tener o adquirir conocimiento y preparación, mientras que el 20% respondió que NO, es necesario ya que lo más importante es tener el dinero suficiente para comenzar o dar inicio a un negocio.

7. ¿CONSIDERA QUE ACTUALMENTE TENER UNA MICROEMPRESA ES UNA BUENA SALIDA LABORAL?

Tabla 7

	ALTERNATIVAS		
	SI	NO	A VECES
ENCUESTADOS	88	204	89
PORCENTAJE	23%	54%	23%

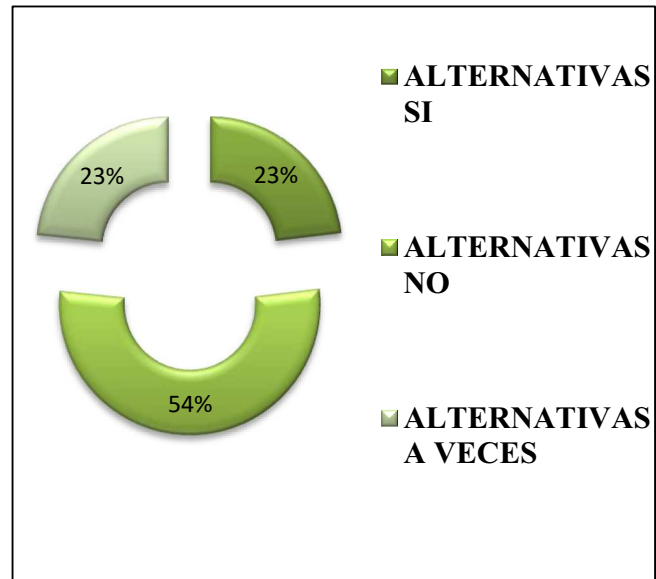


Gráfico 7

Análisis e interpretación.

El 23% de encuestadores optan por el Si ya que actualmente necesitan un título para poder trabajar en una entidad ya sea pública o privada, por el NO el 54% ya que cuesta mucho tener una microempresa aparte de que no todos tienen el conocimiento requerido, y por último el 23% se inclina por A VECES ya que dicen que con estos trabajos pueden subsistir y sacar a delante a su familia.

8. ¿ESTÁ USTED DISPUESTA (O) A EMPRENDER UN NEGOCIO PROPIO?

Tabla 8

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	167	214
PORCENTAJE	44%	56%

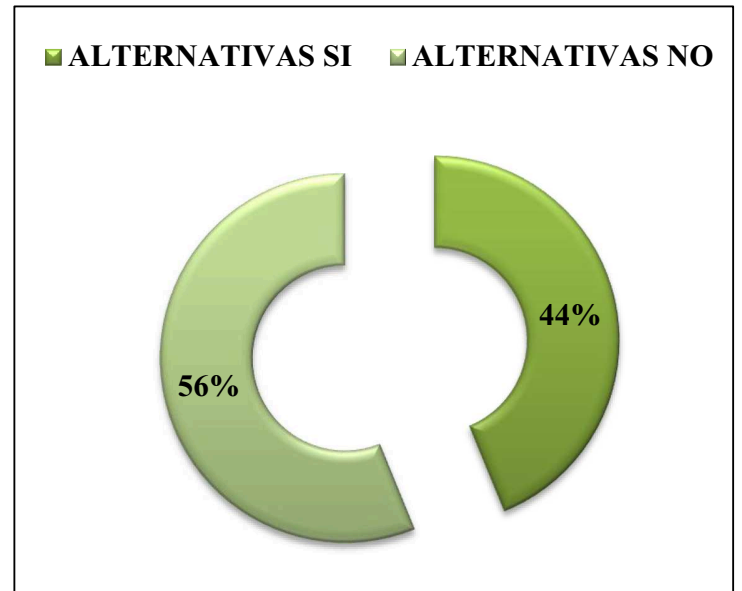


Gráfico 8

Análisis e interpretación.

Como se puede apreciar en el gráfico número 8, el 44% de los encuestados optan por el SI ya que están motivados y se sienten aptos para tener un negocio propio, por otro lado el 56% eligieron el NO ya que cuestion los gastos grandes que se pueden hacer y no resulte favorable.

9. ¿CONSIDERA USTED QUE EN LA ACTUALIDAD EXISTEN FACILIDADES PARA TENER UN NEGOCIO PROPIO?

Tabla 9

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	83	298
PORCENTAJE	22%	78%

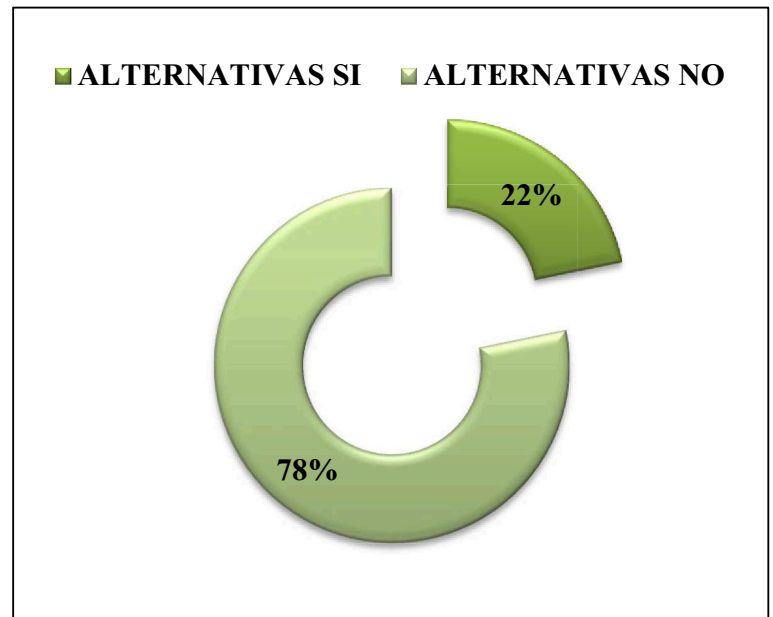


Gráfico 9

Análisis e interpretación.

El 22% de encuestados dice que SI existe facilidad de tener un negocio propio, mientras que por otro lado el 78% dicen que NO es para nada fácil tenerlo o mejor dicho mantenerlo activo porque hay muchas trabas y sobre todo competencia.

10. ¿PERCIBE USTED QUE SE REQUIERA EN LOS NEGOCIOS UNA HERRAMIENTA ADICIONAL COMO LOS SON LAS REDES SOCIALES PARA MEJORAR SUS VENTAS?

Tabla 10

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	283	98
PORCENTAJE	74%	26%



Gráfico 10

Análisis e interpretación.

Como podemos observar en el gráfico número 10, el 74% optaron por el SI ya que las redes sociales actualmente ayudan a informar o comunicar todo lo que se vive a diario, mientras que el 26% dicen que NO son necesarias ya que se puede salir a la calle y repartir volantes.

11. ¿CUÁL CREE USTED QUE ES EL MEDIO MAS FACTIBLE PARA DAR A CONOCER UN NEGOCIO?

Tabla 11

	ALTERNATIVAS		
	a) Redes sociales	b)Estrategias de marketing	b) Puntos de venta
ENCUESTADOS	220	94	67
PORCENTAJE	58%	25%	17%

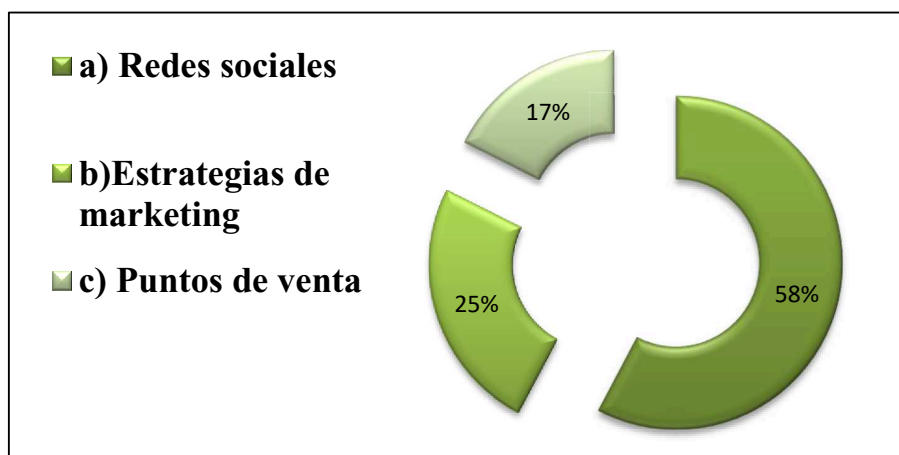


Gráfico 11

Análisis e interpretación.

Como podemos observar en el gráfico número 11, el 58% de encuestados eligen el literal A el cual nos habla sobre que las redes sociales son el medio más factible para dar a conocer el negocio, el 25% optan por las estrategias de marketing que debe de tener la persona que vaya a crear un negocio y por último el 17% de encuestados cree que lo mejor para dar a conocer el negocio son los puntos de ventas.

12. ¿CONSIDERA USTED QUE SE REQUIERE MAYOR AYUDA O APOORTE DE PARTE DE LOS ENTES GUBERNAMENTALES PARA EMPRENDER UN NEGOCIO?

Tabla 12

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	297	84
PORCENTAJE	78%	22%



Gráfico 12

Análisis e interpretación.

El 78% de encuestados eligieron el SI ya que estos son fundamentales para que el negocio pueda crecer y así ser ese, él apoyó económico de su familia, por otro lado el 22% de encuestados dicen que NO es necesario la ayuda o apoyo que estos puedan brindar ya que si se meten a crear un negocio es porque cuentan con el dinero para hacerlo.

13. ¿QUÉ CREE QUE PODRIA HACER EL GOBIERNO PARA PROMOVER EL EMPREDIMIENTO?

Tabla 13

	ALTERNATIVAS		
	a) Mas ayuda	b)Reducción de burocracia	c)Formación y orientación
ENCUESTADOS	192	81	108
PORCENTAJE	51%	21%	28%

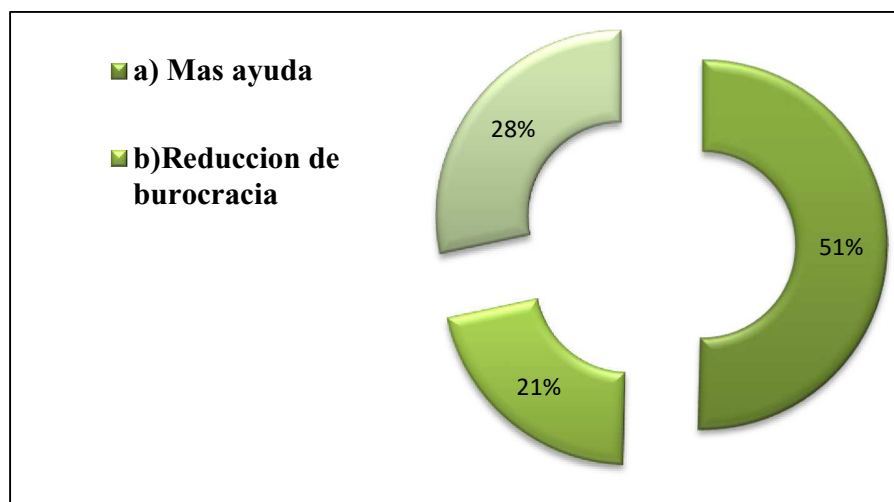


Gráfico 13

Análisis e interpretación:

Como podemos ver el cuadro y gráfico número 13, el 51% de encuestados eligieron el literal A donde ellos dan a entender que el gobierno debería de dar más ayuda a las personas que quieran emprender un negocio, el 21% opta por el literal B donde se exige la reducción de burocracia y por último el 28% de encuestados piensa que lo más conveniente es que el gobierno orientación y informe a estos posibles creadores de negocios.

14. ¿CONSIDERA USTED QUE SE REQUIERE MAYOR AYUDA O APOORTE DE PARTE DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO?

Tabla 14

	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
ENCUESTADOS	303	78
PORCENTAJE	80%	20%

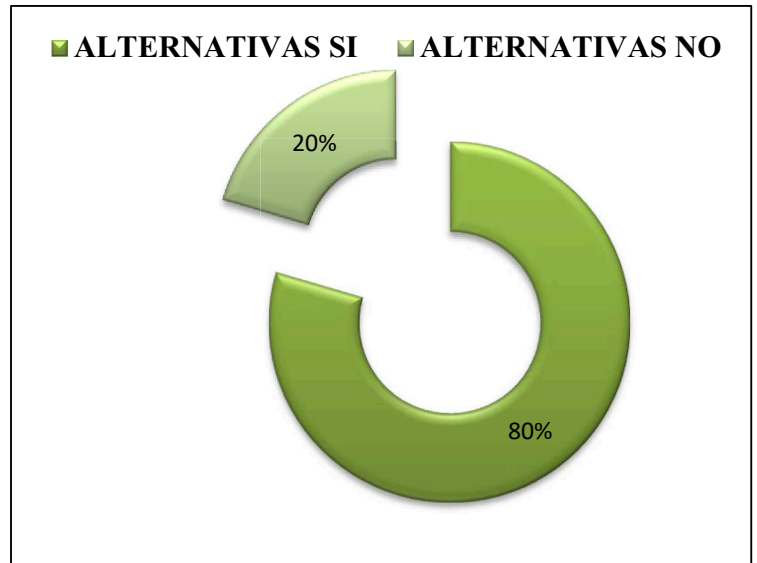


Gráfico 14

Análisis e interpretación.

Como se observa en el cuadro y gráfico N.- 14 el 80 % de encuestados respondieron que SI se requerreria mas ayuda por parte de estas entidades financieras para que asi el negocio pueda surgir de la mejor forma posible, mientras que el 20% manifiesta que NO es necasaria la ayuda de estaas entidades ya que si uno se plantea la creacion de un negocio es porque cuenta con el dinero necesario para llevarlo a cabo.

15. ¿QUÉ CREE QUE PODRIA HACER LAS ENTIDADES FINANCIERAS PARA PROMOVER EL EMPREDIMIENTO?

Tabla 15

	ALTERNATIVAS		
	a)Menos taza de interés	b)Menos requisites	c)Facilidades de pago
ENCUESTADOS	184	94	103
PORCENTAJE	48%	27%	25%

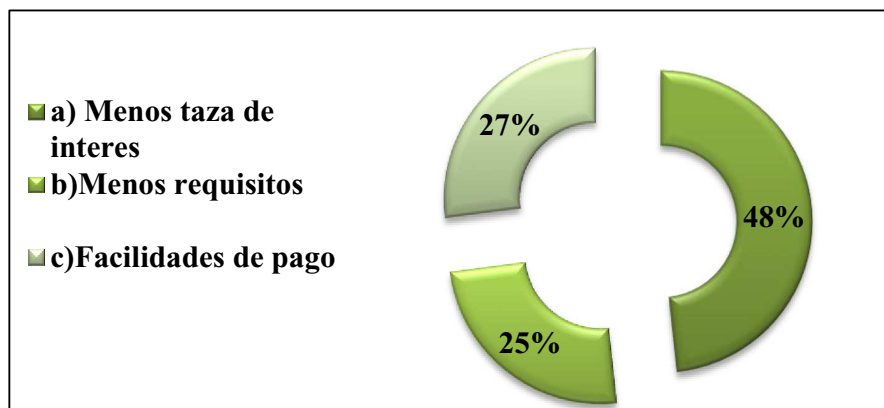


Gráfico 15

Análisis e interpretación:

El 48% elige el literal A optan por minorar la tasa de interés, 27% piensa que no deberían de exigir muchos requisitos para promover y lograr el emprendimiento, y por último el 25% escogen el literal C que nos habla sobre las facilidades de pago que deben de existir.

ENTREVISTA

Se realizó tres entrevistas, una por cada barrio que se tomó para la recolección de la debida información. En **el barrio Jaime Chávez G.**, se entrevistó a la Sra. María Cevallos, dueña del negocio que tiene por nombre MARYCYBER, la cual ofrece a los clientes acceso a internet e insumos informáticos. En **el barrio El Palmar**, se entrevistó a la Sra. Rosa Almeida, dueña del negocio que tiene por nombre DESPENSA Y BAZAR ROSITA, la cual ofrece a los clientes víveres en general para el consumo del hogar, y también artículos de bazar y papelería. En **el barrio San Agustín**, se entrevistó a la Sra. Jessica Mendoza, dueña del negocio que tiene por nombre VARIEDADES ANDREA NAYELI, la cual ofrece a los clientes víveres en general para el consumo del hogar, y también artículos de bazar y papelería.

Estas fueron las respuestas a dicha entrevista:

1. ¿Qué tipo de nivel de estudio posee?

Ninguna de las tres personas entrevistadas posee un nivel de educación superior, los tres solo son bachilleres y tienen su negocio propio desde ya hace mucho tiempo, recalcaron que no les sirve tener un título universitario para crear su propia microempresa.

2. ¿Cuántos años lleva ejerciendo la actividad económica de su actual negocio?

Analizando las respuestas se llega a la conclusión que llevan más de un año emprendiendo su negocio y les va muy bien.

3. ¿Qué obstáculos encontró para emprender su negocio?

Los obstáculos que se les presentaron fueron muchos entre algunos existieron que pedían mucha documentación en el municipio para poder emprender el negocio, la falta de capital y el no poder acceder a un préstamo.

4. ¿El producto o servicio que usted brinda es para satisfacción de las personas que lo adquieren?

En su totalidad los clientes que acuden a estos negocios disfrutan de los servicios que estos microempresarios brindan, hasta ahora no se han quejado de su insatisfacción ya que siempre encuentran lo que necesitan.

5. ¿Para usted que características debe tener un emprendedor?

Pues para ellos lo principal que debe tener una persona emprendedora es paciencia, carisma, optimismo, también conocimiento y sobre todo ganas de salir adelante.

6. ¿Qué cambios del entorno pueden afectar al éxito de su negocio?

Podría afectar, en que exista un negocio similar, pero no en su totalidad, ya que de ellos se puede mejorar, también afectaría que haya un incremento en los valores del producto y servicio.

Se realizaron estas entrevistas con el fin de averiguar como ellos emprendieron su negocio, si en algún momento presentaron inconvenientes o fue fácil que surgiera y como todo trabajo para que se pueda lograr. Cuanto tiempo tardaron en llevarlo a cabo para que funcione.

Vale recalcar que no tuvieron una formación académica superior todos son bachilleres, lo que siempre tuvieron o mejor dicho tienen son las ganas de trabajar y salir a delante por sus hijos.

El producto que ellos brindan es de buena calidad y nunca han tenido queja de algún cliente, siempre han salido satisfechos, ellos se consideran personas emprendedoras ya que cuentan con carisma, paciencia y optimismo.

4 CAPÍTULO IV

DISEÑO DE UNA PROPUESTA PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS DE LA CIUDAD DE MANTA

4.1 Plan de actividades

La propuesta que se presenta en esta investigación es producto de un proceso que incluye metodologías, referentes teóricos, diagnóstico y evaluación, en el que han participado, a través de diversos mecanismos, comerciantes minoristas de diversos sectores de la ciudad de Manta.

Uno de los propósitos centrales de la propuesta es desarrollar las habilidades que son necesarias para el aprendizaje permanente. Por esta razón, se ha procurado que en todo momento la adquisición de conocimientos esté asociada con programas de capacitación, cursos, seminarios, talleres, etc.

Esta investigación exploratoria permitió identificar los principales problemas que presentaban los comerciantes minoristas, por el escaso conocimiento sobre el emprendimiento empresarial, en el cual se precisó las prioridades y se define propuestas para fomentarla, con las posibles vías mediadoras.

Para ello se pretende buscar entidades y personas sin fines de lucro que faciliten lo antes expuesto, los cuales se detallan a continuación:

- Patronato Municipal de Amparo Social de Manta.
- Departamento de Vinculación e investigación (U.L.E.A.M.)⁴ **Artículo 63.-**

Pertinencia de las carreras y programas académicos.- Las instituciones de

⁴ Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, creada mediante Ley No. 10 publicada en el Registro Oficial No. 313 de noviembre 13 de 1985, es una institución de Educación Superior, con personería jurídica de derecho público sin fines de lucro, de carácter laico, autónoma, democrática, pluralista, crítica y científica.

educación superior definirán y adecuarán su oferta formativa, de investigación y de vinculación con la sociedad en correspondencia con la Constitución de la República.

Artículo 67.- Educación continua y vinculación con la sociedad.- Todas las instituciones de educación superior podrán ejecutar procesos de educación continua en el marco de la vinculación con la sociedad. La educación continua comprenderá cursos, talleres, seminarios u otras formas de organización del aprendizaje, orientadas a las necesidades de los agentes sociales y económicos, los grupos profesionales, las comunidades y las personas. Estos cursos podrán ser gratuitos o pagados.

- Programas de capacitación.

4.1.1 Descripción del procedimiento para aplicar las actividades

En la presente propuesta se trata de dar una respuesta a la problemática existente en el ámbito local con la finalidad de contribuir en el desarrollo y mejoramiento de la enseñanza que puedan adquirir los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta.

A través de la subdirección de emprendimiento y de la subdirección de desarrollo económico y productivo del Patronato Municipal de Amparo Social de Manta, se pretende el apoyo, y la gestión continua, para contribuir con el desarrollo profesional, comercial y del emprendimiento empresarial.

Por medio del departamento de Vinculación con la sociedad, de la Universidad Eloy Alfaro de Manabí, contribuir con los diversos actores y sectores de la sociedad, para fortalecer y establecer las conexiones que permitirán las interacciones relacionadas con la transferencia del conocimiento, programas y proyectos de investigación social, de educación continua, la

gestión académica, servicios y consultoría especializada de sus programas de manera continua.

A través de la formación de grupos de personas voluntarias, se pretende ayudar, fomentar y orientar a los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta, con programas de capacitación, talleres y cursos, sobre el emprendimiento empresarial.

4.1.2 Estudio económico

Es una propuesta factible por cuanto se requiere directamente ayuda de las entidades y personas voluntarias para promover el emprendimiento empresarial de los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta.

Por tanto:

ENTIDADES	VALOR ESTIMADO	TIEMPO	ENCARGADO
PATRONATO MUNICIPAL MANTA	\$10	MENSUAL	SUBDIRECCION DE EMPRENDIMIENTO
U.L.E.A.M.	SIN FIN DE LUCRO	240 HORAS	DEP. VINCULACIÓN
GRUPOS DE AYUDA	SIN FIN DE LUCRO	ILIMITADO	PERSONAS VOLUNTARIAS

Como se puede apreciar en la tabla, la única entidad que es con fin de lucro, es el Patronato Municipal de Manta, siendo este un valor mínimo de \$10, por el tiempo en el que se desarrollan sus programas.

En cambio las entidades sin fin de lucro son, el Departamento de vinculación de la ULEAM que solo requiere de cumplir 240 horas, las cuales son necesarias para previo obtención del título universitario, y en cuanto a los grupos de ayuda, son personas voluntarias que tanto el tiempo y valor es ilimitado y sin fin de lucro respectivamente.

4.1.3 Determinación de recursos

Para la propuesta de esta investigación los principales recursos que representan de mayor énfasis son los siguientes:

Recursos institucionales

Se toma en cuenta las instituciones que colaboran para el desarrollo de este estudio, como lo es el Patronato Municipal de Amparo social de Manta y la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, con su departamento de Vinculación con la sociedad.

Recursos humanos

Las personas que participan en este estudio son los comerciantes minoristas de varios sectores de la ciudad de Manta, en conjunto con los miembros que estén involucrados para la propuesta planteada.

Recursos materiales

Los recursos materiales que implicara este estudio serán los locales o centro de eventos propios de las entidades antes mencionadas, que ayudaran para la comodidad de los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta.

Es necesaria también para los grupos de personas voluntarias, materiales didácticos, para la aplicación de los talleres.

PRESUPUESTO				
DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
<i>Pasaje terrestres</i>	Psje.	40	\$ 1.50	\$ 60.00
<i>Esferos</i>	Unid.	45	\$ 0.25	\$ 11.25
<i>Alquiler proyector</i>	Unid.	1	\$ 20.00	\$ 20.00
<i>Folder</i>	Unid.	40	\$ 0.25	\$ 10.00
<i>Separatas anilladas</i>	Unid.	40	\$ 1.50	\$ 60.00
<i>Certificados</i>	Unid.	40	\$ 1.50	\$ 60.00
<i>Papel bond A4-80 gramos</i>	Resma	1	\$ 2.50	\$ 2.50
<i>Refrigerios</i>	Unid.	50	\$ 2.00	\$ 100.00
<i>Honorarios de expositores</i>	Global	2	\$ 60.00	\$ 120.00
<i>Imprevistos</i>			\$ 30.00	\$ 30.00
			Total	\$ 473.75

Tabla 16 - Presupuesto de capacitación.

4.1.4 Cronograma de ejecución

El cronograma de ejecución esta relacionado directamente con el plan de actividades, es decir con las entidades que ayudarán para la propuesta de este estudio.

Se la puede representar de la siguiente manera:

ACCIONES	OCTUBRE A DICIEMBRE 2017											
	semana 1	semana 2	semana 3	semana 4	semana 5	semana 6	semana 7	semana 8	semana 9	semana 10	semana 11	semana 12
<i>Reafirmación de la propuesta</i>												
<i>Materiales y recursos didácticos</i>												
<i>Organización con el director(a) de Patronato Municipal de Manta</i>												
<i>Organización con el director(a) del Dep. de vinculación con la sociedad (ULEAM)</i>												
<i>Organización grupos voluntarios</i>												
<i>Desarrollo de estrategias</i>												
<i>Evaluación de la propuesta planteada</i>												

Las acciones a tomar llevarán un tiempo determinado según el cuadro representado por doce semanas, durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre del año 2017.

4.1.5 Método de evaluación.

MÉTODO DE EVALUACIÓN			
Evidencias	Nivel de dominio mínimo	Técnicas y/o instrumentos	Tiempo (duración)
Participación activa	Receptivo - reproductivo	Técnica: Entrevista directa e indirecta	4 semanas
	Manifiestar saberes, dudas e inquietudes sobre las técnicas y procedimientos de emprendimiento empresarial	Instrumento: Ficha de entrevista individual y grupal	
Informes	Estratégico	Técnica: Observación	2 semanas
	Garantizar la creación de valor social y económico, lo que es entendido por algunas empresas como sostenibilidad financiera y por otras el refuerzo de la competitividad	Instrumento: Lista de cotejo	
Actividad de evaluación	Participación en diversas actividades como charlas, foros, talleres, de los comerciantes minoristas	Técnica: Encuesta	4 semanas
		Instrumento: Prueba de desempeño	

5 CONCLUSIONES

Con el desarrollo del presente proyecto y una vez analizados los datos obtenidos durante la investigación realizada, a los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta, se puede señalar lo siguiente:

- Considerando la información expuesta y el análisis de la misma se corrobora que se cumple la hipótesis planteada, "La intervención de la Universidad a través de los programas de vinculación con la sociedad ayudara a mejorar las actividades comerciales de los empresarios minoristas de la ciudad de Manta".
- Después de haber aplicado técnicas de investigación como entrevistas y encuestas se deduce que los dueños de los negocios no poseen una visión clara y posible de alcanzarla en el corto plazo.
- Ante el diagnóstico de este trabajo se corrobora que el nivel de conocimiento sobre el emprendimiento, administración y organización de los negocios es sumamente bajo.
- La falta de conocimientos en emprendimiento de negocios hace que la evolución de los mismos tenga un futuro incierto, apostando a las experiencias adquiridas y al avistamiento de mejores tiempos en el ámbito comercial.
- En síntesis, el desarrollo de este sector se ve restringido por la falta de superación, de los comerciantes minoristas, acompañado de una falta de inyección de liquidez por parte de las entidades financieras, lo que limita aún más las posibilidades de mejorar su situación entorno a su vida y negocio.

6 RECOMENDACIONES

Para mejorar las condiciones de los negocios y fomentar una cultura emprendedora en los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta y luego de haber estudiado los pormenores de su actual entorno y modo de desarrollarse, se propone ejecutar lo siguiente:

- Realizar talleres sobre generación de ideas de negocios a fin de que los comerciantes minoristas elaboren metas a corto plazo en el sentido de hacia dónde quieren llevar sus negocios.
- Que los comerciantes minoristas, se capaciten en temas relacionados al emprendimiento, administración y organización, de esta manera podrán contar con herramientas que le permitan mejorar y estimular el espíritu emprendedor.
- Eventos que muestren escenarios y alianzas estratégicas entre los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta y los Universitarios en su programa de vinculación con la sociedad, con el objetivo de generar actividades y exponer casos de éxito.
- Jornadas de Motivación por profesionales emprendedores, ferias o muestras empresariales dirigidas a los comerciantes minoristas de la ciudad de Manta, lo cual generará una mejora del sector y su sostenibilidad en el tiempo.
- Mediante el G.A.D. de Manta, a través de la subdirección de emprendimiento y de la subdirección de desarrollo económico y productivo del Patronato municipal de amparo social de Manta, se incluyan programas y seminarios que socialicen con los comerciantes minoristas, sobre cómo fortalecer y buscar emprendedores con el deseo de superación personal, social y colectiva.

7 BIBLIOGRAFÍA

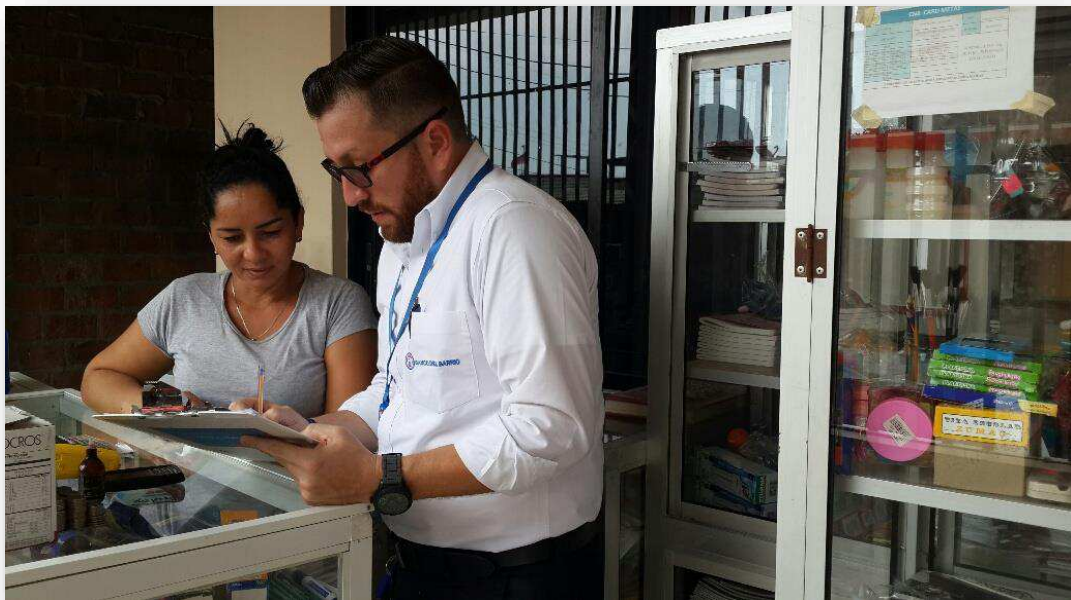
- IDE BUSINESS SCHOOL*. (01 de 2011). Recuperado el 12 de 07 de 2017, de IDE BUSINESS SCHOOL: <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/los-tres-desafios-del-emprendedor-ecuatoriano>
- Ministerio de Industrias y Productividad* . (29 de 09 de 2012). Recuperado el 12 de 07 de 2017, de Ministerio de Industrias y Productividad : <http://www.industrias.gob.ec/ecuador-cuenta-con-33-centros-de-desarrollo-empresarial/>
- Banco Mundial* . (05 de 12 de 2013). Recuperado el 2017 de 07 de 12, de Banco Mundial : <http://envivo.bancomundial.org/emprendedores-en-america-latina>
- EL UNIVERSO* . (01 de 06 de 2016). Recuperado el 12 de 07 de 2017, de EL UNIVERSO : <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/06/01/nota/5611422/ecuador-es-segundo-pais-que-mas-emprende-mundo-negocios-no-se>
- MANTA ALCALDIA* . (26 de 08 de 2016). Recuperado el 12 de 07 de 2017, de MANTA ALCALDIA : <http://www.manta.gob.ec/index.php/noticias/item/2084-utpl-y-gad-manta-benefician-500-personas-con-taller-ser-mas-emprendedor>
- Bolten, S. (2015). *Estudio economico* . Obtenido de Estudio economico .
- Carvajal, L. (18 de 01 de 2013). Recuperado el 13 de 07 de 2017, de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- Chagoya, R. (18 de 06 de 2008). *Gestiopolis*. Recuperado el 13 de 07 de 2017, de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Enciso, & Congote, J. D. (2010). *El emprendimiento y el bien común: ¿ competencias complementarias o excluyentes?* Educación y educadores.
- Fernández, F. (2014). *La Iniciativa Emprendedora. Escuela Industrial Guillermo Richards Cuevas*.
- Fran, N. (20 de 09 de 2013). Recuperado el 22 de 06 de 2017, de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Observacion_ppt.pdf
- García, F. (28 de 11 de 2009). *Que es una encuesta*. Recuperado el 22 de 06 de 2017, de que es una encuesta : <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>

- Hualpa, M. (2014). *El Pesante*. Recuperado el 30 de 06 de 2017, de El Pesante : <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-explicativa/>
- Martinez. (09 de 12 de 2013). Recuperado el 07 de 12 de 2017, de <http://www.obela.org/node/1619>
- Martinez, A. (2014). *Niveles de investigacion* . Recuperado el 30 de 06 de 2017, de Niveles de investigacion : http://www.arnaldomartinez.net/enfermeria/niveles_de_investigacion.pdf
- Matiz, F. (2013). Investiacion en emprendimiento, un reto para la construccion de conocimiento. *EAN*, 180.
- Meza, R. (2016). *El Pesante*. Recuperado el 30 de 06 de 2017, de El Pesante: <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-exploratoria/>
- Mill. (2008). Recuperado el 13 de 07 de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Pacheco, M. (28 de 08 de 2016). *Ecured*. Recuperado el 30 de 06 de 2017, de Ecured: https://www.ecured.cu/Investigaci%C3%B3n_Correlacional
- Tinoco, F., & Pereira Laverde, F. (2011). Cuadernos de asministracion .

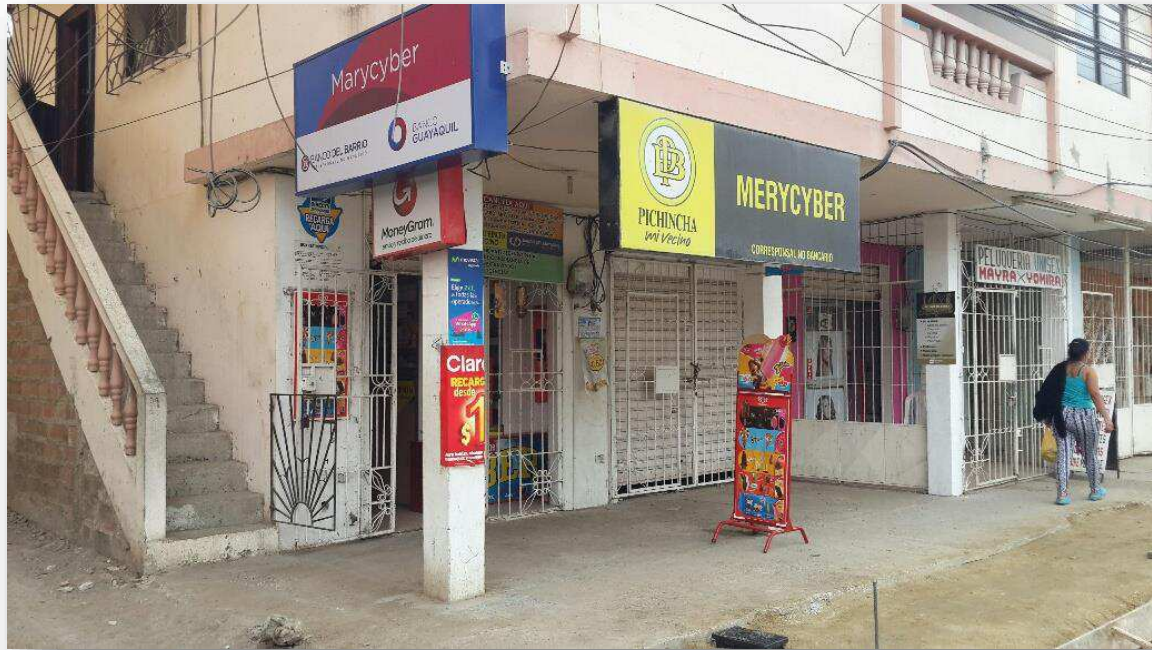
Anexos



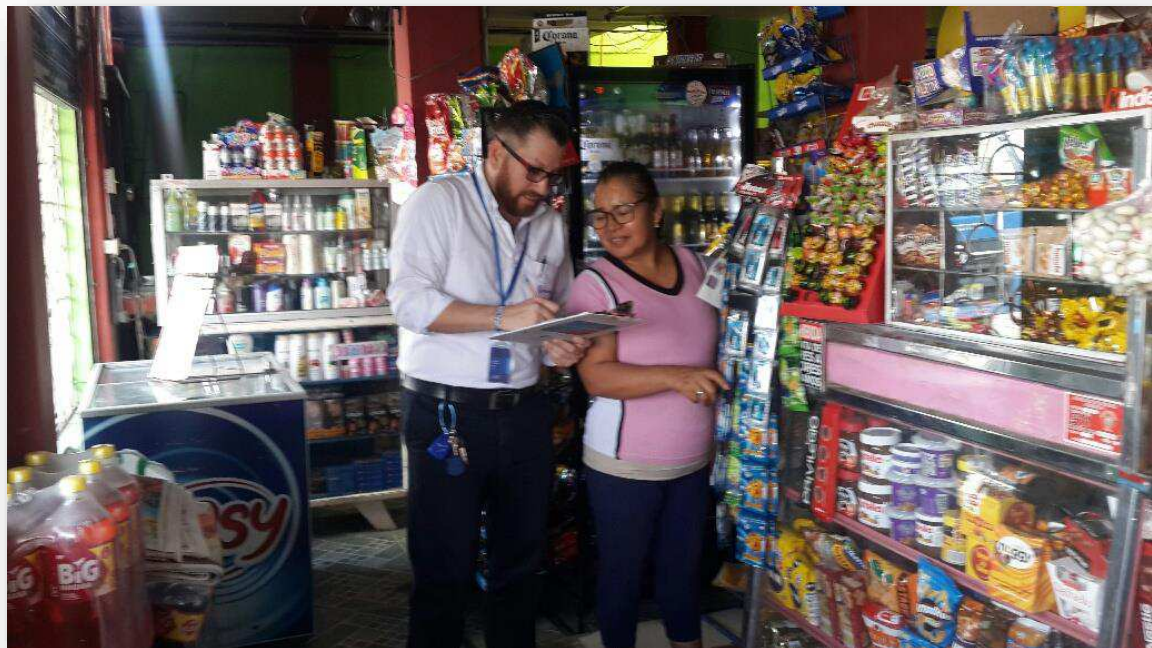
Fotografía 1 - Despensa de un comerciante.



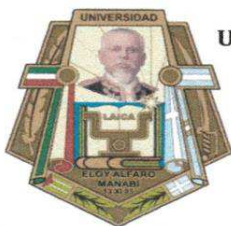
Fotografía 2 - Entrevista aplicada a una de comerciante.



Fotografía 3 - Despensa de un comerciante.



Fotografía 4 - Entrevista aplicada a una de las comerciantes.



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE ECONOMÍA

ENTREVISTA



INTRUCCIONES:

La presente entrevista tiene como objetivo conocer su opinión sobre el emprendimiento empresarial de los comerciantes minoristas en la ciudad de Manta. Por favor sírvase contestar las siguientes preguntas.

NOMBRE: María Cevallos

NOMBRE NEGOCIO COMERCIAL: MARCYBER

1. ¿QUE TIPO DE NIVEL DE ESTUDIO POSEE?

Solo pude alcanzar a la mitad de mis estudios en la Universidad, me retire por temas familiares.

2. ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA EJERCIENDO LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE SU ACTUAL NEGOCIO?

La actividad la llevo ejerciendo alrededor de 3 años.

3. ¿QUE OBSTÁCULOS ENCONTRÓ PARA EMPRENDER SU NEGOCIO?

El mayor obstáculo fueron los permisos municipales, mucha documentación solicitar.

4. ¿EL PRODUCTO O SERVICIO QUE USTED BRINDA ES PARA SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS QUE LO ADQUIEREN?

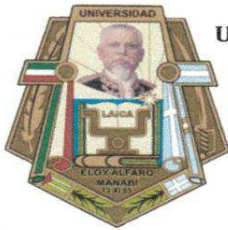
En su totalidad sí, ya que es donde tengo ubicado mi negocio muchos necesitan del servicio.

5. ¿PARA USTED QUE CARACTERÍSTICAS DEBE TENER UN EMPRENDEDOR?

Principalmente debe tener paciencia, tener coraje y también conocimiento.

6. ¿QUE CAMBIOS DEL ENTORNO PUEDEN AFECTAR AL ÉXITO DE SU NEGOCIO?

Podría afectar, en que exista un negocio similar, y también que haya incremento en los valores del producto y servicios.



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE ECONOMÍA

ENTREVISTA



INTRUCCIONES:

La presente entrevista tiene como objetivo conocer su opinión sobre el emprendimiento empresarial de los comerciantes minoristas en la ciudad de Manta. Por favor sírvase contestar las siguientes preguntas.

NOMBRE: Rosa Aluxaida

NOMBRE NEGOCIO COMERCIAL: DESPENSA Y BAZAR ROSITA

1. ¿QUE TIPO DE NIVEL DE ESTUDIO POSEE?

Llegue solo a los primeros años de Universidad en la carrera de Medicina, pero me cansé y me retire.

2. ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA EJERCIENDO LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE SU ACTUAL NEGOCIO?

Hevo ejerciendo la actividad en mi negocio ya 20 años.

3. ¿QUE OBSTÁCULOS ENCONTRÓ PARA EMPRENDER SU NEGOCIO?

No creo que tuve algún obstáculo, ya que cuando comencé busque por mis propios medios, compraba para el uso de mi familia y de ahí vendía.

4. ¿EL PRODUCTO O SERVICIO QUE USTED BRINDA ES PARA SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS QUE LO ADQUIEREN?

Todos los productos satisfacen a mis clientes.

5. ¿PARA USTED QUE CARACTERÍSTICAS DEBE TENER UN EMPRENDEDOR?

Debe tener carácter, ser optimista y ser realista.

6. ¿QUE CAMBIOS DEL ENTORNO PUEDEN AFECTAR AL ÉXITO DE SU NEGOCIO?

Podría ser la competencia, pero no en su totalidad, ya que de ellos se puede mejorar.



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA DE ECONOMÍA

ENTREVISTA



INTRUCCIONES:

La presente entrevista tiene como objetivo conocer su opinión sobre el emprendimiento empresarial de los comerciantes minoristas en la ciudad de Manta. Por favor sírvase contestar las siguientes preguntas.

NOMBRE: Jessica Mendoza

NOMBRE NEGOCIO COMERCIAL: VARIEDADES ANDREA WARELI

1. ¿QUE TIPO DE NIVEL DE ESTUDIO POSEE?

No termine la secundaria, llegue hasta 4to año de colegio.

2. ¿CUÁNTOS AÑOS LLEVA EJERCIENDO LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE SU ACTUAL NEGOCIO?

En mi negocio llevo ejerciendo esta actividad 7 años.

3. ¿QUE OBSTÁCULOS ENCONTRÓ PARA EMPRENDER SU NEGOCIO?

Principalmente la falta de capital porque con \$80 que investi, no podía acceder a préstamos, otro obstáculo también fue en parte la competencia.

4. ¿EL PRODUCTO O SERVICIO QUE USTED BRINDA ES PARA SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS QUE LO ADQUIEREN?

Si todas las personas encuentran en mi negocio lo que necesitan quedando satisfechas.

5. ¿PARA USTED QUE CARACTERÍSTICAS DEBE TENER UN EMPRENDEDOR?

Que sea de salir adelante, ser optimista y luchador.

6. ¿QUE CAMBIOS DEL ENTORNO PUEDEN AFECTAR AL ÉXITO DE SU NEGOCIO?

Pueden afectar al éxito de mi negocio el que exista similares tiendas como la mía, y también las vías en construcción.