

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: GERENCIA Y LIDERAZGO**

**Tesis previa a la obtención del título de: INGENIEROS EN GERENCIA Y  
LIDERAZGO**

**TEMA:  
“ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS MICROEMPRESAS  
FORMALES DEL SECTOR COMERCIAL EN LA PARROQUIA DE  
CUMBAYÁ”.**

**AUTORES:  
JOSÉ MARCELO MAIGUA CACHIMUEL  
JUAN CARLOS PAUCAR GUALOTUÑA**

**DIRECTOR:  
NICOLÁS COLLAGUAZO SUQUILLO**

**Quito, mayo de 2015**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, mayo de 2015

---

José Marcelo Maigua Cachimuel  
C.C 1711151215

---

Juan Carlos Paucar Gualotuña  
C.C 1715356208

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a Dios por encaminarme con respeto, dedicación, y esfuerzo; a mis padres por brindarme su incondicional apoyo y comprensión además de su enorme sabiduría.

Juan Carlos Paucar Gualotuña

A Dios Todopoderoso por encaminarme con respeto, por mostrarme la luz de la sabiduría en todo momento.

A Jesucristo nuestro Señor, hecho hombre por escucharme en todo momento.

A mis padres, Narciso y Luz María quienes han contribuido y estimado con educación y esfuerzo en mi formación moral y espiritual; a ellos por brindarme su incondicional apoyo y comprensión además de su enorme sabiduría

A mi hijo Jusús Marcel Manigua Peñafiel por ser la más grande inspiración en mi vida

José Marcelo Maigua Cachimuel

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Politécnica Salesiana por aportar con todo lo que necesitamos en el desarrollo de la tesis.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1.....</b>	<b>3</b>
<b>ESTUDIO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>3</b>
1.1 Reseña histórica.....	3
1.2 Antecedentes .....	4
1.3 Planteamiento del problema.....	6
1.5. Objetivos .....	7
1.5.1 Objetivo general .....	7
1.5.2 Objetivos específicos .....	7
1.6 Justificación.....	7
1.7 Marco teórico .....	8
1.8 Hipótesis.....	11
1.9 Metodología .....	11
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>13</b>
<b>ANÁLISIS DEL ENTORNO SITUACIONAL .....</b>	<b>13</b>
2.1 Estudio macroeconómico .....	13
2.1.1 Producto Interno Bruto (P.I.B).....	13
2.1.2 P.I.B por industria .....	16
2.2. Aspectos socioeconómicos .....	18
2.2.1 Características de la estratificación.....	19
2.2.2 Estratificación socioeconómica.....	20
2.2.3 Representatividad de los estratos sociales.....	26
2.3 Diagnóstico socio económico de la parroquia Cumbayá .....	26
2.3.1 Actividades económicas en la parroquia Cumbayá .....	27
2.3.2 Características demográficas de la parroquia Cumbayá .....	30
2.3.3 Condiciones educativas de la población de la parroquia Cumbayá .....	33
2.3.4 Seguridad social de la población de la parroquia Cumbayá .....	36
2.3.5 Acceso a servicios en la parroquia Cumbayá.....	37

2.3.6 Características de las viviendas de la parroquia Cumbayá .....	39
<b>CAPÍTULO 3.....</b>	<b>44</b>
<b>METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Condiciones de vida .....	44
3.1.1 Características de las condiciones de vida .....	44
3.1.3 Indicadores de las condiciones de vida .....	45
3.1.4 Variables de las condiciones de vida .....	45
3.1.5 Medición de las condiciones de vida .....	46
<b>CAPÍTULO 4.....</b>	<b>47</b>
<b>OPERATIVIZACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Proceso de diseño de la encuesta .....	47
4.2. Metodología para la aplicación de la encuesta.....	51
4.2.1 Lugar de aplicación de las encuestas. ....	51
4.2.2 Proceso de recolección de información.....	51
<b>CAPÍTULO 5.....</b>	<b>56</b>
<b>FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS CONDICIONES ACTUALES DE LASMICROEMPRESAS COMERCIALES DE CUMBAYÁ .....</b>	<b>56</b>
5.1 Factores relacionados con la infraestructura de las microempresas.....	56
5.2 Factores relacionados con la economía de las microempresas .....	61
5.3 Factores relaciondos con aspectos socio culturales de las microempresa.....	78
5.4 Análisis de la información obtenida.....	<b>91</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>95</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>97</b>
<b>LISTA DE REFERENCIAS .....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>1011</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación de la parroquia Cumbayá.....	5
Figura 2. Producto Interno Bruto/5 periodos .....	155
Figura 3. Contribución porcentual de las industrial al P.I.B/5 periodos .....	177
Figura 4. Porcentaje de ingreso anual de los sectores productivos de Cumbayá..	278
Figura 5. Pepresentación porcentual de la población/edad en la parroquia Cumbayá .....	3030
Figura 6. Población con discapacidad permanente en la parroquia Cumbayá .....	31
Figura 7. Representatividad de diferentes grupos étnicos en la parroquia Cumbayá	32
Figura 8. Distribución de la población de 5 años y más que estudia en Cumbayá ....	34
Figura 9. Distribución del nivel educativo de la población de la parroquia Cumbayá .....	35
Figura 10. Distribución de afiliación al seguro de la población de Cumbayá .....	37
Figura 11. Distribución de las viviendas particulares en la parroquia Cumbayá.....	40
Figura 12. Material del techo de las viviendas en la parroquia Cumbayá .....	41
Figura 13. Material del piso de las viviendas en la parroquia Cumbayá .....	42
Figura 14. Material de las paredes de las viviendas en la parroquia Cumbayá .....	43
Figura 15. Diagrama de flujo general de la encuesta .....	48
Figura 16. Cronograma general de la encuesta .....	49
Figura 17. Mapa de lugares estrategicos de Cumbayá.....	51
Figura 18. Flujograma del proceso de recolección de la información .....	54
Figura 19. Cronograma operativo de la encuesta.....	55
Figura 20. Area aproximada de los estabecimientos comerciales de Cumbayá .....	57
Figura 21. Servicios utilizaos en las microempresas comerciales de Cumbayá .....	58
Figura 22. Disponibilidad de extinguidor de incendio y salidas de emergencia... 59	59
Figura 23. Seguros privados contrataos en locales comerciales por de Cumbayá..	600
Figura 24. Gasto patentes e impuestos en microempresas comerciales de Cumbayá622	
Figura 25. Gasto arriendo en los establecimientos comerciales de Cumbayá .....	633
Figura 26. Gasto servicio de agua potable en locales comerciales de Cyáumba ...	644
Figura 27. Gasto servicio energía eléctrica en locales comerciales de Cumbayá....	655
Figura 28. Gasto servicio telefónico en establecimientos comerciales de Cumbayá .....	656

Figura 29. Gasto servicio internet en los establecimientos comerciales de Cumbayá .....	677
Figura 30. Gasto sueldos y salarios en locales comerciales de Cumbayá.....	68
Figura 31. Inversión mensual mercaderías en locales comerciales de Cumbayá .....	69
Figura 32. Créditos efectivos a microempresas comerciales de Cumbayá .....	70
Figura 33. Tasas de interés de los créditos microempresariales en Cumbayá .....	71
Figura 34. Instituciones financieras preferidas por microempresarios de Cumbayá .	72
Figura 35. Dias de mayor afluencia de personas en las microempresas de Cumbayá	73
Figura 36. Meses de mayor venta en establecimientos comerciales de Cumbayá..	744
Figura 37. Número de clientes que ingresa semanalmente a las microempresas...	755
Figura 38. Ingreso mensual en establecimientos comerciales de Cumbayá .....	76
Figura 39. Ingresos adicionales en la familia del emprendedor de Cumbayá.....	777
Figura 40. Productos que expenden los establecimientos comerciales de Cumbayá .....	778
Figura 41. Productos de mayor venta en establecimientos comerciales de Cumbayá .....	79
Figura 42. Inicio de actividades comerciales en las mcroempresas de Cumbayá....	800
Figura 43. Capital inicial de las microempresas comerciales de Cumbayá .....	81
Figura 44. Número de trabajadores en las microempresas comerciales de Cumbayá .....	822
Figura 45. Afiliacion al I E S S en las microempresas comerciales de Cumbayá ...	833
Figura 46. Beneficio para los trabajadores de las microempresas de Cumbayá .....	844
Figura 47. Capacitacion a empleados de microempresas comerciales de Cumbayá	85
Figura 48. Fracuencia de capacitacion a trabajadores de las microempresa.....	866
Figura 49. Nivel de estudios de los microempresarios del sector comercial .....	877
Figura 50. Motivos para la inversión en las microempresas comerciales.....	889
Figura 51. Edad de los familiares de los microempresarios de Cumbayá .....	90
Figura 52. Condicion de la vivienda del comerciante formal de Cumbayá.....	911



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Producto Interno Bruto por industria durante 5 periodos .....	134
Tabla 2. Aporte de las industrias al PIB/5 periodos.....	16
Tabla 3. Características del estrato “A” .....	2020
Tabla 4. Características del estrato ”B” .....	211
Tabla 5. Características del estrato “C +” .....	222
Tabla 6. Características del estrato “C-“ .....	244
Tabla 7. Características del estrato “D” .....	255
Tabla 8. Establecimientos por sectores en la parroquia Cumbayá.....	277
Tabla 9. Actividad a la que se dedican en la parroquia Cumbayá .....	299
Tabla 10. Edad de la población de la parroquia Cumbayá.....	3030
Tabla 11. Población con discapacidad en la parroquia Cumbayá.....	311
Tabla 12. Grupos étnicos presentes en la parroquia cumbayá .....	322
Tabla 13. Promedio de personas/hogar en la parroquia Cumbayá.....	333
Tabla 14. Población de 5 años y más que asiste a un centro educativo de Cumbayá33	
Tabla 15. Nivel de estudios más alto que asiste o asistió la población de Cumbayá 34	
Tabla 16. Condición de alfabetismo de la población de 15 y más años de Cumbayá 35	
Tabla 17. Afiliación al seguro de la población de 12 y más años de Cumbayá.....	36
Tabla 18. Acceso a servicios básicos en la parroquia Cumbayá.....	37
Tabla 19. Acceso a otros servicios en la parroquia Cumbayá.....	39
Tabla 20. Tipo de viviendas existentes en la parroquia Cumbayá.....	39
Tabla 21. Material del techo de las viviendas en la parroquia Cumbayá.....	40
Tabla 22. Material del piso de las viviendas de la parroquia de Cumbayá .....	41
Tabla 23. Material de las paredes de las viviendas de la parroquia Cumbayá.....	42
Tabla 24. Presupuesto para la realización de la encuesta.....	50
Tabla 25. Disponibilidad de parqueaderos en los comerciales de Cumbayá .....	56
Tabla 26. Área aproximada (m <sup>2</sup> ) de los locales comerciales de Cumbayá .....	56
Tabla 27. Condición de ocupación de los locales comerciales de Cumbayá .....	57
Tabla 28. Servicios utilizados en las microempresas comerciales de Cumbayá.....	58
Tabla 29. Existencia de extinguidor de incendio y salida de emergencia en locales 59	
Tabla 30. Seguros contratados por las microempresas comerciales de Cumbayá ....	60
Tabla 31. Condición de formalidad de las microempresas comerciales de Cumbayá61	
Tabla 32. Valor de patentes e impuestos para las microempresas de Cumbayá ....	611

Tabla 33. Valor del canon de arrendamiento en locales comerciales de Cumbayá	622
Tabla 34. Valor del servicio de agua potable para locales comerciales de Cumbayá	633
Tabla 35. Valor del servicio de energía eléctrica para los comercios de Cumbayá	644
Tabla 36. Valor del servicio telefónico para locales comerciales de Cumbayá.....	655
Tabla 37. Valor del servicio de internet en locales comerciales de Cumbayá.....	666
Tabla 38. Valor del pago de sueldos y salarios en locales comerciales de Cumbayá	677
Tabla 39. Valor de la inversión mensual mercaderías en comercios de Cumbayá .	688
Tabla 40. Relacion microempresa-credito en el sector comercial de Cumbayá .....	69
Tabla 41. Tasa de interés aplicada en créditos de las microempresas de Cumbayá .	71
Tabla 42. Instituciones que otorgan credito a las microempresas de Cumbayá.....	71
Tabla 43. Afluencia de personas en las microempresas comerciales de Cumbayá	722
Tabla 44. Meses que registran mayores ventas los comercios de Cumbayá.....	733
Tabla 45. Clientes que ingresan semanalmente a las microempresas de Cumbayá	744
Tabla 46. Promedio de ingreso mensual en locales comerciales de Cumbayá .....	756
Tabla 47. Suficiencia del ingreso del local para la familia del emprendedor .....	76
Tabla 48. Número de personas que perciben ingresos adicionales en la familia.....	77
Tabla 49. Productos que se venden en las microempresas de Cumbayá .....	788
Tabla 50. Productos más vendidos en las microempresas comerciales de Cumbayá	79
Tabla 51. Fecha inicial de actividades microempresariales en el sector de Cumbayá	800
Tabla 52. Capital inicial de las microempresas comerciales de Cumbayá .....	811
Tabla 53. Número de trabajadores en las microempresas comerciales de Cumbayá	822
Tabla 54. Afiliacion al I E S S de los trabajadores de microempresas comerciales .	83
Tabla 55. Beneficios para empleados de establecimientos comerciales de Cumbayá	844
Tabla 56. Capacitación a los trabajadores de las microempresas comerciales .....	855
Tabla 57. Frecuencia de capacitacion de los empleados de locales comerciales.....	866
Tabla 58. Nivel de estudios de los emprendedores de los comercios de Cumbayá...	877
Tabla 59. Pretención de los microempresarios a invertir en locales de Cumbayá..	888
Tabla 60. Motivación de los emprendedores para invertir en su microempresa.....	888
Tabla 61. Edad de los familiares de los microempresarios de Cumbayá.....	889

Tabla 62. Condicion de ocupación la vivienda del comerciante de Cumbayá..... 900

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Fotografía Iglesia de Cumbayá.....	101
Anexo 2. Lista de establecimientos de Cumbayá.....	102
Anexo 3. Encuesta para el análisis de las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá.....	103

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo establecer las características de las condiciones de vida real en las que se desenvuelven las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá. Tomando en cuenta hasta la presente fecha no se ha encontrado datos pormenorizados de emprendedores comerciales en este segmento por lo cual se utilizó la aplicación de la encuesta personal como instrumento de medición.

En los resultados se observan características que afectan a la microempresa como las siguientes. La mayoría de locales del sector son arrendados y pagan de \$100 a \$1.700 dólares. Más de la mitad no tienen créditos con instituciones financieras, los meses de mayor venta son mayo y diciembre. Para la mayoría de microempresas el nivel de ingreso mensual es suficiente a fin de mantener a su familia y estos van desde \$150 a \$10.000 dólares o más. En la familia del microempresario como mínimo 1 persona, máximo 5 perciben un ingreso adicional. Los productos más vendidos en este sector son los de primera necesidad y los suntuarios. En la mitad de locales no se sabe el monto del capital inicial, la mayoría de microempresas tiene de 1 a 5 empleados y sus gastos en sueldos están de entre \$349 y \$1.750 dólares. La mayoría de propietarios tiene como nivel de instrucción bachillerato o estudio superior.

La parroquia Cumbayá es un sector en expansión de los emprendedores que se dedican al comercio, los mismos deben mejorar estableciendo un diagnóstico de su empresa para que tomen las decisiones que les lleven a una mejora y así conseguir el “Sumak Kawsay”, vivir bien para el empresario y su entorno.

## **ABSTRACT**

This degree work aims to establish the characteristics of real life conditions where formal microenterprises in the commercial section operate in Cumbayá parish; Taking into account until the present date. It does not find detailed data in commercial entrepreneurs of this segment. So, the personal application survey was used as a measuring tool.

In the results characteristics affecting microenterprises as the following are observed. The majority of locals of this sector are leased and paid from \$100 to \$1,700. More than half do not have credits with the financial institutions. The months of selling, a lot, are May and December. For most microenterprises monthly income is sufficient to support families and these range from \$150 to \$10,000 or more.

In the family of microenterprises a person as minimum and maximum 5 perceive and additional income. Best selling products in this sector are the necessities and luxuries. Initial capital is not known among microenterprises in the middle of all locals. Most of microenterprise shaves from 1 to 5 employees and salary costs are within \$349 and \$ 1,750. Level of instruction of most owners is baccalaureate or higher students.

The Cumbayá parish is an expanding sector entrepreneurs engaged in trade. They should improve establishing a diagnosis on the situation of their companies to take decisions that lead them to an improvement and to achieve the "Sumac Kawsay", life quality, for entrepreneurs and their environment.

The urban growth of the capital city extends into their parishes which present a unique expansion due to existence of its own characteristics, such as the Cumbayá parish.



## INTRODUCCIÓN

El desarrollo urbanístico de las ciudades y sobre todo de la ciudad capital se expande hacia su alrededor y abarca las parroquias como es el caso de la parroquia Cumbayá, lugar donde se incrementan proyectos de vivienda a paso acelerado, no obstante este comportamiento tiene su razón de ser en las características propias de este sector debido a su clima exclusivo que hacen de Cumbayá un lugar maravilloso y preferido por propios y extraños; quienes a su vez demandan una variedad de productos que pueden encontrar en locales comerciales y evitar el traslado a otras parroquias; con la finalidad de que dichos establecimientos comerciales puedan abastecer de productos, eficientemente a los residentes de esta parroquia y sus alrededores. Resulta necesario analizar las características de las condiciones de vida en las que se desenvuelven las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá lo cual servirá como referente para la implementación de mejoras en las microempresas que se dedican a las actividades comerciales ya que actualmente no existen datos reales sobre las condiciones de vida en este importante sector comercial. De igual forma, este sector comercial genera ingresos para el emprendedor, sus familias y en muchos casos para sus trabajadores.

Por lo cual se realizó una reseña de la parroquia Cumbayá referente a su origen e historia. Además se presentó un contexto nacional actual de aspectos macroeconómicos relacionados con las industrias nacionales y el P I B, una clasificación de los estratos sociales en Ecuador con sus respectivas características tomando como referencia un estudio hecho por el INEC; así como las características sociales y económicas de la población de la parroquia Cumbayá tomando como base los datos del INEC. Para la recopilación de datos se aplicó un muestreo dirigido y se utilizó la encuesta como herramienta fundamental para la recolección de una información específica y detallada sobre las características actuales y tendencias relacionadas con las condiciones de vida de las microempresas que se dedican al comercio en la parroquia Cumbayá; lo mismo se realizó con el emprendedor y su familia del emprendedor y su familia para determinar la situación real de este sector. La encuesta fue direccionada a la obtención de datos que identifiquen variables relacionadas con la infraestructura de los establecimientos comerciales, ya que presentan diferencias en cuanto a su área, situación en ocupación el establecimiento, existencia de extinguidor de incendio y salida emergencia; características



económicas como el valor del gasto por arriendo, gasto en servicios básicos, sueldos y salarios, valor de la inversión mensual en mercaderías, acceso a crédito, meses de mayor venta, productos más vendidos, nivel de ingresos mensuales, entre otros; así mismo, los factores socioculturales como el número de trabajadores que tienen las microempresas, afiliación al IESS, nivel de estudio de los emprendedores, motivación para invertir en sus establecimientos, situación en ocupación de la vivienda de los microempresarios, entre otros.

# CAPÍTULO 1

## ESTUDIO DEL PROBLEMA

### 1.1 Reseña histórica

Cumbayá, del quichua cumba de cumpa, compañero; ya si: si son compañeros. Cumbayá en la colonia fue conocido también como “Tierra de Guabas” “Las tierras de Cumbayá fueron tan apreciadas por los Incas que se convirtieron, en parte, en propiedades privadas adscritas a la familia Inca Atahualpa. En tiempos coloniales Cumbayá se justificó como una encomienda consolidada con la presencia de la Iglesia. Con la construcción de la vía Interoceánica que acortó las distancias y facilitó su rol de ciudad dormitorio, por lo que las características urbano rurales que se apreciaban hasta la década de los setenta, han sufrido una transformación física y social que amenaza en convertirla en una zona despersonificada. Es importante entender que Cumbayá era una estación de parada del tren en su recorrido desde Chimbacalle a Ibarra. Con el tiempo se convirtió de un pueblo de paso a un asentamiento de quintas y haciendas gracias a su microclima favorable. A tan solo 20 minutos de Quito, Cumbayá es una parroquia cuyo legado histórico data de épocas preincaicas, pues allí se han hallado numerosos vestigios del Quito aborigen (Junta Parroquial de Cumbayá, 2011)

Existen algunas versiones y relatos sobre el origen de su nombre. Uno de ellos es que esta zona era visitada con frecuencia por los yumbos o maibundas y que algunos de ellos se quedaron a poblar estas tierras, entre ellos se encontraba una pareja cuya unión de sus nombres dio lugar a este término: Cumba (él) y Ya (ella). Otra de las versiones es que la religión católica tuvo que ver con esta denominación, pues en idioma hebreo Cumbayá significaría Dios con nosotros. (Junta Parroquial de Cumbayá, 2011)

Camino a Cumbayá sube la temperatura y el ambiente rural demarca un contraste agradable. Esta parroquia pasó de ser un área agrícola a constituirse en una zona residencial y comercial. De ahí que en ella se han asentado varios centros

comerciales, bares y restaurantes, tiendas de diseño y joyería que seducen a los viajeros.

El nombre del pueblo Cumbayá, según referencias o leyendas, indican que existieron por estas tierras un yumbo llamado *Cumba* y una mujer llamada *Ya* y que al casarse, su unión dio origen al nombre *Cumbayá*.

Considera el Padre Juan de Velasco que la religión, leyes y costumbres, son fenómenos psicológicos que difícilmente se pueden conservar por las modificaciones culturales, en cambio se puede modificar pero no borrar el nombre específico de un lugar, los toponímicos son los únicos documentos que han quedado de los Quitus, por la lista que el Padre Juan de Velasco nos transcribe en la historia, partimos de esta base para hacer la respectiva interpretación de *Cumbayá*.

*Cumbayá*, del colorado KUM = "tronar"; BAI del PLIO = "dos" en Cayapa y YA = "casa". A Cumbayá se le ha completado anteponiéndole el nombre de San Pedro, en honor al santo más venerado en esta parroquia y otras numerosas de la serranía ecuatoriana. Siendo eminentemente agrícola, cuando en algunas temporadas se prolongaba y acentuaba la sequía, se recurría a los favores de San Pedro con plegarias y procesiones para que vuelvan las lluvias, favores que muchas veces sucedían o coincidían, reverdeciendo los sembríos y alegrando el ánimo de los campesinos. Otra versión es que sacerdotes y pobladores de algunas parroquias, decidieron poner a éstas bajo la protección de algunos santos, cuyos nombres se anteponen a los tradicionales, esta es otra de las probabilidades del nombre San Pedro de (Junta Parroquial de Cumbayá, 2011)

## **1.2 Antecedentes**

En el valle de Cumbayá existe una Parroquia ubicada a 10 Kilómetros al oriente de la Capital y se caracteriza por ser una de las parroquias más antiguas del Ecuador fundada el 29 de Junio de 1571; la que registra el mayor crecimiento urbano.

Entre los lugares que caracterizan al sector tenemos la iglesia de Cumbayá, la cual fue edificada por los años 1600, otro sitio característico de interés son los recorridos interesantes desde la línea férrea donde se aprecia un espléndido paisaje rodeado por el cauce del río San Pedro.

La parroquia de Cumbayá tiene una extensión aproximada de 24, 12 km<sup>2</sup> su altitudes de 2 433 m.s.n.m esta ubicación hace que este lugar sea agradable para los pobladores del sector y para quien visita esta parroquia.

La zona limítrofe de este importante sector se podría delimitar de la siguiente manera, al norte: Parroquia Nayón; al sur: Parroquia Guangopolo; al este: Parroquia Tumbaco; al oeste: Distrito Metropolitano de Quito. Esta importante parroquia está presidida por Sr. Gustavo Valdez. Presidente de la Junta Parroquial de Cumbayá, su Población fluctúa entre: 30.000 y 40.000 habitantes Este lugar se encuentra en Quito, Pichincha, Ecuador, sus coordenadas geográficas son 0 ° 12 '0 "Sur, 78 ° 26' 0" W. Llegamos a ver en uno de los termómetros hasta 26 grados en días soleados. Son sólo quinientos metros de altura la diferencia con Quito, pero el ambiente, el clima, la vegetación, inclusive la arquitectura varía (Junta Parroquial de Cumbayá, 2011)

Mapa de ubicación de la parroquia Cumbayá



*Figura 1.* Localización de Cumbayá y parroquias aledañas.  
Fuente: Googlemaps

### **1.3 Planteamiento del problema**

Las familias migrantes que vieron a la parroquia Cumbayá como una zona residencial con agradable clima y cerca a los diversos sectores de la capital se suman a una población nativa que juntos conforman un conglomerado considerable en expansión, los mismos que requieren insumos y productos que necesariamente tendrán que ser adquiridos en la parroquia, consecuentemente para lograr una eficiente comercialización de productos que satisfagan las necesidades de la población brindando beneficios para el demandante de productos y rentabilidad para las microempresas formales del sector debemos partir de un análisis actual de las condiciones de vida de dichas microempresas para trabajar en la mejorara, ampliación o en una liquidación del emprendimiento micro empresarial

De los 8000 habitantes que tenía la parroquia de Cumbayá en 2010, se incrementaron a 33 mil, con una tasa de crecimiento anual de 6,9%, superior a la de Quito (2,6%). Esto, porque en los últimos 15 años proliferaron las construcciones para vivienda en un 700%, según datos de la Administración de Tumbaco.

Con el boom de la construcción, esta parroquia pasó de ser un sitio eminentemente agrícola a convertirse en una zona residencial, preferida por las clases media-alta y alta (80% de la población total). Con el resultado del desarrollo de la ciudad de Cumbayá en los últimos diez años, y la transformación de ésta en una ciudad satélite. (Junta Parroquial de Cumbayá, 2011)

### **1.4 Delimitación**

El Análisis de las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá se realizara con datos obtenidos al momento de levantamiento de la información que se recolectara en el estudio de campo en la Parroquia de Cumbayá y que comprende el principal sector comercial de esta parroquia.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1 Objetivo general**

Analizar las características de las condiciones de vida en las que se desenvuelven las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá.

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Identificar un instrumento de medición que permita analizar las condiciones de Vida de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá.
- Operativizar el instrumento de medición planteado que permita la tabulación sistematizada de los datos obtenidos de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia de Cumbayá.
- Determinar los factores que permitan el desarrollo de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá.

## **1.6 Justificación**

Actualmente las instituciones gubernamentales que manejan datos acerca de las microempresas no poseen un estudio sobre las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia de Cumbayá por lo que es imprescindible ubicar un contexto actual y verídico para poder tener un análisis sobre diversos aspectos de los comercios de esta parroquia especialmente en cuanto a las condiciones socioeconómicas por las que atraviesa el microempresario y su familia así como datos de la microempresa a cerca de su situación financiera, administrativa y contable , los mismos que ayudarán en el diagnóstico de diferentes aspectos de las condiciones actuales en las que se desenvuelven los comercios del sector, información que se obtendrán apoyándonos en un instrumento de medición confiable (la encuesta) que luego de su aplicación servirá como un conjunto de datos reales que contribuyan para la toma de decisiones que afecten a las microempresas a corto, mediano y largo plazo, así como para la identificación de problemas que podrían ser superados para brindar un mejor servicio a la comunidad y obtener mayor rentabilidad en sus establecimientos comerciales y con ello consolidar el Sumak Kawsay, vivir bien.

## **1.7 Marco teórico**

Si bien los ingresos económicos de la microempresa no cubrirán todas las necesidades del emprendedor y su familia sobre todo en lo afectivo, psicológico emocional, moral, respeto para sí mismo y para la pacha mama; la generación de ingresos proporciona un bienestar básico punto de partida para llegar al Sumak Kawsay

### **Sumak Kawsay**

La idea del sumak kawsay o suma qamaña: nave en la periferia mundial y no contiene los elementos engañosas del desarrollo convencional. (...) la idea proviene del vocabulario de pueblos otrora totalmente marginados, excluidos de la respetabilidad y cuya lengua era considerada inferior, inculta, incapaz del pensamiento abstracto, primitiva. Ahora su vocabulario entra en dos constituciones (Tortosa, 2011)

Doris Soliz expone que “el Buen Vivir es vivir a plenitud de una forma social incluyente anclada en la interculturalidad y reconocer cosmovisiones distintas para interactuar y convivir entre sujetos diversos”. (SEMPLADES, 2010, pág. 9)

Por otra parte Corragio señala “Para la economía social el ser humano es el centro de la actividad económica y por lo tanto, la economía debe estar al servicio de la vida y no la vida en función de la economía, esto supone revertir la lógica perversa del capitalismo, para el que la acumulación del capital constituye el motor de la vida, la economía social por el contrario, plantea la generación de una economía plural en donde las lógicas de acumulación del capital y del poder estén subordinadas a la lógica de la reproducción ampliada de la vida para ello el trabajo es una noción central se trata entonces de apoyar las iniciativas económicas de la población desde la perspectiva del trabajo y no desde la perspectiva del empleo con el fin de garantizar que la riqueza quede directamente en manos de los trabajadores. (SEMPLADES, 2010)

Por otra parte si revisamos la Constitución de la República del Ecuador en el Título VI, Régimen el desarrollo, Capítulo 1, en los Principios Generales.

**Art. 275 Régimen de desarrollo. Planificación.-** El régimen de desarrollo es el conjunto organizado, sostenible y dinámico de los sistemas económicos, políticos, socio culturales y ambientales que garantizan la realización del buen vivir, del Sumak kawsay.

**Art. 277 Deberes del Estado.-** Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del estado:

7. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la constitución y la ley.  
(Constituyente, 2008)

En la ley orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solitario, Título 1; Del ámbito, objeto y principios

**Art. 1 Definición.-** Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio y comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

**Art. 4 Principios.-** Las personas y organizaciones amparadas por esta ley, en el ejercicio de sus actividades, se guiarán por los siguientes principios, según corresponda:

C) El comercio justo y consumo ético y responsable.  
(Constituyente, 2008)



#### **Artículo 4.- Definición de la Micro y Pequeña Empresa**

La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

(Blog de Agustina Castillo Gamarra)

#### **Términos**

**Comercialización:** una cosa es producir los bienes y otra es hacer que el público los adquiera. Para lograr esto último la empresa debe realizar determinadas actividades y aplicar ciertas técnicas; ambas consideradas en conjunto, reciben el nombre de comercialización. Son áreas propias de la comercialización las siguientes:

1. Empaque y embalaje.
2. Transporte.
3. Distribución (diseño, establecimiento, control y estudio de los canales de distribución).
4. Promoción, publicidad y marcas comerciales.
5. Venta.
6. Servicio posventa.
7. Investigación de mercados y productos.
8. Fijación de Precios.
9. Ferias y exposiciones. (Hernández, 2006, pág. 93)

**Desarrollo:** “aplicación concreta de los logros obtenidos en la investigación hasta que se inicia la producción comercial” (Sanz, 2002)

**Desarrollo endógeno:** “estrategia basada en las iniciativas y recursos locales, así como en el potencial dinámico de la demanda de la zona” (Sanz, 2002)

**Eficacia:** “indicador que mide el grado del cumplimiento de los objetivos fijados por una empresa” (Sanz, 2002)

**Encuesta personal:** “técnica de recogida de información que se realiza mediante entrevistas personales” (Sanz, 2002)

**Contabilidad financiera:** “también llamada externa o general, se ocupa fundamentalmente del tratamiento contable de las transacciones de la empresa con el

exterior, como por ejemplo: compras, ventas, cobros, pagos, etc. así como la elaboración de estados contables” (Sanz, 2002)

**Minorista:** “es un intermediario que se dedica a la venta de productos o servicios al por menor destinados a los consumidores finales. También se los denomina detallistas” (Sanz, 2002)

**Comerciante:** “persona que se dedica hábilmente al comercio bajo su responsabilidad y con capacidad legal suficiente” (Sanz, 2002)

**Comercio:** “actividad profesional consistente en la compra de bienes y servicios para su utilización o venta posterior con fines lucrativos” (Sanz, 2002)

## **1.8 Hipótesis**

El reciente crecimiento poblacional y urbanístico hace que exista mayor necesidad de adquirir bienes y servicios que los podrían ofrecer las microempresas formales del sector comercial de la parroquia Cumbayá las cuales tienen características similares relacionadas a financiamiento, número de trabajadores, liquidez, nivel de crecimiento, ahorro, rotación del capital, formación profesional micro empresarial y otras que existan en las microempresas del sector, las mismas que necesitarán un proceso de desarrollo que afirmaremos con el estudio de campo de la presente investigación.

## **1.9 Metodología**

En la presente investigación se aplicará los siguientes métodos investigativos:

El método inductivo se aplicara para identificar un instrumento de medición que nos permita analizar las condiciones de vida de las microempresas formales de la parroquia de Cumbayá y determinar el razonamiento y el análisis de medición de la problemática, desde sus causas y consecuencias para llegar a una generalización de los mismos.

Para operativizar los instrumentos de medición se aplicara el método deductivo el cual nos permitirá la tabulación sistematizada de los datos obtenidos de la microempresas de la parroquia de Cumbayá y así establecer aspectos generales, especificar normas, procedimientos y contenidos teóricos que ayudarán a fundamentar la investigación, lo cual posibilitará un marco teórico y determinar reflexiones valorativas con respecto a los hechos observados en la inducción.

Para poder determinar los factores que nos permitan el desarrollo de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia de Cumbayá se ha creído conveniente utilizar el método analítico el mismo que nos ayudara a establecer factores que existen entre los elementos que conforman dicha unidad micro empresarial y así poder seleccionar de forma clara la información científica necesaria, y además permitirá considerar los resultados del diagnóstico.

## CAPÍTULO 2

### ANÁLISIS DEL ENTORNO SITUACIONAL

#### 2.1 Estudio macroeconómico

Ubicado en la línea ecuatorial existe un país rico con una extensión de 283.561 km<sup>2</sup> una población 15.49 millones de habitantes y con la mayor cantidad de especies de flora y fauna por kilómetro cuadrado en el mundo con una riqueza impresionante en el aspecto cultural así como también en recursos materiales pero también con una experiencia en aspectos económicos como el feriado bancario, y la dolarización: en el paralelo 0 se encuentra la República del Ecuador.

#### 2.1.1 Producto Interno Bruto (P.I.B)

El P.I.B es el principal indicador macroeconómico que mide la producción de un país, por medio de este indicador se puede distinguir aspectos relacionados al ingreso per cápita, aumento o disminución en el sector comercial, productivo o de servicios, la comparación de la producción actual con la producción de años anteriores y también una comparación con otros países en aspectos productivos, el P.I.B. Como referente estadístico para ubicarnos en el contexto nacional regional y local.

Tabla 1.  
Producto Interno Bruto por industria durante 5 periodos

PRODUCTO INTERNO BRUTO (MILES DE DOLARES DE 2000)										
INDUSTRIA/PERIODO	2007	%	2008	%	2009	%	2010	%	2011	%
1 Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	1,959,415	8.74	2,061,756	8.58	2,076,144	8.61	2,062,058	9.08	2,184,676	8.11
2 Pesca	386,464	1.72	411,616	1.71	433,815	1.80	442,147	1.95	479,671	1.78
3 Explotación de minas y canteras	3,061,742	13.66	3,061,726	12.74	2,961,408	12.28	2,968,207	13.07	3,076,161	11.42
4 Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	3,090,781	13.79	3,341,096	13.90	3,290,211	13.64	3,511,421	15.46	3,752,172	13.93
5 Fabricación de productos de la refinación de petróleo	430,782	1.92	464,617	1.93	478,874	1.99	384,654	1.69	422,170	1.57
6 Suministro de electricidad y agua	199,792	0.89	240,196	1.00	211,002	0.87	213,908	0.94	280,138	1.04
7 Construcción	1,865,553	8.32	2,123,902	8.84	2,238,028	9.28	2,386,948	10.51	2,887,700	10.72
8 Comercio al por mayor y al por menor	3,365,406	15.02	3,586,582	14.92	3,503,294	14.52	3,724,601	16.40	3,960,725	14.71
9 Transporte y almacenamiento	1,639,215	7.31	1,728,525	7.19	1,792,317	7.43	1,837,464	8.09	1,949,963	7.24
10 Intermediación financiera	477,125	2.13	530,785	2.21	539,694	2.24	633,223	2.79	703,529	2.61
11 Otros Servicios	3,555,406	15.87	3,808,933	15.85	3,873,947	16.06	4,082,686	17.98	4,463,469	16.58
12 Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-619,556	(2.76)	-696,879	-2.90	-719,179	-2.98	-832,597	-3.67	-923,835	-3.43
13 Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	1,016,225	4.53	1,164,990	4.85	1,227,908	5.09	1,233,930	5.43	1,264,078	4.69
14 Hogares privados con servicio doméstico	31908	0.14	30,165	0.13	30,313	0.13	31,724	0.14	30,121	0.11
15 Otros elementos del PIB	1949395	8.70	2,174,479	9.05	2,181,679	9.05	2,302,944	10.14	2,397,452	8.90
<b>TOTAL</b>	<b>22,409,653</b>	<b>100</b>	<b>24,032,489</b>	<b>100</b>	<b>24,119,455</b>	<b>100</b>	<b>24,983,318</b>	<b>100</b>	<b>26,928,190</b>	<b>100</b>

Nota. Otros servicios= Hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a las empresas y hogares; educación; y salud. Fuente: Banco Central del Ecuador.

El Producto Interno Bruto que aporta la industria de la agricultura, ganadería, caza y silvicultura del 2007 al 2008 presenta una variación de 8.74% a 8.58% declinación porcentual independiente al valor absoluto que aumento en el 2008; el porcentaje de aporte con respecto al total del a P.I.B en esta industria decreció. El comercio al por mayor y al por menor decreció del 2007 al 2008 de 15.02% al 14.92% teniendo un comportamiento similar al de la industria de la agricultura y ganadería.

La variación en sector de la industria de la construcción es positiva en todos los periodos, hechos como la inversión en esta industria por parte de empresas nacionales y extranjeras, la solvencia económica de los ciudadanos, la estabilidad política y bancaria, las divisas por parte de los migrantes que deseaban construir sus casa en el país entre otras son características relacionadas con el incremento del P.I.B. (Banco Central, 2015)

En los años 2010 – 2011 la industria de la agricultura, ganadería, caza y silvicultura se incrementa en (122.618) miles de dólares; a pesar de la sequía en la región sierra y al invierno en la región costa que produjeron perdidas, otros factores negativos como la errónea distribución de los créditos otorgados por el Banco Nacional de Fomento, la incorrecto concesión de tierras, la mala organización de pequeñas industrias agrícolas son aspectos negativos que pueden afectar en el aumento de la producción. La explotación de minas y canteras incremento un (107.954) en miles de dólares destacándose la organización y distribución de las canteras, la nacionalización de las mismas por irregularidades como explotación a trabajadores, la no afiliación al seguro, personas indocumentadas, entre otras. El sector de la construcción ha tenido un incremento de (500.752) en miles de dólares factores como la estabilidad en los precios de los materiales para construcción, el incremento paulatino de los sueldos de los trabajadores por parte del gobierno en turno, la inversión china que llevo para la construcción de distintos proyectos del estales, la estabilidad laboral, el desarrollo los métodos de trabajo que anteriormente se lo hacían de una forma manual ahora es través de maquinaria bajando los costos de producción, los créditos otorgados por las instituciones financieras en beneficio de este sector. El comercio ha sufrido un incremento de (236.124) en miles de dólares esto en parte por condiciones laborales estables en sectores vulnerables, el desarrollo educativo en sectores olvidados, incentivos a los productos elaborados en nuestro país, en contraposición el contrabando que existe en la frontera con productos que

proviene de vecinos países de Colombia así como al sur el Perú provoca una competencia desleal en perjuicio de los comerciantes y productores Ecuatorianos, ya que algunos de sus productos son de mejor calidad y a menores precios el contrabando de gasolina, gas licuado de petróleo que en nuestro país se lo expende a bajos precios por subsidios existentes es llevado a los vecinos paises ocasionando un perjuicio al estado del cual se benefician, países como Colombia estos son hechos que afectan el desarrollo comercial de nuestro país y que requieren regulación en favor del comercio nacional. (Banco Central, 2015)

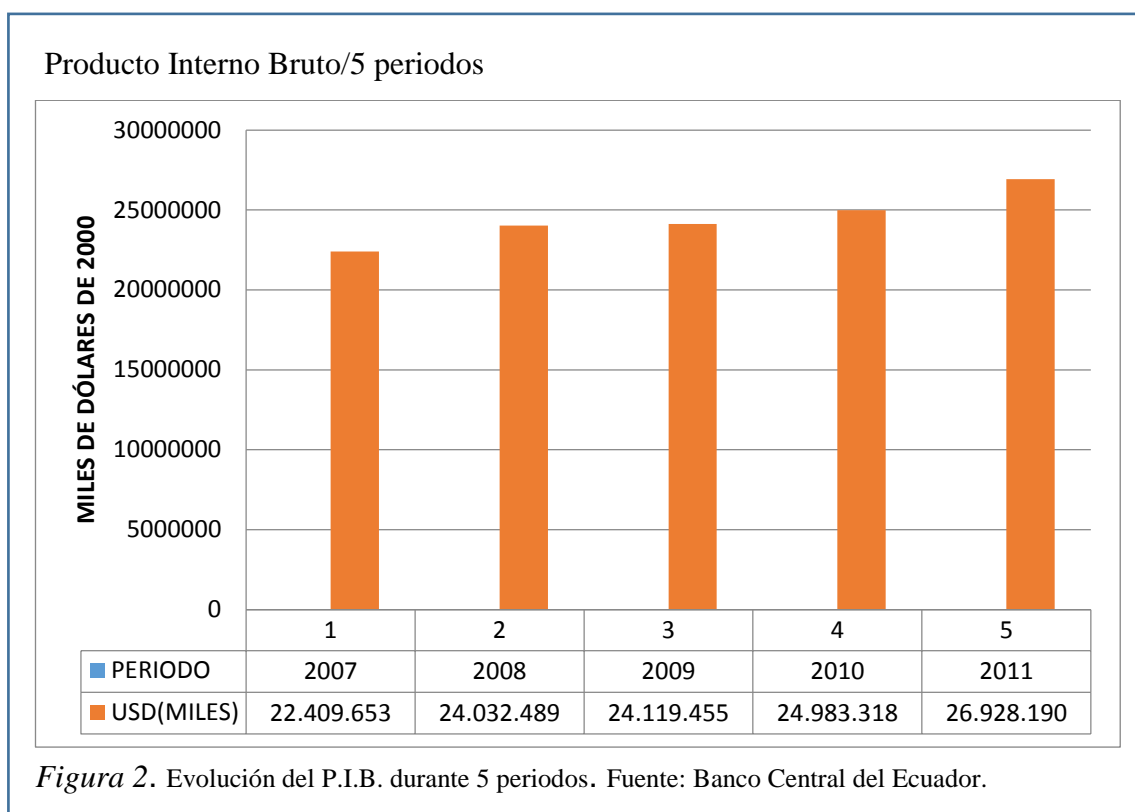


Figura 2. Evolución del P.I.B. durante 5 periodos. Fuente: Banco Central del Ecuador.

El P.I.B de la República del Ecuador tiene una tendencia ascendente en los cinco periodos de estudio lo que significa que en nuestro país cada periodo siguiente aumenta su producción y consecuentemente mejora el bienestar económico para la población; en promedio el P.I.B en el Ecuador es de 24,494,621 (miles de dólares del 2000) tomando como datos los 5 periodos de estudio, este comportamiento del P.I.B tiene que ver con aspectos relevantes en la economía como la estabilidad política y el modelo económico del país. (Banco Central, 2015)

### 2.1.2 P.I.B por industria

La clasificación de las empresas de acuerdo a la actividad que desarrollan crea sectores industriales que determinan el crecimiento del P.I.B y consecuentemente un mayor poder adquisitivo y mejores condiciones de vida para los habitantes; con los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador de 5 periodos consecutivos (2007-2011) obtendremos un promedio de aporte al P.I.B de acuerdo a la actividad en cada sector industrial.

Tabla 2.

*Aporte de las Industrias al P I B / 5 periodos*

	<b>Industria</b>	<b>Promedio</b>	<b>%</b>
1	Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	2068809.8	8%
2	Pesca	430742.6	2%
3	Explotación de minas y canteras	3025848.8	12%
4	Industrias manufacturas (excluye refinación de petróleo)	3397136.2	14%
5	Fabricación de productos de la refinación de petróleo	436219.4	2%
6	Suministro de electricidad y agua	229007.2	1%
7	Construcción	2300426.2	9%
8	Comercio al por mayor y al por menor	3628121.6	15%
9	Transporte y almacenamiento	1789496.8	7%
10	Intermediación financiera	576871.2	2%
11	Otros Servicios	3956888.2	16%
12	Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-758409.2	-3%
13	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	1181426.2	5%
14	Hogares privados con servicio doméstico	30846.2	0%
15	Otros elementos del P.I.B	2201189.8	9%
	<b>P.I.B</b>	<b>24494621</b>	<b>100%</b>

Nota. Valores=promedio de cada industria durante 5 periodos.Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Marcelo Manigua, Juan Paucar

Se encontró que las industrias con mayor representación en el P.I.B en estos periodos es la cuenta Otros Servicios: “Hoteles, Bares y Restaurantes; Comunicaciones; Alquiler de Vivienda; Servicios a las Empresas y Hogares; Educación; y, Salud.” con un promedio de 16.% de participación en el P.I.B así mismo dentro de las industrias que lo conforman tenemos que la cuenta Hogares Privados con Servicio Doméstico con él 0.013% promedio; es decir menos del 1% de influencia en el total del P.I.B en los cinco periodos. El sector de la construcción con el 9% de influencia

en la conformación del P.I.B señala la importancia de esta industria para el desarrollo económico y productivo, sector que en los últimos periodos se ha diversificado con la implementación de políticas públicas como el bono de la construcción y por parte de la inversión privada que ve la construcción de viviendas como un negocio rentable. En el sector comercial el porcentaje promedio de aporte al P.I.B es uno de los más representativos con el 15% superado solo por el sector otros servicios que es un conjunto de empresas y servicios englobados en una sola cuenta, el sector comercial es uno de los más representativos por el gran número de empresas y emprendimientos comerciales que se dedican a la compra y venta al por mayor y menor de mercancías mereciendo gran importancia puesto que contribuye al desarrollo económico del país.

Contribución porcentual de las industrias al P.I.B /5 periodos

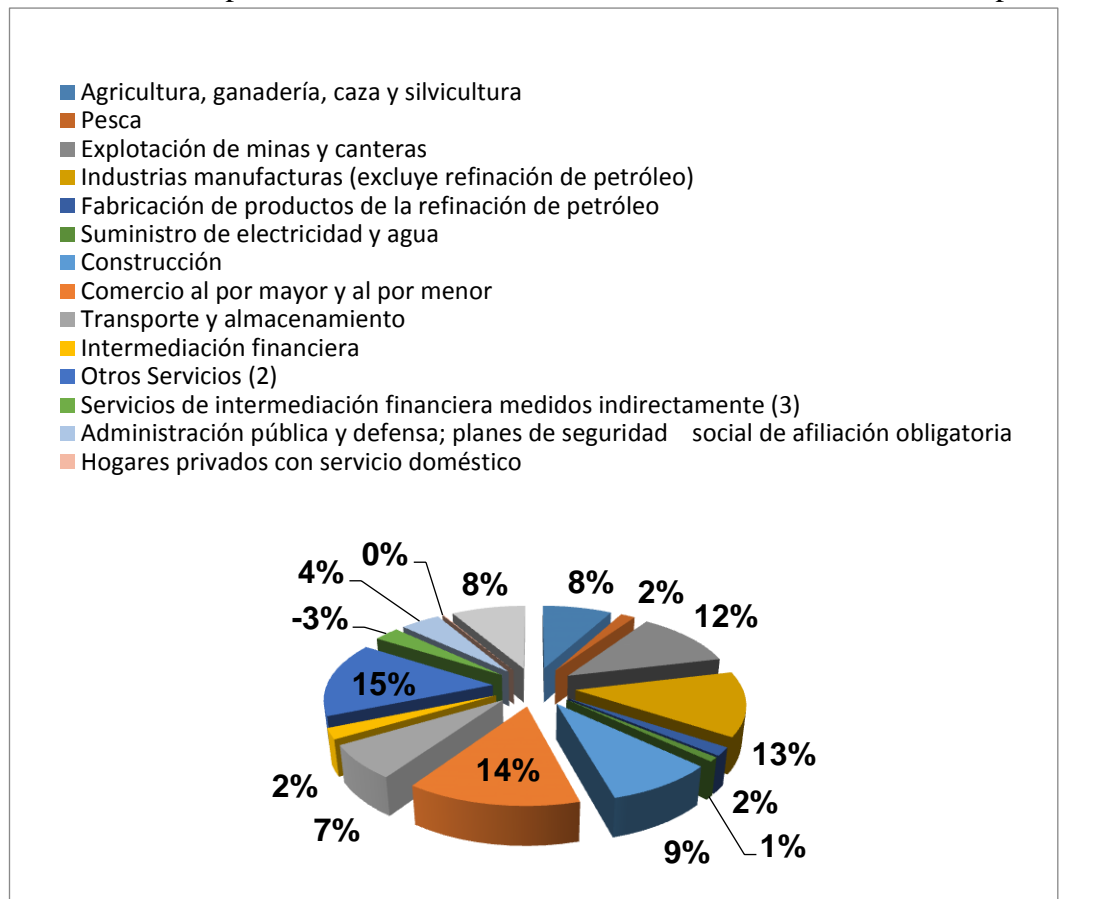


Figura 3. Contribución promedio de 5 periodos. Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar



El comercio es la actividad con la que muchas empresas se han dado a conocer en todo el mundo, implantando formas de ingresos con exportaciones tradicionales, como el sombrero de paja toquilla, la vestimenta tradicional que se produce en la sierra específicamente en Otavalo, Quisapincha, Cotacachi y otros lugares donde se fabrican adornos de calidad, productos innovadores y de bajos costos. Aunque la balanza comercial no es favorable para nuestro país, entre otras cosas porque tradicionalmente no ha existido un plan gubernamental que fomente las exportaciones, actualmente el gobierno por medio de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo promueve la transformación de la matriz productiva con la especialización de la producción y la generación de valor agregado para así poder ampliar y mejorar la oferta de productos hechos en Ecuador y generar riqueza por medio de la exportación de nuestros productos.

Las industrias Ecuatoriana además de productos orfebres, utensilios tradicionales, camarones petróleo y banano, también produce harina, avena, café y otros, las exportaciones de buses modernos ensamblados en nuestro país por medio de distintas empresas como MARESA. OBNI BUSS B.B. KIA que están hacen sus envíos a países como Colombia, Venezuela a gran escala a la vez que dinamiza la economía y oferta vehículos que influyen en los precios de automotores en el Ecuador.

Los servicios paulatinamente han ido mejorando con la realización de charlas motivacionales, capacitación en la atención al cliente, que han implementado las empresas pero falta especialización en esta industria para llegar a una atención al cliente como la que brindan empresas trasnacionales como KFC, Mac Donald cuyas acciones son valoradas en todo el mundo, algunas empresas para mejorar sus servicios han optado por innovar sus equipos con tecnología, ofertando servicio con calidad, bajos precios y en menor tiempo.

## **2.2. Aspectos socioeconómicos**

En el contexto nacional, tener un conocimiento de la condición social de los habitantes del país, a qué clase de servicios básicos tienen acceso, referencias sobre el lugar donde viven, nivel educativo alcanzado por los habitantes, su condición en aspectos como la seguridad social y otros pueden dar una referencia de que conglomerado humano está dentro de una clase social o estrato que existe en nuestra sociedad.

### **2.2.1 Características de la estratificación**

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (I.N.E.C) por medio de una encuesta de 97 preguntas de las cuales 25 se utilizaron para el estudio de estratificación para caracterizar a los grupos socio económicos de las cinco ciudades más representativas del País, en las dimensiones de vivienda con un porcentaje de 24%, educación 17%, económica 17%, bienes 16%, tecnología 16% y hábitos de consumo 10%; para dicho estudio el I.N.E.C tomo una muestra de 9.744 viviendas en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y Machala, siendo la unidad de análisis el hogar y la unidad de muestreo la vivienda. El I.N.E.C. da una ponderación de acuerdo a la importancia que tiene cada variable para la ubicación dentro de cada uno de los estratos socioeconómicos en el estudio socioeconómico realizado; asignando a la característica Nivel de educación del jefe de hogar 171 puntos como máxima ponderación y 76 como mínima y en el otro extremo tenemos la característica Compra de vestimenta en centros comerciales con una ponderación única de 6 puntos siendo la de menor puntaje asignado dentro de las características a ser analizadas en el estudio. Así mismo la clasificación por estratos está en función de la suma de puntaje correspondiente de acuerdo a las características que posean la población investigada así por ejemplo De acuerdo a la clasificación que nos da el I.N.E.C para considerar que un hogar pertenece al grupo socioeconómico “A”. Tendrían que sumar sus variables de 845 a 1000 puntos representando el 1,9% de la población investigada, estrato” de 696 a 845 que corresponde al 11,2%; el estrato “C+” de 535 a 696 puntos con el 22,8%; el estrato “C-“de 316 a 535 puntos con el 49,3% y el estrato “D” de 0 a 316 puntos con el 14.9% de la población investigada. Si consideramos al grupo socioeconómico A como estrato alto podríamos decir que este estrato de acuerdo al estudio representa 1,9% de la población del total en consecuencia tenemos que de una población de 100 personas 2 pertenecen al estrato A, cuya acumulación en la sumatoria de puntos de las características que poseen es igual o más de 845 puntos; así mismo vemos que el grupo socioeconómico D o estrato bajo representa 14.9% del total analizado; que de 100 personas 15 cumplen con las características del grupo socioeconómico D y en la sumatoria del puntaje de sus características tienen de 0 a 316 puntos. (INEC, 2010)

## 2.2.2 Estratificación socioeconómica

La estratificación realizada por esta institución gubernamental (I.N.E.C) es el siguiente para los diferentes niveles:

Tabla 3.  
*Características del estrato "A"*

CARACTERISTICAS	PORCENTAJE
Población Investigada	1.90%
<b>VIVIENDA</b>	
EL piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.	100%
En promedio tienen 2 cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.	100%
<b>BIENES</b>	
Los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.	100%
Estos hogares cuentan con refrigeradora.	100%
Estos dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.	95%
En promedio los hogares tienen 2 televisiones a color.	100%
Los hogares tienen 2 vehículos de uso exclusivo para el hogar.	80%
<b>TECNOLOGIA</b>	
Estos hogares cuentan con servicio de internet	99%
Estos hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil	100%
En promedio disponen de 4 celulares en el hogar	100%
<b>HABITOS DE CONSUMO</b>	
Ellos compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales	100%
Los hogares de este nivel utilizan internet	100%
Utilizan correo electrónico personal (no del trabajo)	99%
Los hogares está registrado en alguna página social en internet.	92%
Los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.	76%
<b>EDUCACION</b>	
El Jefe del Hogar tiene como nivel de instrucción superior y/o postgrado	100%
<b>ECONOMIA</b>	
Los jefes de hogar se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, decuerpos legislativos, del directivo de la administración P.y Emp.	100%
Estos hogares están afiliados o cubiertos por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.	95%
Estos hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.	79%

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos NSE 2011  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

En el estrato "A" se observó que el material sobresaliente del piso de sus viviendas es la duela, parquet, tablón o piso flotante en un 100% mientras en el estrato "B" el 46% posee las mismas características dando una relación de diferenciación de un 44% esto debido a que en el hogar que se encuentra en el estrato "A" quien sustenta del hogar revela un nivel de educación alto, muchos tienen post grado, el trabajo y su remuneración los hacen merecedores de ciertos privilegios como el de poseer 2 televisores a color en sus hogares en promedio, el 99% de las viviendas cuenta con servicio de internet, el 100% dispone de por lo menos una computadora, su promedio

de celulares es 4 por hogar, el 80% de los hogares tienen 2 vehículos a disposición, su vestimenta la adquieren en centros comerciales, el 95% de los miembros de los hogares de este estrato están cubiertos por el I.E.S.S y tienen seguro de salud privada el 79%; mientras que los hogares del estrato “B” tienen un vehículo para la familia, el 50% tiene computadoras portátiles y el 98% de hogares disponen de internet, cuentan con 3 celulares en promedio por hogar, su vestimenta la adquieren en centros comerciales, 47% tienen seguros de salud privada aquí podemos apreciar una diferencia en la adquisición de este servicio de 32% menos que en el estrato “A” debido al mayor poder adquisitivo que proporciona un profesional con mayor especialización y estudios que otro de menor estrato.

Tabla 4.  
*Características del estrato “B”*

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Población Investigada	11.20%
<b>VIVIENDA</b>	
El piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.	46%
En promedio tienen 2 cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.	100%
<b>BIENES</b>	
Los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.	97%
Estos hogares cuentan con refrigeradora.	99%
Disponen de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente,	80%
En promedio los hogares tienen 2 televisiones a color.	100%
En promedio los hogares tienen 1 vehículos de uso exclusivo para el hogar.	100%
<b>TECNOLOGIA</b>	
Estos hogares cuentan con servicio de internet y computadora de escritorio.	81%
Estos hogares tiene computadora portátil	50%
En promedio disponen de 3 celulares en el hogar	100%
<b>HABITOS DE CONSUMO</b>	
Ellos compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales	100%
Estos hogares utilizan internet.	98%
Utilizan correo electrónico personal (no del trabajo)	90%
Están registrados en alguna página social en internet.	76%
Han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.	69%
<b>EDUCACION</b>	
El Jefe del Hogar tiene como nivel de instrucción superior.	100%
<b>ECONOMIA</b>	
Los jefes de hogar se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.	26%
Estos hogares están afiliados o cubiertos por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.	92%
Estos hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.	47%

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos NSE 2011  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Quien sustenta el hogar del estatus "B" tiene como nivel de educación instrucción superior, mientras que en el estatus C+ el nivel de instrucción del jefe de hogar es secundaria completa, los hogares en el estrato "B" poseen un vehículo para su uso, el 98% utiliza internet y poseen computadora de escritorio 81% de los hogares, y disponen de 3 celulares, la mayor parte de su vestimenta la compran en un centro comercial y en promedio tienen 2 televisores a color; mientras que en el estrato C+ los que sustentan la familia se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores, el 100% de los hogares poseer 2 televisores en promedio, tienen servicio de internet el 39%, de familias, el 62% de los hogares de este estrato tienen computadoras de escritorio y 2 celulares como promedio por hogar, su vestimenta es adquirida en centros comerciales por el 38% de familias y además poseen seguros de salud privada un 20%, y están afiliados al Seguro Social (I.E.S.S) un 77% de hogares.

Tabla 5.  
Características del estrato "C +"

CARACTERISTICAS	PORCENTAJE
Población Investigada	22.80%
<b>VIVIENDA</b>	
Predomina en estas viviendas el piso de cerámica, baldosa, vinil o marmetón	100%
En promedio tiene un cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.	100%
<b>BIENES</b>	
Disponen de servicio de teléfono convencional.	83%
Estos hogares tiene cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.	67%
Estos hogares tienen refrigeradora.	96%
En promedio tienen dos televisiones a color	100%
<b>TECNOLOGIA</b>	
Los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet	39%
Estos hogares tiene computadora de escritorio	62%
Estos hogares tiene computadora portátil	21%
En el hogar disponen en promedio de 2 celulares	100%
<b>HABITOS DE CONSUMO</b>	
Estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales	38%
Los hogares utilizan internet, en	90%
Tienen correo electronico personal (no de trabajo)	77%
Están registrados en alguna página social en internet	63%
Han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.	46%
<b>EDUCACIÓN</b>	
El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa.	100%
<b>ECONOMIA</b>	
Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.	100%
Estos hogares están afiliados o cubiertos por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.	77%
Estos hogares cuentan con seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales.	20%

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos NSE 2011  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

En los estratos C+ y C- como diferencias relevantes se determinó que Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción secundaria completa y primaria completa respectivamente. El ingreso económico desigual se resaltó en que los jefes de hogar el estrato C+ se desempeñaban como trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores, cuentan con dos televisores a color, el 39% de hogares tienen servicio de internet, el 62%, con computadora de escritorio y el 21% portátil, el 38% adquieren su vestimenta en centros comerciales, un 77%, son afiliados al I.E.S.S y cuentan con seguro de salud privada un 20%; diferenciándolos del estrato C- donde los jefes de hogar se desempeñan como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos este aspecto repercute en el estrato C- puesto que si el ingreso familiar no es estable por no tener un empleo fijo su nivel de vida bajara drásticamente, ellos poseen un televisor a color en promedio, solo el 11% tiene computadora de escritorio en su hogar, el 14% de este estrato adquiere su vestimenta en centros comerciales, utilizan internet el 43%, el 48% de los hogares están afiliados al (I.E.S.S), 6% de los hogares cuentan con seguro de salud privada, además en este estrato se encuentra el 50% de la población investigada, este dato nos indica que el 50% de los ecuatorianos se encuentra en este estrato con sus características propias que los diferencia de otros segmentos de población en su manera de vivir, vestimenta y educación que les permite acceder a algunos bienes y servicios.

Tabla 6.

*Características del estrato “C-”*

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Población Investigada	49.30%
<b>VIVIENDA</b>	
El material predominante del piso de estas viviendas son ladrillo o cemento.	100%
En promedio tienen un cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar.	100%
<b>BIENES</b>	
Estos hogares dispone de servicio de teléfono convencional	52%
Poseen refrigeradora y cocina con horno un	84%
Estos hogares tiene lavadora, equipo de sonido y/o mini componente un.	48%
En promedio tienen un televisiones a color.	100%
<b>TECNOLOGIA</b>	
Estos hogares tienen computadora de escritorio.	11%
En promedio disponen de 2 celulares en el hogar	100%
<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	
En estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.	14%
Los hogares utilizan internet.	43%
Estos hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)	25%
Los hogares están registrados en alguna página social en internet.	19%
Los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.	22%
<b>EDUCACION</b>	
El Jefe del Hogar posee niveles de instrucción de primaria completa.	100%
<b>ECONOMIA</b>	
Los jefes de hogar son trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.	100%
Los hogares están afiliados o cubiertos por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.	48%
Los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.	6%

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos NSE 2011

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

En los estratos C- y D se determinó que aunque el nivel educativo de los jefes de hogar en los dos casos es primaria existen diferencias como que los jefes de hogar del nivel C- se desempeñan como trabajadores de los servicios y comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos, tienen un televisor a color, el 11% de hogares dispone computadoras de escritorio, el 14% de su vestimenta la adquieren en centros comerciales, el 43% de hogares utiliza internet, están afiliados al (I.E.S.S) el 48% de los hogares de este estrato, poseen seguro de salud privada un 6%; en cambio en el estrato “D” el jefe de hogar se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos, esta característica influye en el ingreso mensual de los hogares si consideramos que siendo un trabajador calificado su desempeño será de mayor calidad y por ello obtendrá una mejor remuneración, en los hogares del estrato “D” además, disponen de un celular un promedio por hogar , en el 9% de

hogares utilizan internet, están afiliados al Seguro Social (I.E.S.S) el 11% de los hogares de este estrato y no poseen seguros de vida privados evidenciando la vulnerabilidad ante cualquier emergencia en caso de enfermedad o accidente condición que al parecer ira cambiando con el control que se implementa para la afiliación obligatoria al I.E.S.S.

Estos estratos se diferencian de alguna manera por los trabajos que ejecutan los jefes de hogar; los mismos que temporalmente están desempleados, o en trabajos mal remunerados y sin acceso a la seguridad social que les permita tener una condición de vida estable, los estratos C- y D no poseen condiciones de vida optimas como se observó , poca o ninguna asistencia social y además sin la oportunidad de ahorro por no tener un ingreso fijo y sin recursos económicos que faciliten el acceso al estudio, pocas oportunidades de realizar emprendimientos por no tener un capital de trabajo, imposibilidad de compra de bienes, entre otros; situación invariable si no existe un proceso de capacitación a estos trabajadores, y la existencia de fuentes de trabajo para reducir el porcentaje de hogares que ocupan los estratos sociales C- y D que sumados conforman el 64.2% de la población los mismos que no ha conseguido vivir Sumak kawsay o vivir plenamente.

Tabla 7.  
*Características del estrato “D”*

<b>CARACTERISTICAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Población Investigada	14.90%
<b>VIVIENDA</b>	
El piso de estas viviendas es de ladrillo o cemento, tabla sin tratar o tierra.	100%
Estos hogares tiene un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar	31%
<b>BIENES</b>	
Los hogares dispone de servicio de teléfono convencional	12%
Los hogares tienen refrigeradora y cocina con horno.	43%
Los hogares tiene lavadora .	5%
Poseen equipo de sonido y/o mini componente.	10%
En promedio tienen un televisor a color.	100%
<b>TECNOLOGIA</b>	
En promedio disponen de un celular en el hogar.	100%
<b>HÁBITOS DE CONSUMO</b>	
Estos hogares utilizan internet.	9%
Estos hogares han leído libros diferentes o manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.	9%
<b>EDUCACION</b>	
El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de primaria completa.	100%
<b>ECONOMIA</b>	
Los jefes de hogar del nivel D se desempeñan como trabajadores no calificados, trabajadores de los servicios, comerciantes, operadores de instalación de máquinas y montadores y algunos se encuentran inactivos.	100%
Estos hogares están afiliados o cubiertos por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL	11%

Nota. Instituto Nacional de Estadística y Censos NSE 2011.



### **2.2.3 Representatividad de los estratos sociales**

Dentro de las características se observó que el estrato socioeconómico “A” abarca menos del 2% de la población, su vivienda tiene piso de duela, parquet, tablón o piso flotante, cuenta con dos baños ducha exclusivos para el hogar tienen teléfono convencional cuentan con todos los electrodomésticos, en promedio tienen 2 televisores a color y más del 80% dispone de 2 vehículos exclusivos para el hogar cuentan con servicio de internet tienen computadora de escritorio y portátil, en promedio cuentan con 4 celulares en el hogar y sus integrantes compran su vestimenta en centros comerciales además el jefe de hogar tiene un nivel de instrucción alto incluso de posgrado.

Los estratos A, B, C+ disponen de lo necesario y a veces más para su subsistencia como vemos en el cuadro, los materiales de la construcción de sus viviendas son de calidad, los estratos “A” y “B” cuentan con vehículos en sus hogares, tienen enseres que permiten una mejor calidad de vida, poseen internet en sus hogares ya sea para necesidades educativas como de trabajo, ostentan computadoras de escritorio y/o portátil poseen un número considerable de celulares para toda la familia, visitan centros comerciales para la compra de su vestimenta, y nivel de estudios del jefe de hogar es superior en los estratos, “A y B” y secundaria completa en el nivel “C+”

En los estratos “C- y D”, el nivel de instrucción es bajo mereciendo citar una frase del gran pensador latinoamericano Simón Bolívar “un ser sin estudio es un ser incompleto”. Se distinguió que en el estrato “D” los trabajadores son no calificados perciben remuneraciones bajas, en las viviendas del estrato “D” solo el 31% cuenta con un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar y el resto de hogares comparten el cuarto de baño con otra familia o peor aún no poseen este servicio básico, en el aspecto tecnológico en el estrato “C- y D” los hogares no cuentan con servicio de internet además en el nivel “D” no tienen computadora de escritorio ni portátil, por último en el área de seguro de salud pública en los estrato “C-” y D” existen bajos porcentajes de afiliación de los hogares 48% y 11% respectivamente.

### **2.3 Diagnóstico socio económico de la parroquia Cumbayá**

La parroquia Cumbayá presenta condiciones de vida particulares en las que se desenvuelven sus habitantes, y como referencia existen datos económicos,

demográficos, relacionados con servicios básicos, afiliación al Seguro Social, Educación, material de construcción de las viviendas de los hogares etc.

### 2.3.1 Actividades económicas en la parroquia Cumbayá

En la localidad de Cumbayá sobresale el paso de parroquia agrícola a zona residencial preferida por personas de clase media y media alta debido a sus condiciones propias como el clima, la cercanía al distrito metropolitano de Quito, la exclusividad del sector entre otras, la migración hacia esta parroquia propició un auge de la construcción generando fuentes de trabajo en esta industria así como con la instalación de restaurantes, tiendas de alimentos, de ropa, servicios telefónicos, de internet, líneas de taxi y busetas. Con la construcción de mega centros comerciales como el Scala shopping, Paseo san Francisco y otros en la parroquia de Cumbayá se incrementó la afluencia de personas de parroquias vecinas que buscan un lugar exclusivo para realizar sus compras.

Tabla 8.

*Establecimientos por sectores en la parroquia Cumbayá*

Sectores	Establecimientos	Ingreso anual	Porcentaje
Manufactura	96	\$ 393,886.38	10%
Comercio	435	\$ 411,308.50	10%
Servicios	562	\$ 371,242.41	9%
Otros (Agricultura, Minas, Organizaciones y Órganos Extraterritoriales)	*	\$ 2,921,833.67	71%
<b>Total</b>		<b>\$ 4,098,270.96</b>	<b>100%</b>

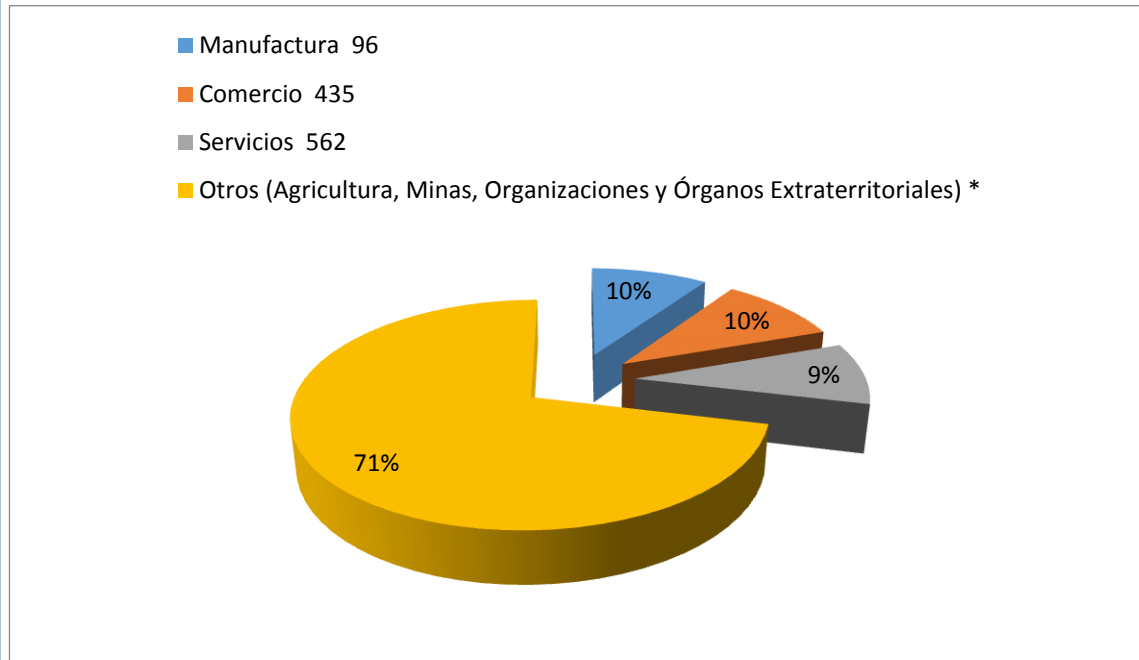
Nota. Censo Nacional Económico (CENEC 2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Maigua y Juan Paucar

En la parroquia Cumbayá se observó que los sector de mayor representatividad es el sector agrícola, minas, organizaciones y órganos extraterritoriales etc. la existencia de un sistema agua de riego, un clima privilegiado facilitan la producción, la existencia y explotación de minas y canteras donde se extrae materia prima para la elaboración de materiales como el cemento piedras ladrillos indispensables para el sector de la construcción contribuyen a este sector, el sector comercio es el segundo en representatividad, con establecimientos de venta al por menor de gran variedad de

productos alimentos, bebidas, ropa, adornos para el hogar, artículos de ferretería, zapatería etc.

#### Porcentaje de ingreso anual de los sectores productivos de Cumbayá



*Figura 4.* Representación de la producción por sector industrial. Fuente: Censo Nacional Económico (CENEC 2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Maigua y Juan Paucar

Tabla 9.  
*Actividad a la que se dedican en la parroquia Cumbayá*

N	ACTIVIDADES	LOCALES	%	COMERCIO	%	TRANSF.	%	Servicios	%	OTRAS	%
1	OTRAS ACTIVIDADES	154	18.87							154	100
2	Restaurantes, cevicherías, picanterías, cafeterías, etcétera.	108	13.24					108	32.34		
3	Venta al por menor de gran variedad de productos entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el	98	12.01	98	31.92						
4	Consulta y tratamiento por médicos generales y especialistas. Estas actividades pueden realizarse en consultorios privad	88	10.78					88	26.35		
5	Venta al por menor de alimentos, bebidas y productos del tabaco en la vía pública, puestos de venta o mercados.	51	6.25	51	16.61						
6	Actividades de lavado, corte, recorte, peinado, teñido, coloración, ondulación y alisado del cabello y otras actividades	36	4.41					36	10.78		
7	Restaurantes de comida rápida y puestos de refrigerio; hamburguesas, heladerías, fuentes de soda, etcétera.	32	3.92					32	9.58		
8	Venta al por menor de prendas de vestir, peletería en establecimientos especializados.	32	3.92	32	10.42						
9	Actividades de reventa de servicios de telecomunicaciones (suministro de servicios telefónicos y de Internet en instalac	22	2.70	22	7.17						
10	Fabricación de puertas y ventanas de metal y sus marcos (incluso enrollables), postigos(puertas) y portales, balcones, e	21	2.57			21	100				
11	Venta al por menor de gran variedad de productos entre los que no predominan los productos alimenticios, las bebidas o e	20	2.45	20	6.51						
12	Reparación y arreglo de prendas de vestir.	17	2.08					17	5.09		
13	Actividades de atención odontológica de carácter general o especializado, por ejemplo, odontología, endodoncia y odontol	16	1.96					16	4.79		
14	Venta al por menor de artículos de oficina y papelería como lápices, bolígrafos, papel, etcétera, en establecimientos es	16	1.96	16	5.21						
15	Venta al por menor de frutas, legumbres y hortalizas frescas o en conserva en establecimientos especializados.	16	1.96	16	5.21						
16	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores reparación: mecánica, eléctrica, reparación de sistemas de inyección	16	1.96					16	4.79		
17	Venta al por menor de artículos de ferretería: martillos, sierras, destornilladores y pequeñas herramientas en general a	14	1.72	14	4.56						
18	Venta al por menor de muebles de uso doméstico en establecimientos especializados.	14	1.72	14	4.56						
19	Venta al por menor de discos de vinilo, cintas magnetofónicas, discos compactos y casetes de música, cintas de vídeo y D	12	1.47	12	3.91						
20	Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados.	12	1.47	12	3.91						
21	La enseñanza preprimaria (educación que precede al primer nivel, para niños menores de cinco años). La educación preprim	11	1.35					11	3.29		
22	Actividades de recepción de depósitos y/o similares cercanos de depósitos y la concesión de créditos o préstamos de fond	10	1.23					10	2.99		
	<b>TOTAL</b>	<b>816</b>	<b>100</b>	<b>307</b>	<b>100</b>	<b>21</b>	<b>100</b>	<b>334</b>	<b>100</b>	<b>154</b>	<b>100</b>

Nota. Otras actividades= actividades que tienen presencia de 1 hasta 9 locales en el sector.

Fuente: Censo Nacional Económico (CENEC 2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Maigua y Juan Paucar

La actividad del comercio al por mayor y menor a la que se dedican 307 locales de un total de 816 unidades empresariales que están presentes en la parroquia Cumbayá es el segmento más representativo en el que sobresale la venta al por menor de gran variedad de productos alimenticios o bebidas siendo la de mayor frecuencia en este sector con un porcentaje del 12.01%. Las denominadas otras actividades representan un 18.87% del total de actividades empresariales presentes en la parroquia Cumbayá.

### 2.3.2 Características demográficas de la parroquia Cumbayá

Tabla 10.

*Edad de la población de la parroquia Cumbayá*

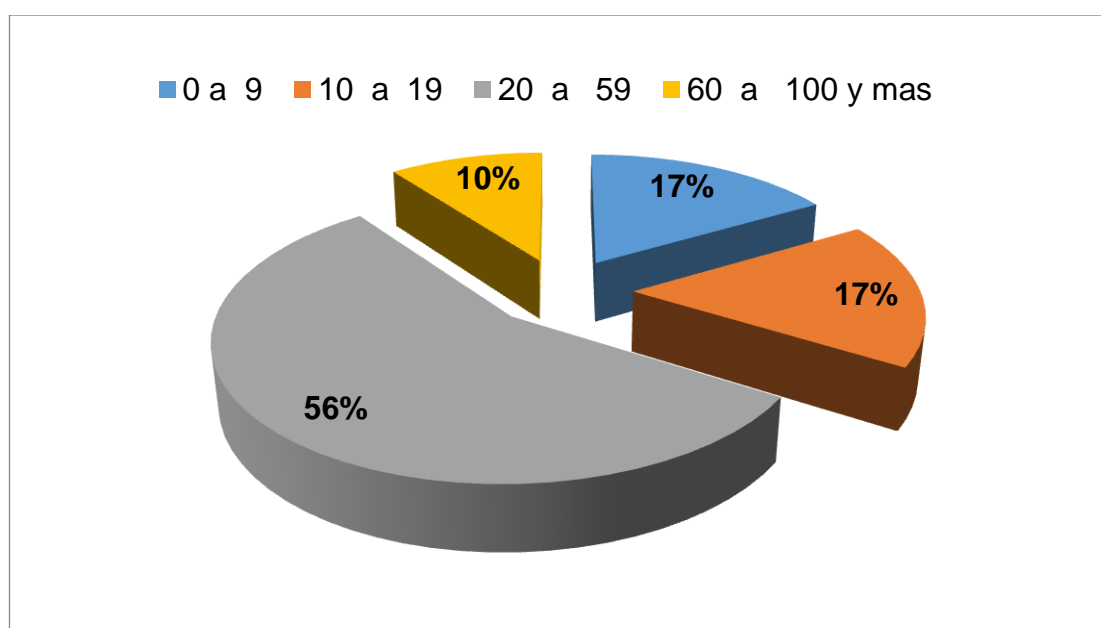
Edad/años	Personas	Porcentaje
0 a 9	5.215	17%
10 a 19	5.424	17%
20 a 59	17.609	56%
60 a 100 y más	3.215	10%
Total	31.463	100%

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010) I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

La mayoría de habitantes de la parroquia Cumbayá (56%) se encuentra dentro del rango de la población económicamente activa lo que constituye un factor determinante en la productividad del sector, el 34% de su población está compuesta por niños y adolescentes de entre 0 y 19 años.

Representación porcentual de la población/edad en la parroquia Cumbayá



*Figura 5.* Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 11.  
Población con discapacidad en la parroquia Cumbayá

DISCAPACIDAD	SI	NO	SE IGNORA	NO RESPONDE	TOTAL
Discapacidad permanente por más de un año	1,174	28,873	0	1,416	31,463
<b>PORCENTAJES</b>	4%	92%		5%	100%
Discapacidad Mental (enfermedades psiquiátricas, locura)	67	31,204	192	0	31,463
<b>PORCENTAJES</b>	0%	99%	1%		100%

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se reveló un bajo nivel de discapacidad mental, el 0.0021% está presente en la parroquia y es menor al 1% del total de la población existente mismos que necesitan asistencia social para mejorar su calidad de vida; se observó que la población de Cumbayá que padece discapacidad permanente por más de un año es del 4% y suman 1200 personas; el segmento de personas que no responde podría deberse a que ignoran que tienen una discapacidad o simplemente porque no quieren aceptar su condición, en suma una cantidad representativa de habitantes de este sector sufren de algún tipo de discapacidad por más de un año. Según la Secretaría de Discapacidades los accidentes de tránsito constituyen la tercera causa de las discapacidades que se generan en el país (que no incluyen las intelectuales), el 7% de discapacitados fueron afectados por este tipo de incidentes, después de un 61% provocado por enfermedades sistémicas y el 11% por accidentes en el hogar. (Discapacidades, 2015)

Población con discapacidad permanente en la parroquia Cumbayá.

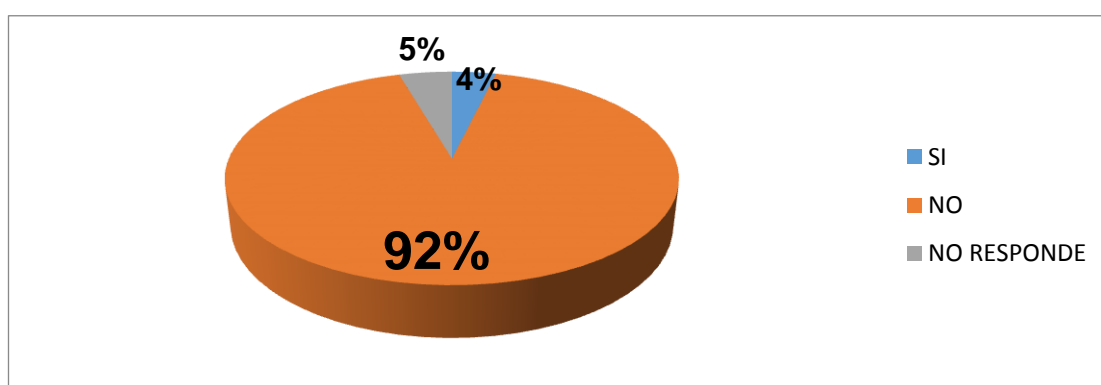


Figura 6. Discapacidad por más de un año. Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 12.

*Grupos étnicos presentes en la parroquia Cumbayá.*

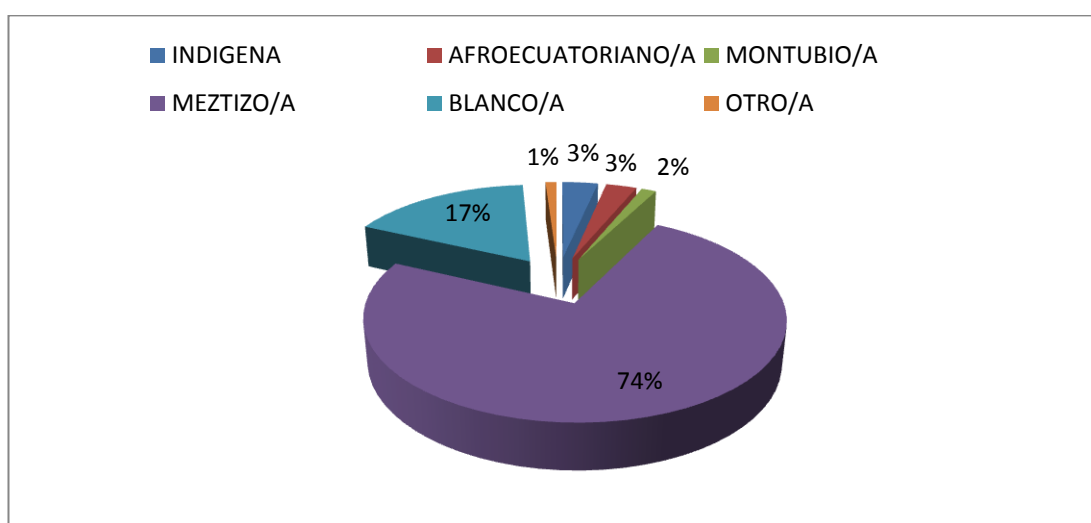
<b>Grupos étnicos</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentajes</b>
Indígena	1.064	3%
Afro ecuatoriano/a	915	3%
Montubio/a	438	1%
Meztizo/a	23.350	74%
Blanco/a	5.372	17%
Otro/a	324	1%
<b>Total</b>	<b>31.463</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población por grupos Étnicos (CPV-2010) I.N.E.C.

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Al igual que en todo el país en la parroquia Cumbayá existen diferentes grupos étnicos donde predominan los individuos de raza mestiza con una población de 23350 y con un porcentaje del 74% del total de la población; las personas de raza blanca son 5372 o un 17% de la población de la parroquia marcando una diferencia con respecto al porcentaje que tiene esta misma etnia a nivel nacional que es el 6% según el censo del 2010, la razón del alto porcentaje de representación de esta etnia en la parroquia se debe a que es el lugar preferido para el asentamiento de ciudadanos extranjeros de raza blanca procedentes de Estados Unidos, Alemania, Italia, etc. El 3% de raza indígena que habita en la parroquia Cumbayá es poco representativo, según el último censo de población.

Representatividad de diferentes grupos étnicos en la parroquia Cumbayá



*Figura 7.* Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 13.

*Promedio de personas/hogar en la parroquia Cumbayá*

<b>Parroquia Cumbayá</b>	<b>Unidades</b>
total personas	31.401
total hogares	8.993
<b>Promedio personas/hogar</b>	<b>3.491715779</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El total poblacional presente en la parroquia Cumbayá es de 31.401 personas que por diferentes motivos viven en este sector ya sea por retiro luego de haber culminado su vida laboral, por salir de la rutina diaria de trabajo o por ser pobladores nativos de esta zona, sea cual fuere las razones viven cerca de diferentes instituciones educativas, comerciales, financieras, etc. Desarrollando en este sitio, un lugar donde poder invertir, y atraer capital, haciendo el sitio rentable, y a la vez un espacio único y distinguido rodeado de gimnasios, restaurantes, talleres automotrices, locales de diversión nocturna, cafeterías, comida rápidas, etc.

### 2.3.3 Condiciones educativas de la población de la parroquia Cumbayá

Tabla 14.

*Población de 5 años y más que asiste a un centro educativo de Cumbayá*

<b>Nivel</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria	3,082	30%
Secundaria	2,525	24%
Superior	2,380	23%
Otros	2,434	23%
<b>Total</b>	<b>10,421</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

En la parroquia Cumbaya alrededor de 30% asiste o asistió al nivel de educación primaria con una población de 3.082 en su mayoría niños cuyos padres optaron por establecimientos del sector que oferten una educación de calidad cerca a sus domicilios.

La educación secundaria alcanza a 2.525 personas de la población de 5 años o más la cual asiste o asistió a un centro educativo de la parroquia quienes optan por centros educativos públicos como el colegio Nacional Cumbayá, otros habitantes se ven obligados a emigrar a otras parroquias en busca de educación.



La Educación Superior en la parroquia es o fue cursada por 2.380 personas que asiten o osistieron a una institución de educcación superior de la localidad como la Universidad San Fransisco de Quito la cual se encuentra entre las más costosas del pais en lo que a colegiatura se refiere.

Los otros niveles de educación reflejan un 2.434 personas los cuales van desde prescolar y educacion basica hasta pos bachillerato y posgrado.

Los demás optan por estudiar fuera de la parroquia ya que no existen instituciones que oferten los niveles de estudio ni la especialidad que prefieren.

Distribución de la población de 5 años y más que estudia en Cumbayá

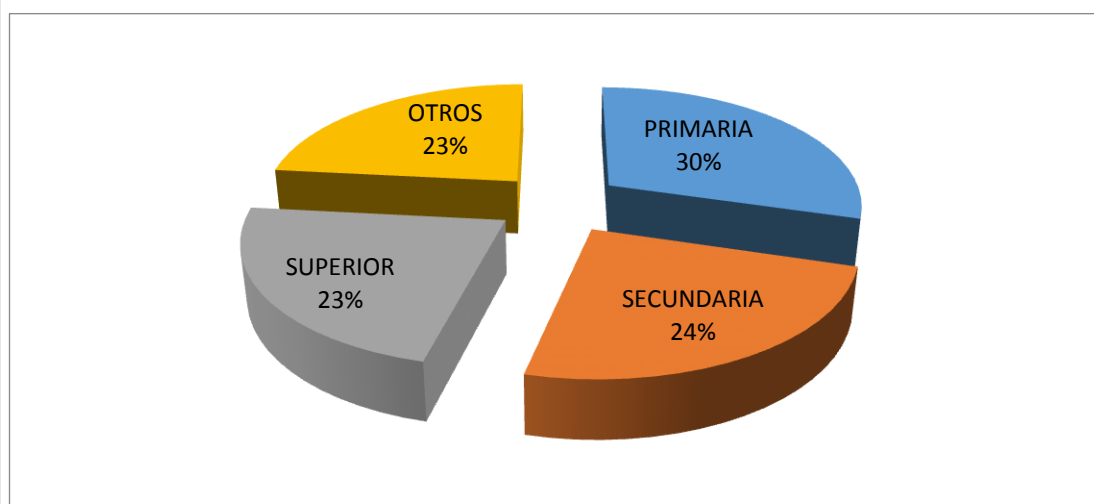


Figura 8. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010) I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 15.

Nivel de estudios más alto que asiste o asistió la población de Cumbayá

Nivel	Personas	Porcentajes
Ninguno	430	1%
Educación inicial	409	1%
Primaria	6130	21%
Educación básica	7113	25%
Bachillerato	2053	7%
Superior	9953	34%
Postgrado	2489	9%
Se ignora	404	1%
<b>Total</b>	<b>28981</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010) I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que la población de Cumbayá se está instruyendo para tener un sólido conocimiento, así el 34% asiste o asistió a estudios superiores, mejorando la calidad de vida de cada uno de los integrantes de su familia y tendrá repercusión en acceso a trabajos con altos ingresos económicos, un estatus económico que les garantizara una existencia con calidad de vida en fin una persona preparada tendrá el conocimiento para poder elegir con juicio crítico lo que le conviene a él y su familia.

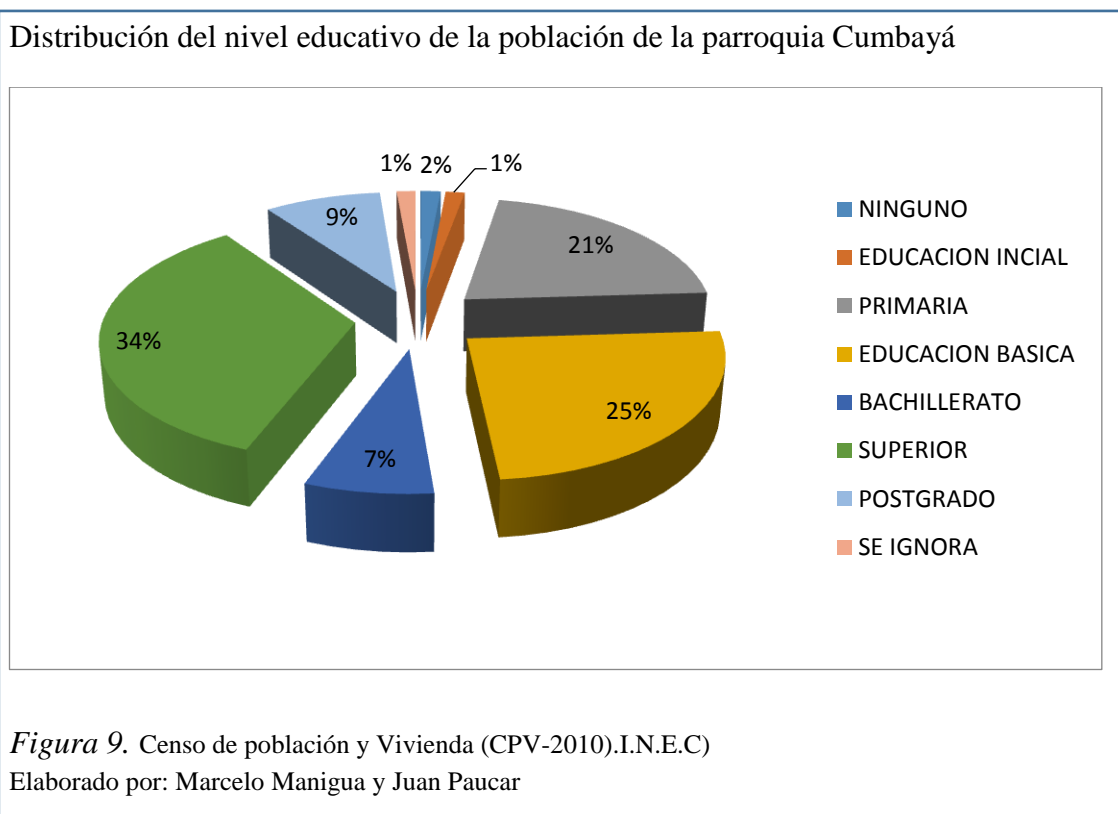


Tabla 16.  
*Condición de alfabetismo de la población de 15 y más años de Cumbayá*

Condición	Personas	Porcentajes
Alfabeto	23088	98%
Analfabeto	416	2%
<b>Total</b>	<b>23504</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 98,23% de la población de 15 años y más en parroquia Cumbayá tienen conocimientos básicos de lectura y escritura, un avance del alfabetismo en comparación a los gobiernos anteriores, actualmente existen proyectos y programas por parte del gobierno nacional enfocados a segmentos de población vulnerables

como mujeres, indígenas, habitantes de zonas rurales y otros, con la alfabetización de la población se mejora su calidad de vida con beneficios personales que van desde el poder leer el aviso de ruta del transporte colectivo hasta no ser víctima de una estafa o robo por no saber lo que dice un contrato; el porcentaje de analfabetismo es bajo con un 1,77% que con el transcurso de los años se logrará eliminar para el desarrollo del individuo, la parroquia y el país.

### 2.3.4 Seguridad social de la población de la parroquia Cumbayá

Tabla 17.

*Afiliación al seguro de la población de 12 y más años de Cumbayá*

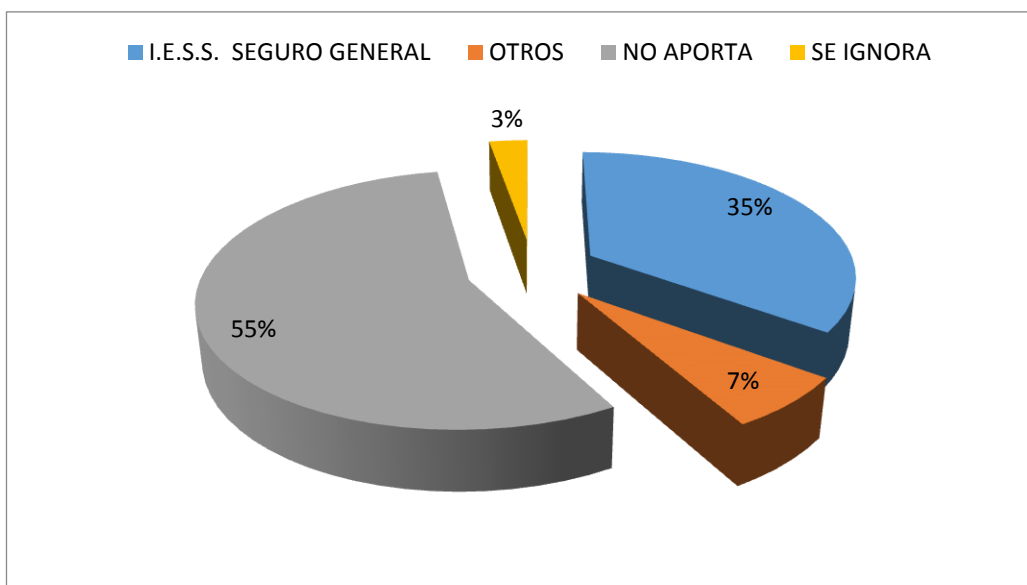
<b>Afiliación al seguro</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje</b>
I.E.S.S seguro general	8812	35%
Otros	1683	7%
No aporta	13976	56%
Se ignora	690	3%
<b>Total</b>	<b>25161</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El porcentaje de no aportación a seguros por parte de la población de 12 años y más en la parroquia es altísimo, ocupando 55,56% los mismos que en caso de enfermedad o accidente no tendrán los beneficios de contar con un respaldo hospitalario, y medico ni tampoco podrán acceder a préstamos que les ayuden a solventar su situación; los que aportan al Seguro General son el 35%, el desconocimiento de los beneficios que cobre el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S), labores ocasionales sin afiliación, el descuido en cuanto a su afiliación por parte de su patrón y de el mismo, son algunas razones por las que la población no afiliada está completamente desprotegido ante cualquier eventualidad, por otra parte el 7% tiene acceso a seguros privados de mayor calidad y mayor costo.

### Distribución de afiliación al seguro de la población de Cumbayá



*Figura 10.* Afiliación al seguro de la población de 12 y más años. Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

### 2.3.5 Acceso a servicios en la parroquia Cumbayá

Tabla 18.

*Acceso a servicios básicos en la parroquia Cumbayá*

Servicio	Hogares			Porcentajes		
	Red pública	Otros	Total	Red pública	Otros	Total
Servicio eléctrico	8932	18	8950	100%	0%	100%
Eliminación de basura	8757	193	8950	98%	2%	100%
Procedencia del agua	8824	126	8950	99%	1%	100%
Servicio higiénico	8063	887	8950	90%	10%	100%

Nota. Censo de población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

EL servicio eléctrico es proporcionado por la empresa eléctrica Quito, red pública que abarca 99,80% del total de hogares de la parroquia los mismos que por comodidad o seguridad prefieren este servicio, se observa la nula adopción de alternativas energéticas que actualmente existen en el medio como son el uso de

paneles solares, generadores energía a base de gasolina, uso de energía eólica entre otros que podrían servir como alternativa a las necesidades energéticas de la población de la parroquia Cumbayá.

La eliminación de basura por medio de carros recolectores del municipio es usado por el 97,84% de las viviendas del sector debido a la facilidad que prestan los contenedores que están localizados estratégicamente y que aparecen como parte de la modernización que tiene este servicio ayudando a mantener limpia el sector y haciendo fácil la recolección, otras actividades que realizan los habitantes de la parroquia para eliminar sus desperdicios son arrojar la basura a un terreno baldío o quebrada, quemarla, enterrarla o arrojarla a un río o acequia sumando un 2,16% prácticas que destruyen el medio ambiente y ocasionan enfermedades.

El Agua accesible a los pobladores de esta parroquia procedente de la red pública corresponde a un 98,59% cubriendo casi el total de pobladores, esta es la opción más factible puesto que es evidente la contaminación de las acequias, ríos y vertientes del sector, hay que destacar la preocupación de dotar de este servicio a la comunidad por parte del estado; sin embargo existe 1,41% que se abastece del líquido vital mediante agua lluvia, posos, ríos, o simplemente la compran a un carro repartidor lo cual tiene un alto costo de adquisición.

Los Servicios higiénicos conectados a Red Publica en esta parroquia tienen una proporción de 90% demostrando que son los más utilizados en este sector ya sea por comodidad o por desconocimiento de otros sistemas, los otros servicios higiénicos como las letrinas y pozos sépticos, no son muy utilizados por su incorrecta utilización, malos olores, enfermedades etc. Por lo que son requeridos por un 10,11% de los hogares de la parroquia Cumbayá.

Tabla 19.

*Acceso a otros servicios en la parroquia Cumbayá*

Servicio	Hogares			Porcentajes		
	Sí	No	Total	Sí	No	Total
Teléfono convencional	6939	2054	8993	77%	23%	100%
Teléfono celular	8472	521	8993	94%	6%	100%
Internet	5164	3829	8993	57%	43%	100%
Computadora	6379	2614	8993	71%	29%	100%
Tv cable	4979	4014	8993	55%	45%	100%

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

La disponibilidad de otros servicios y que son utilizados en la parroquia como servicio de TV cable es requerido por el 55% de hogares teniendo como fin la distracción, entretenimiento, información etc. El servicio de Internet indispensable actualmente está presente en el 57% de los hogares siendo la parroquia con mayor acceso a este servicio del cantón Quito, las computadoras que son la herramienta tecnológica necesaria en estos tiempos es ocupada en el 71% de hogares y es utilizada por diferentes motivos como educación, trabajo, distracción etc. El teléfono convencional a pesar del avance tecnológico, tiene un 77% de aceptación en los hogares; la proliferación de redes sociales nos permite comunicarnos de una manera rápida y eficaz así mismo el teléfono celular tiene un 94% de uso en los hogares el cual facilita la comunicación en todo lugar y momento a parte brindar servicios adicionales como juegos, internet, música y otros que son del agrado de la población.

### 2.3.6 Características de las viviendas de la parroquia Cumbayá

Tabla 20.

*Tipo de viviendas existentes en la parroquia Cumbayá*

Vivienda particular	Unidades	Porcentajes
Casa/villa	6605	74%
Departamentos	1603	18%
Otras viviendas	742	8%
<b>Total</b>	<b>8950</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Las viviendas preferidas en el sector de Cumbayá son predominantemente las casas o villas con un 73,80% porcentaje alto que refleja el nivel adquisitivo presente en las construcciones que habitan; los hogares que prefieren un departamento corresponden al 17.91%, cifra que se incrementaría próximamente debido a las construcción de edificios que actualmente se realizan en el sector; los cuartos en

casas de inquilinato, mediaguas, ranchos, covachas, chozas y otras viviendas particulares están enmarcadas dentro de la categoría otras viviendas y suman el 8% de las viviendas ocupadas por las familias de este sector.

Distribución de las viviendas particulares en la parroquia Cumbayá

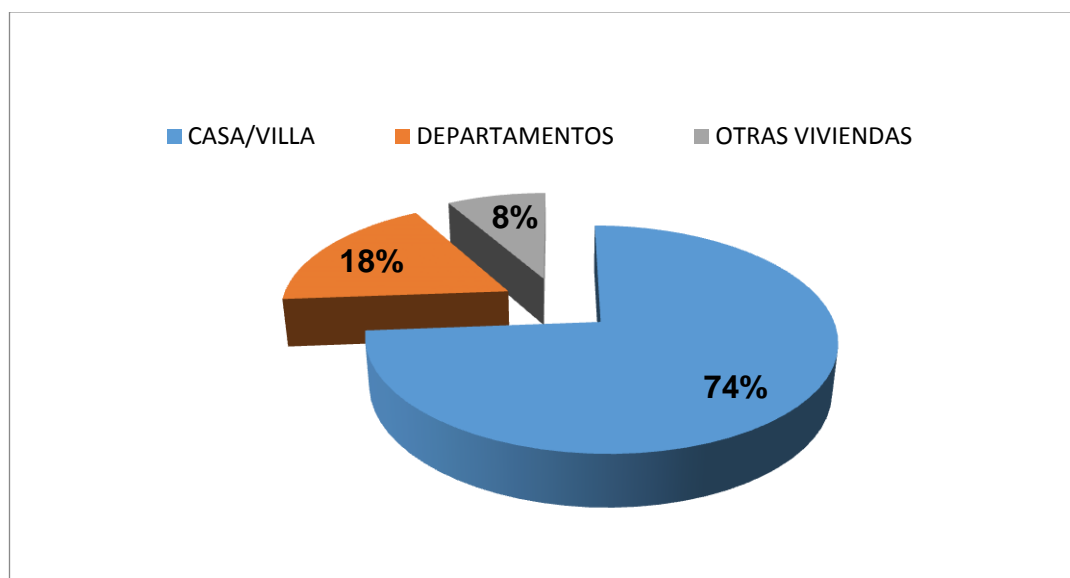


Figura 11. Censo de población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 21.

Material del techo de las viviendas en la parroquia Cumbayá

Material del techo	Unidades	Porcentajes
Hormigón	5731	64%
Teja	1795	20%
Asbesto	984	11%
Otros	440	5%
<b>Total</b>	<b>8950</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

De un total de 8.950 viviendas el 64,03% (5731 unidades) tienen el techo de hormigón armado (cemento) demostrando una tendencia a dejar atrás el uso de materiales que tradicionalmente se utilizaban como es la paja, tejas, carrizo, etc. Materiales de alto riesgo para la seguridad e integridad física de los ocupantes de las

viviendas, actualmente gran parte de los techos son de hormigón, preferencia que dinamiza la venta de materiales de construcción como la arena, el hierro, la piedra, el cemento y aditivos, dejando un beneficio utilitario a los proveedores de dichos materiales de construcción.

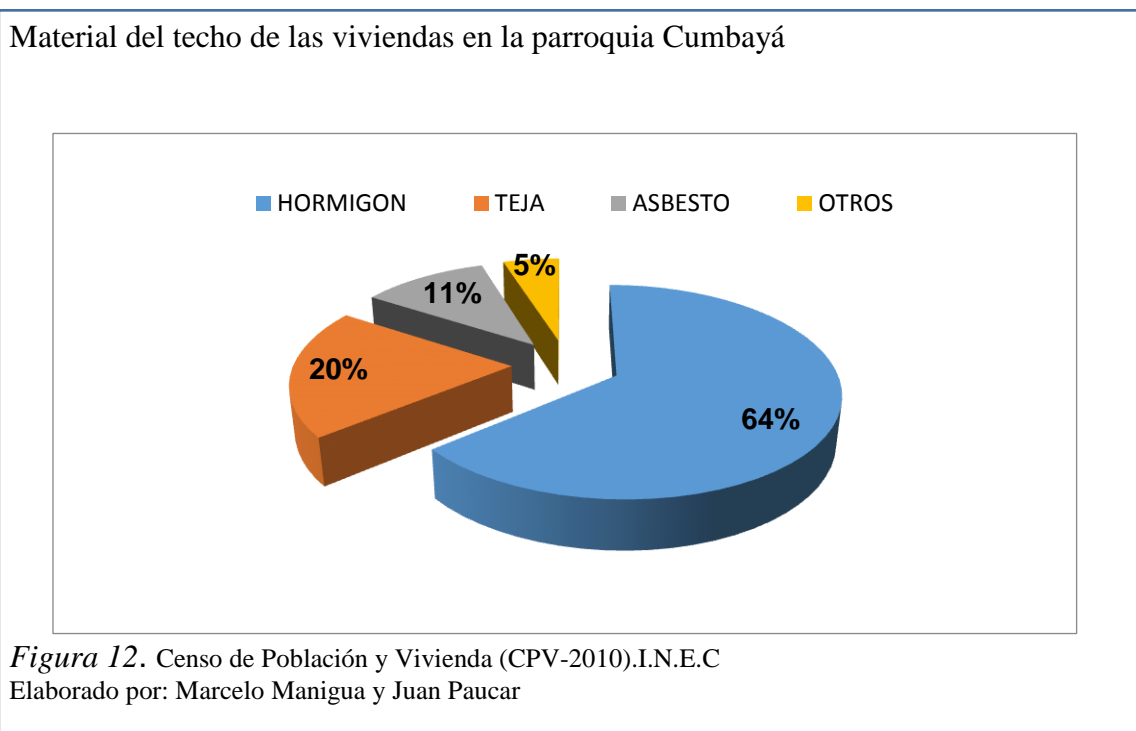


Tabla 22.

*Material del piso de las viviendas de la parroquia Cumbayá*

Material del piso	Unidades	Porcentaje
Duela, parquet, tablón o piso flotante	2621	29%
Cerámica, baldosa, vinil o mármol	4368	49%
Ladrillo o cemento	1613	18%
Otros	348	4%
<b>Total</b>	<b>8950</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Los pisos de las viviendas en la parroquia Cumbayá son de cerámica, baldosa, vinil o mármol y representa el 48,80% de viviendas del sector mayor, la facilidad en su limpieza, por la diversidad de diseños y colores, la fácil instalación, entre otros son características de este material. Otro material utilizado en los pisos de las viviendas de la parroquia Cumbayá es la duela, parquet, tablón o piso flotante presentes en el



29,28% de pisos. Por último los pisos de ladrillo o cemento presentes en el 18.02% de viviendas es utilizado frecuentemente por ser económico y durable.

Material del piso de las viviendas en la parroquia Cumbayá

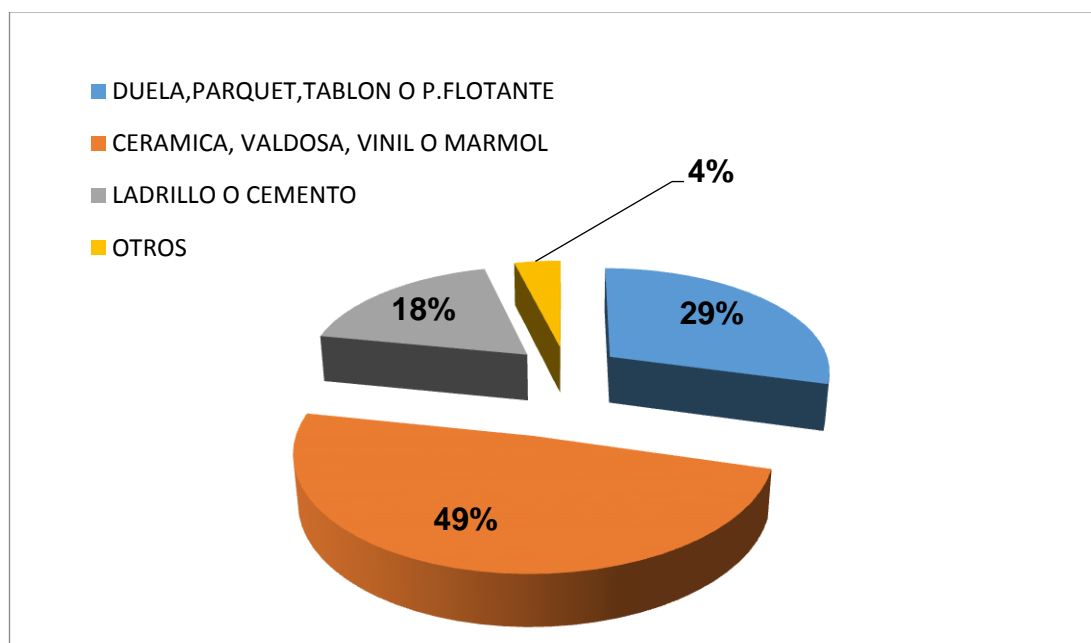


Figura 13. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 23.

Material de las paredes de las viviendas de la parroquia Cumbayá

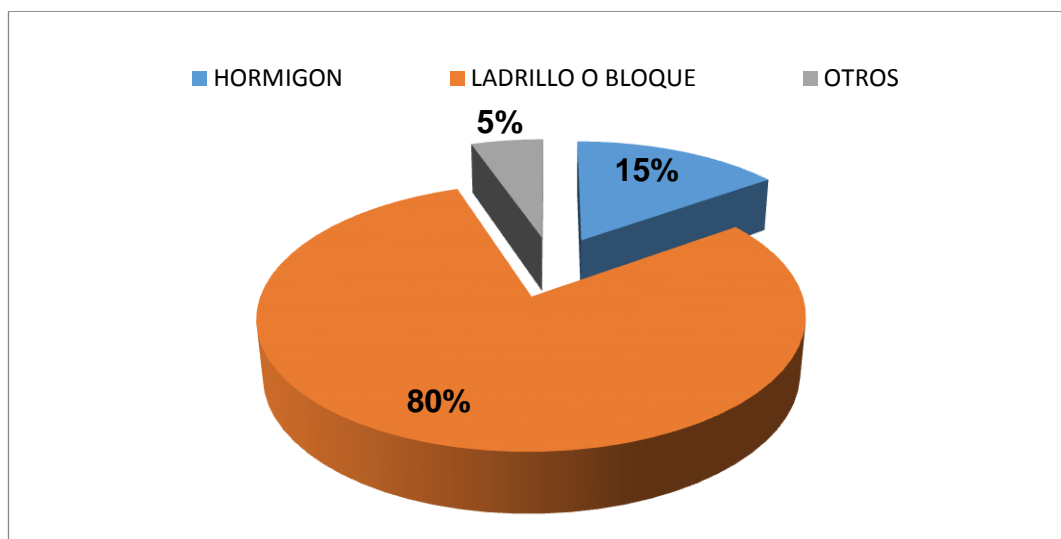
Paredes exteriores	Unidades	Porcentaje
Hormigón	1356	15%
Ladrillo o bloque	7121	80%
Otros	473	5%
<b>Total</b>	<b>8950</b>	<b>100%</b>

Nota. Censo de Población y Vivienda (CPV-2010).I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El material con el que están edificadas las paredes exteriores de 7121 viviendas de la parroquia es el ladrillo o bloque por contar con características como calidad, resistencia y bajo costo, además por brindar mayor seguridad abarcando el 79.59% de viviendas del sector; el hormigón a pesar de su alto costo es utilizado en paredes de 1356 viviendas con una representación de 15.15% de utilización en esta localidad ; la categoría otros materiales incluyen adobe o tapia, madera, caña revestida o bahareque, caña no revestida, entre otros materiales que no prestan los

requerimientos higiénicos ni de seguridad necesarios para la comodidad de los habitantes de este sector razón por la que solo el 5% de viviendas ocupa dichos materiales en sus paredes exteriores.

Material de paredes de las viviendas en la parroquia Cumbayá



*Figura 14.* Paredes exteriores de las viviendas. Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010). I.N.E.C  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

## CAPÍTULO 3

### METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Para el estudio de la población objeto se utilizó una metodología que llevó hacia la recopilación de información, la misma es objetiva en cuanto a la información, precisa de acuerdo a los objetivos de la investigación y a la vez operativa para estandarizar los datos obtenidos y así llegar a generalizar apreciaciones sobre aspectos de la población, motivo de la investigación. Entre las principales técnicas de recopilación de información se cuenta con: la encuesta, la entrevista, la observación, el censo y otras que de acuerdo a las características de una población determinada o de una muestra representativa se podría aplicar según el proyecto de investigación.

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó un muestreo dirigido, se utiliza algunos métodos de estudio asignando objetivos de investigación que se desglosaron uno a uno con la finalidad de obtener información. La encuesta es una herramienta recurrente y fundamental para recolectar información más detallada de la población de emprendedores establecida en el sector comercial de la parroquia Cumbayá, la cual con la ayuda de un banco de interrogantes se la aplicó a la población objeto del estudio con el fin de definir las características actuales y tendencias de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia Cumbayá.

Para poder indagar sobre aspectos determinados a una población determinada se debe definir el enfoque que se da a la presente investigación:

#### **3.1 Condiciones de vida**

“Las condiciones de vida son los modos en que las personas desarrollan su existencia, enmarcadas por particularidades individuales, y por el contexto histórico, político, económico y social en el que les toca vivir, se lo mide por ciertos indicadores observables” (Deconceptos.com, 2015).

##### **3.1.1 Características de las condiciones de vida**

- Medio laboral
- Nivel educativo
- Acceso a bienes y servicios
- Otras condicionantes ambientales y materiales

### **3.1.2 Factores que influyen en las condiciones de vida**

Desigualdades sociales: son las que ocasionan efectos de salud, en la integridad física de los pobladores del sector.

Desigualdades detectadas entre conjuntos diferentes: son las expresiones del quebranto de equidad

### **3.1.3 Indicadores de las condiciones de vida**

- Indicador del mercado laboral con límite de edad desde los 15 años.
- Capacidad de subsistencia
- Asistencia escolar
- Vivienda
- Condiciones sanitarias
- Ingresos de los hogares
- Proporción desempleada de la fuerza de trabajo
- Población económicamente activa
- Falta de acceso al agua
- Sistemas inadecuados o insuficientes para la eliminación de residuos

### **3.1.4 Variables de las condiciones de vida**

Se obtienen de las características o cualidades que tienen las personas de la localidad

La variable más significativa para el consumo del hogar es el número niños entre los 0 y 5 años.

- Formación del capital humano
- Incremento del número de perceptores de ingresos
- Su nivel de impacto en el consumo
- La variable de etnicidad del jefe del hogar
- El nivel de escolaridad alcanzado por el jefe del hogar,
- El tipo de trabajo que realiza,
- El grupo étnico con el que se auto identifica y el estado civil.
- Acceso al servicio telefónico, para servicio convencional y celular.
- Condiciones de los techos de la vivienda
- Condición de los pisos de la vivienda

### **3.1.5 Medición de las condiciones de vida**

Según la CEPAL “una persona es pobre cuando no satisface sus necesidades básicas (de alimento, educación, salud, vivienda, agua potable, servicios sanitarios, luz, etcétera; también hay factores del entorno que ayudan o amainan la pobreza, como el medio ambiente, gobierno, economía, etcétera) y es indigente cuando ni siquiera satisface sus necesidades alimenticias. (Fonseca)

Aglomeración, residencias que poseen un promedio de tres integrantes de la familia por habitación. Vivienda, domicilios que residan en un hogar de tipo precario o que habiten varias familias en la misma vivienda (cuarto de arriendo). Condiciones sanitarias, domicilios que no dispongan de un retrete, cuarto de baño, sanitario, pozo séptico, entre otros. Asistencia escolar, domicilios que poseyeran algún chico en edad escolar que no estuviere asistiendo a una unidad educativa. (Fonseca)

## CAPÍTULO 4

### OPERATIVIZACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

#### 4.1 Proceso de diseño de la encuesta

Seleccionar la información específica que se pretende obtener para poner en práctica las habilidades descriptivas y las cualidades para que sean operativas; se determina la tipología de la encuesta seleccionada (personal), la cual debe ser de acuerdo al tipo de investigación, considerando los fundamentos disponibles.

A continuación, se establece el bosquejo muestra, que establece el número de personas del cual se obtendrá los datos, con la finalidad de delinear el cuadro que permitirá instaurar el tamaño de la muestra de la encuesta, de acuerdo a su función y al fragmento de la población.

El establecimiento de una base con fundamentos, escogidos de la antesala de la investigación se puede realizar en un procesador para encausar los datos específicos que se requerirán, o en un borrador, que radica en examinar las respuestas del banco de interrogantes de las encuestas planteadas y efectuar un análisis de la indagación realiza en relación a los objetivos de la exploración.

De la misma forma se descarta las contestaciones inconclusas o inconsistentes, asimismo los errores que presente el cuestionario, se busca la manera de cambiar fundamentos cualitativos en datos numéricos que logren ser recopilados, descritos o tabulados con eficacia y facilidad.

Como última etapa, establecer la definición de las deducciones obtenidas. El objetivo de este ciclo es facilitar un compendio en los fundamentos de manera que pueda satisfacer las intenciones de la investigación, lo más rápido y claro posible.

Diagrama de flujo general de la encuesta

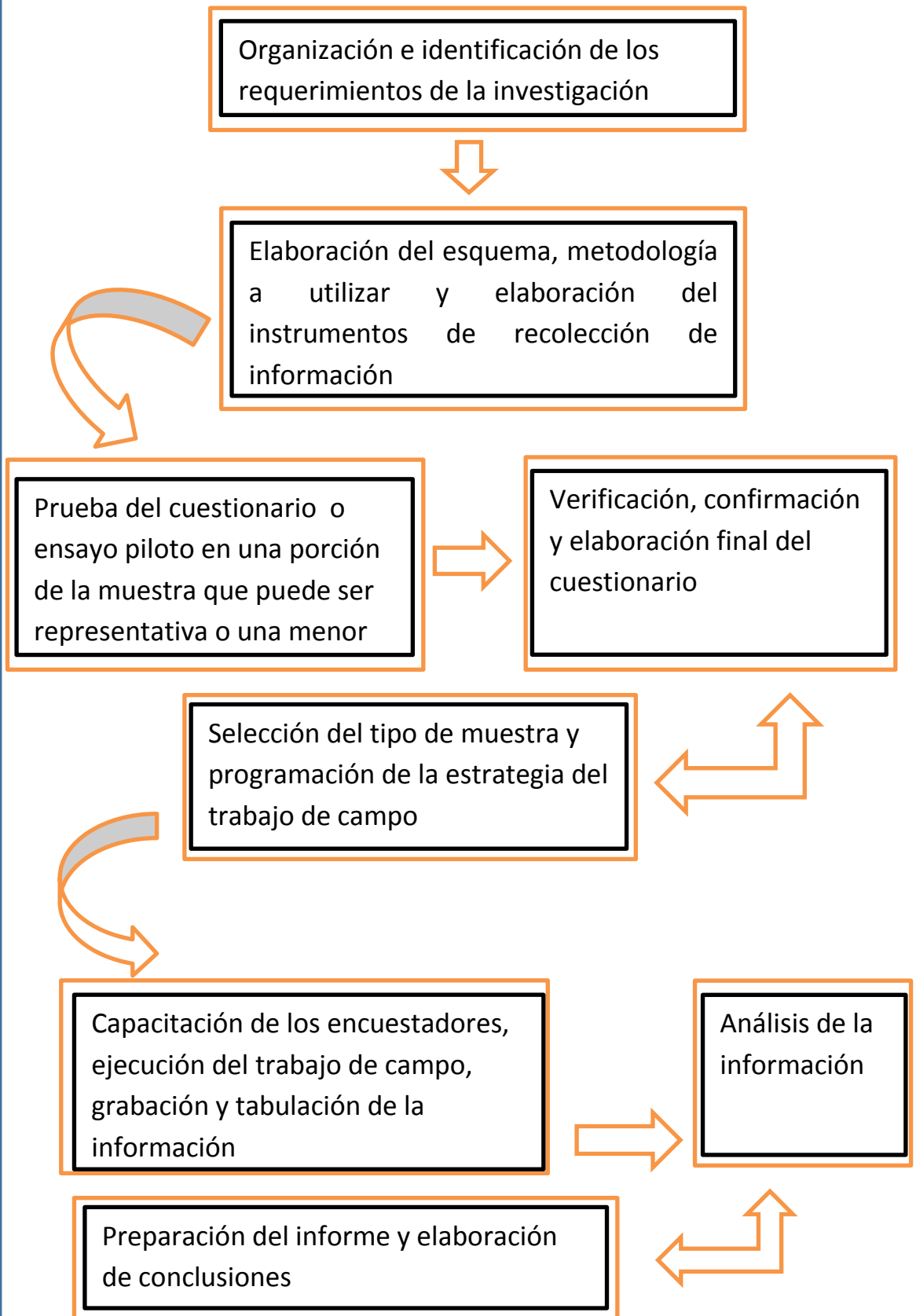


Figura 15. Proceso de diseño y aplicación de la encuesta.  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Cronograma general de la encuesta

N	Actividad	Duración de la actividad en días												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Organización e identificación de los requerimientos de la investigación													
2	Esquema, metodología y elaboración del instrumento de recolección													
3	Prueba piloto en una muestra representativa o una menor													
4	Verificación, confirmación y elaboración final del cuestionario													
5	Selección de la muestra y estrategia del trabajo de campo													
6	Capacitación de encuestadores, trabajo de campo y tabulación													
7	Análisis de la información													
8	Informe y conclusiones													

Figura 16. Proceso de diseño y aplicación de la encuesta  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar



Tabla 24.  
Presupuesto para la realización de la encuesta

<b>Presupuesto para Realizar la Encuesta</b>				
<b>Cantidad</b>	<b>Gastos en Recursos Humanos</b>	<b>C/U</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
6	Investigadores	10	60	
1	Digitador	1	20	
1	Editar Video	20	20	
1	Asesoría Técnica	25	25	
	<b>TOTAL</b>		<b>125</b>	<b>125</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Gastos en Recursos Materiales</b>	<b>C/U</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
8	Identificaciones	2,5	20	
6	Camisetas	5	30	
1	Remesa de papel boom	21	21	
498	Fotocopias	0,05	24,9	
6	Impresiones	0,1	0,6	
1	C.D.	7	7	
6	Gorras	1,66	9,96	
1	Libro	10	10	
2	Cuadernos	2,5	5	
3	Carpetas y Binchas	0,33	1	
	Esferos, lápices, borrador, etc.	5	5	
1	Uso Computador Portátil	10	10	
	<b>TOTAL</b>		<b>144,46</b>	<b>144,46</b>
<b>Cantidad</b>	<b>Otros</b>	<b>C/U</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>
1	Transporte	30	30	
7	Refrigerios	4	28	
7	Almuerzos	6	42	
	<b>TOTAL</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>369,46</b>

Nota. Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

## 4.2. Metodología para la aplicación de la encuesta

### 4.2.1 Lugar de aplicación de las encuestas.


Sector Principal

Avenida: María Angélica Idrobo 

Límite norte: Calle Juan Bautista (Redondel)

Límite sur: Calle Juan Montalvo

Sector secundario

Parque de Cumbayá 

Calles adyacentes al parque de Cumbayá:

Calle Manabí                      Calle García Moreno

Calle Juan Montalvo              Calle Francisco Orellana.

Mapa de lugares estratégicos de Cumbayá

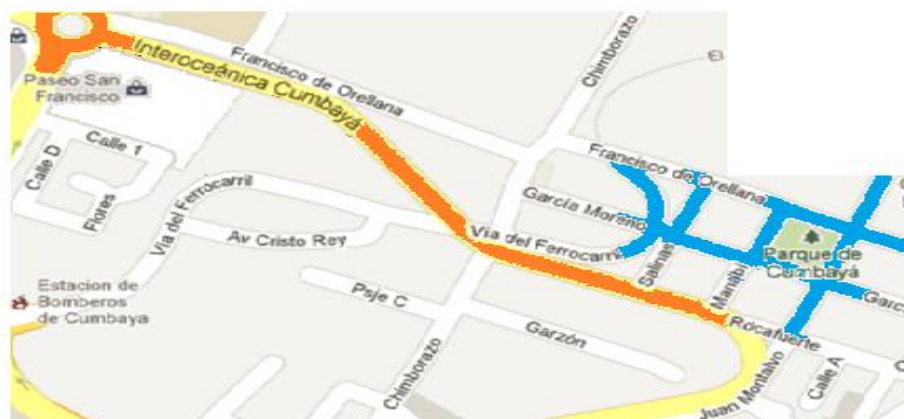


Figura 17. Sitio de aplicación de las encuestas. Fuente: Googlemaps

### 4.2.2 Proceso de recolección de información

De la aplicación veraz de la encuesta depende la efectividad del estudio, luego de realizar una observación de campo previa en la que se identificó 83 establecimientos que cumplen con características similares en lo referente a encontrarse en el lugar de aplicación de la encuesta, establecer una microempresa y dedicarse a la actividad comercial, se gestionó los permisos con las autoridades competentes así como

también se dio aviso a los propietarios de las microempresas comerciales indicando el motivo de estudio y la fecha de realización del mismo, se reclutó un equipo de encuestadores a los que se impartió una capacitación previa. Una vez realizadas las actividades iniciales se procedió a realizar el trabajo de recolección de información para lo cual se ejecutó lo siguiente:

Confirmación de la asistencia de los encuestadores: para poder realizar el trabajo de campo fue necesaria la recolección de información por los encuestadores que confirmaron su asistencia. La actividad consistió en llamar a todos y cada uno de los encuestadores seleccionados y capacitados previamente; en caso que algún encuestador no asistiera se reemplazaría con otro de la base de datos.

Verificación de materiales y documentos: antes de salir al lugar de concentración donde se reunió el equipo de trabajo, se revisó y verificó las encuestas en blanco, lápices, bolígrafos, carpetas, soportes, borradores; los documentos, matrices, hojas de asistencia, identificaciones, mapas y otros estén completos y en orden para realizar el trabajo de campo.

Concentración coordinadores y encuestadores: al llegar los coordinadores y encuestadores a un lugar estratégico de fácil ubicación como es el parque central de Cumbayá donde la espera fue por 20 minutos antes de dar las indicaciones finales a los encuestadores y pasar a la siguiente actividad.

Dotación de suministros y materiales: se proporcionó a los encuestadores los suministros y materiales con los que se llevaron a cabo el proceso de encuesta en el sector asignado.

Organización de los grupos de trabajo y asignación de rutas: la organización de grupos de encuestadores con la finalidad de cubrir sectores del lugar destinado a la recolección de información, para lo cual se designa un grupo que abarque la circunvalación del parque en el sentido contrario a las agujas del reloj; otro grupo a lo largo de la avenida María Angélica Idrobo de sur a norte, por el lado derecho de la acera y un tercer grupo que trabajará en la misma avenida de norte a sur por el lado derecho de la acera.

Indicaciones finales: se intercambiaron números telefónicos de los coordinadores y encuestadores, se recalcó el procedimiento; si es que no estuviera la persona

indicada a la que se iba a encuestar (buscar al administrador, encargado o alguien que sepa del negocio) y en el caso de que estuviera cerrado el establecimiento pasar al siguiente establecimiento.

Ubicación de los establecimientos: la ubicación de los establecimientos debió ser en forma clara y precisa para que el encuestador no tenga problemas en la secuencia de su operatividad; además, se proporcionó el procedimiento que se debía seguir, en caso de no dar con el establecimiento asignado debía suministrar parte al coordinador mediante una llamada telefónica o acercarse al centro de operaciones.

Ubicación del informante: cuando el encuestador ubicara el establecimiento debía localizar a quien proporcione la información, en caso de que no se encontrara tendría que buscar a un familiar, administrador o alguien que sepa sobre el manejo del negocio y si no hubiera alguien idóneo se realizaría el trabajo de recolección de información en el siguiente establecimiento.

Registro de la información: luego de encontrar el establecimiento y la persona indicada que responda la encuesta, el encuestador debió realizar su trabajo de manera objetiva y técnica, registrando la información de acuerdo al orden que aparece en el cuestionario.

Entrega de la información al coordinador: al finalizar la jornada de encuestas los encuestadores se dirigieron al lugar de concentración inicial y entregaron al coordinador las respectivas encuestas realizadas, dando por finalizado el trabajo de campo.

Diagrama del flujo operativo de la encuesta

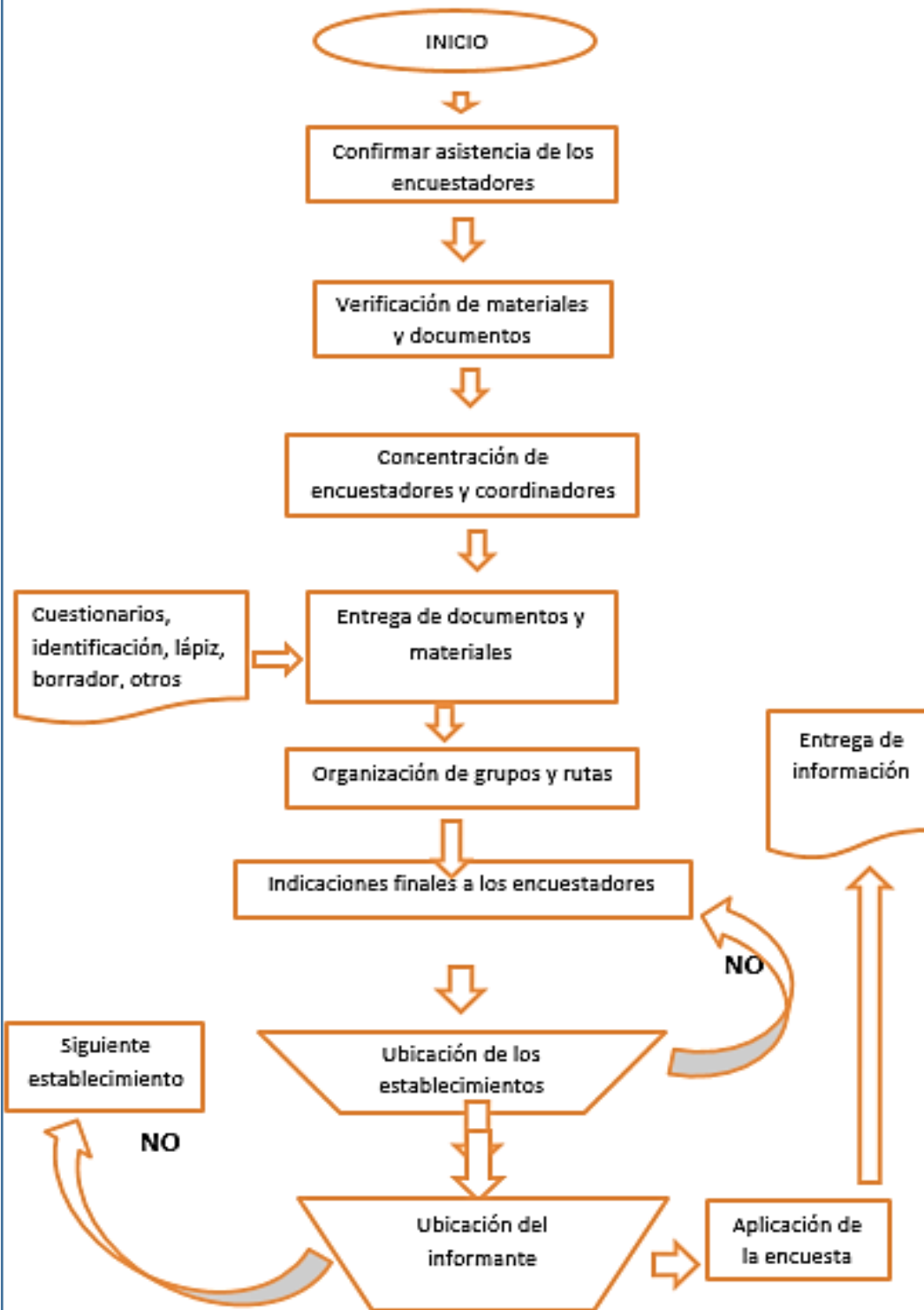


Figura 17. Proceso de recolección de información.  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

## Cronograma operativo de la encuesta

RECOLECCION DE INFORMACION		DURACION DE LA ACTIVIDAD/MINUTOS									
		15	25	45	55	75	85	95	100	120	130
<b>No</b>	<b>ACTIVIDAD</b>										
1	CONFIRMACION DE ASISTENCIA ENCUESTADORES										
2	VERIFICACION DE MATERIALES Y DOCUMENTOS										
3	CONCENTRACION CORDINADORES- ENCUESTADORES										
4	DOTACION DE SUMINISTROS Y MATERIALES										
5	ORGANIZACION DE GRUPOS Y RUTAS DE CAMPO										
6	INDICACIONES FINALES										
7	UBICACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS										
8	UBICACION DEL INFORMANTE										
9	RECOLECCION DE LA INFORMACION EN EL CAMPO										
10	ENTREGA DE LA INFORMACION AL COORDINADOR										

*Figura 18.* Proceso de recolección de información  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

## CAPÍTULO 5

### FACTORES QUE INFLUYEN EN LAS CONDICIONES ACTUALES DE LAS MICROEMPRESAS COMERCIALES DE CUMBAYÁ

#### 5.1 Factores relacionados con la infraestructura de las microempresas

La infraestructura de un local comercial influye en la decisión de compra del cliente y marca la distinción del establecimiento en el sector, al identificar las características se observó dificultades y limitaciones presentes en los establecimientos.

Tabla 25.

*Disponibilidad de parqueaderos en los comerciales de Cumbayá*

<b>Parqueadero</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
<b>Locales</b>	25	43	68
<b>Porcentaje</b>	37%	63%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se determinó que gran parte de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia de Cumbayá no tenían parqueadero privado han utilizado la calle y veredas para este fin; de un total de 68 locales comerciales un 63% que corresponden a 43 locales no cuentan con parqueadero, y el 37% que corresponde a 25 locales cuentan con parqueadero, la zona azul municipal se proyecta como una solución a este inconveniente a pesar de que podría obstaculizar el flujo vehicular en las horas pico.

Tabla 26

*Área aproximada (m<sup>2</sup>) de los locales comerciales de Cumbayá*

<b>Metros cuadrados</b>					
<b>Área</b>	<b>1 a 49</b>	<b>50 a 99</b>	<b>100 a 149</b>	<b>150 o más</b>	<b>Total</b>
<b>Locales</b>	33	21	6	8	68
<b>Porcentaje</b>	49%	31%	9%	12%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que 33 locales cuentan con un área de hasta 49 m<sup>2</sup> ocupando el 49% de la totalidad, la mayoría de estas construcciones son antiguas; el 31% representado por 21 locales tienen un área de 50 a 99 m<sup>2</sup> los mismos que generan un mayor costo por su extensión o por encontrarse en sitios estratégicos, los establecimientos con una extensión de 100 a 149 m<sup>2</sup> representaron el 9%, son inaccesible para los pequeños comerciantes que no cuentan con capacidad de pago;

los establecimientos con un área de 150m<sup>2</sup> o más ocupan un porcentaje de 12%, por sus dimensiones el valor de alquiler de los locales es el mayor marcando una diferencia notable.

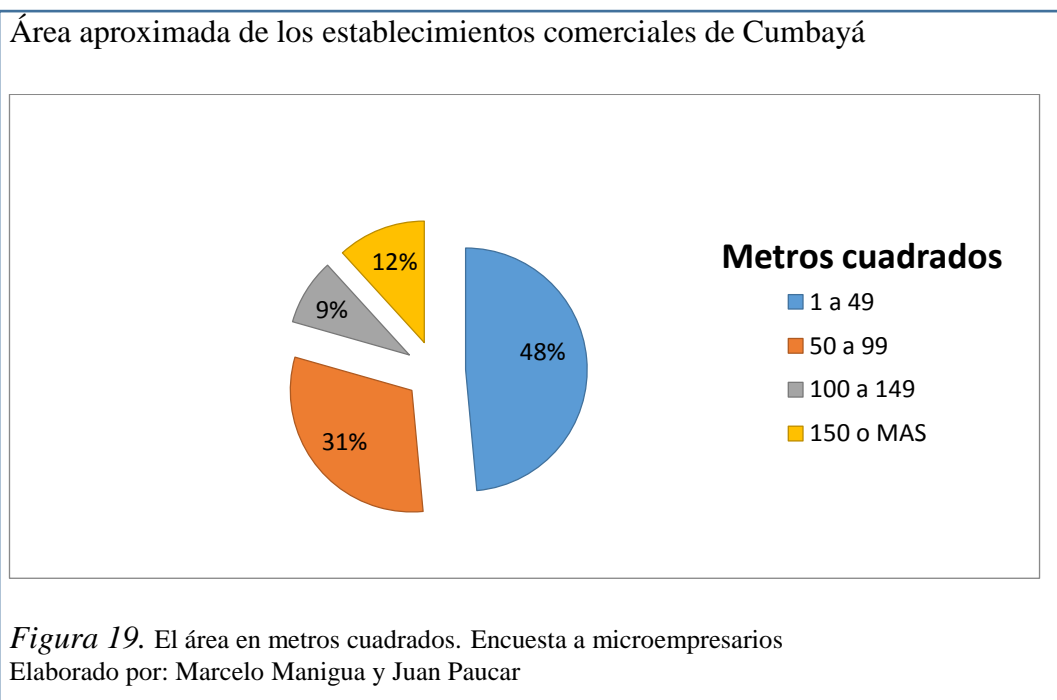


Tabla 27.

*Condición de ocupación de los locales comerciales de Cumbayá*

Condición	Arrendado	Propio	Total
Locales	59	9	68
Porcentaje	87%	13%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 87% de locales comerciales en el sector son arrendados por microempresarios, “locales y viviendas son adquiridos por inversionistas interesados” manifestaba una propietaria de un local de víveres situado en el sector comercial de la parroquia Cumbayá, un segmento de residentes siendo propietarios de locales comerciales no pueden dedicarse a gestionar una microempresa por lo que prefieren arrendar sus locales para obtener ingresos extras; el 13% del total de locales comerciales que tienen actividades micro empresariales en el sector comercial de Cumbayá son administrados por sus propios dueños para quienes la gestión de su microempresa le genera ingresos para solventar sus necesidades económicas.



Tabla 28.

*Servicios utilizados en las microempresas comerciales de Cumbayá*

1 Agua potable			2 Teléfono fijo			3 Internet		
Sí	No	Total	Sí	No	Total	Sí	No	Total
61	7	68	61	7	68	36	32	68
9%	10%	100%	90%	10%	100%	53%	47%	100%

Nota. La energía eléctrica está presente en el 100% de locales. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar.

Se encontró que el agua potable llega directamente al 90% de locales del sector comercial de la parroquia, el 10% no tienen este servicio por falta de pago o porque el servicio está en trámite de instalación, algunos locales comerciales no tienen tuberías, el 90% de microempresas cuenta con teléfono fijo, medio de comunicación que le sirve para concretar ventas y acuerdos con clientes, el servicio de internet está presente en el 52,94% de las microempresas del sector, servicio indispensable para obtener información, realizar transacciones tributarias, bancarias, pago de facturas de servicios básicos, realizar publicidad del negocio, ventas on line, entre otros. Los microempresarios de este sector requieren de capacitación sobre los beneficios que proporcionan el buen uso del internet, pues con esto incrementarían su actividad productiva, su desarrollo personal y familiar.

Servicios utilizados en las microempresas comerciales de Cumbayá

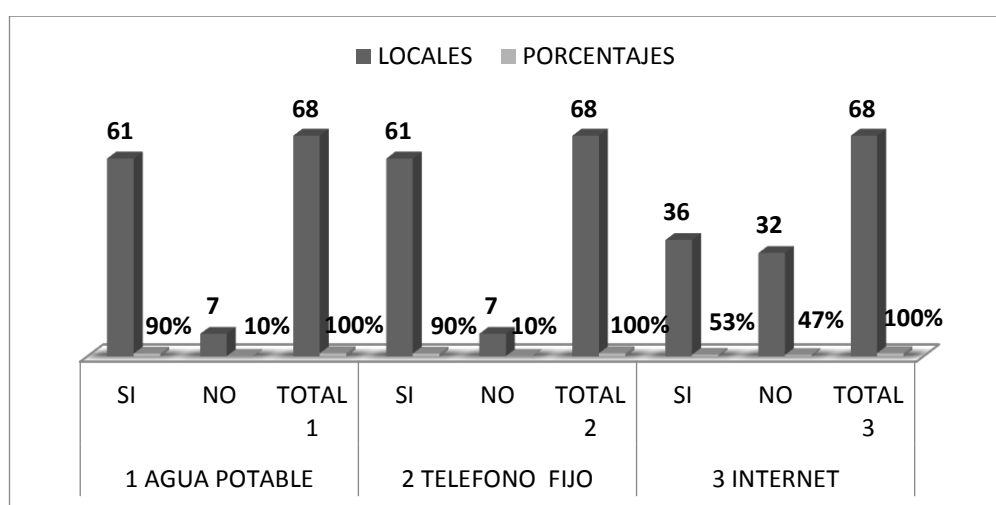


Figura20. Energía eléctrica está presente en el 100% de locales. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 29.

*Existencia de extinguidor de incendio y salida de emergencia en locales.*

1 Extinguidor			2 Salida de emergencia			3 Vía de evacuación		
Sí	No	Total	Sí	No	Total	Sí	No	Total
63	5	68	42	26	68	16	52	68
93%	7%	100%	62%	38%	100%	24%	76%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 93% de cumple con la disposición de tener un extinguidor en su establecimiento comercial, el 61,76% de encuestados manifestó afirmativamente sobre la existencia de salidas de emergencia en sus establecimientos comerciales y el 76% no dispone vías de evacuación, el incumplimiento ya sea por el costo de la implementación, por la inadecuada infraestructura, por la dimensión del local o por desconocimiento de la ordenanza municipal está presente en los locales comerciales del sector

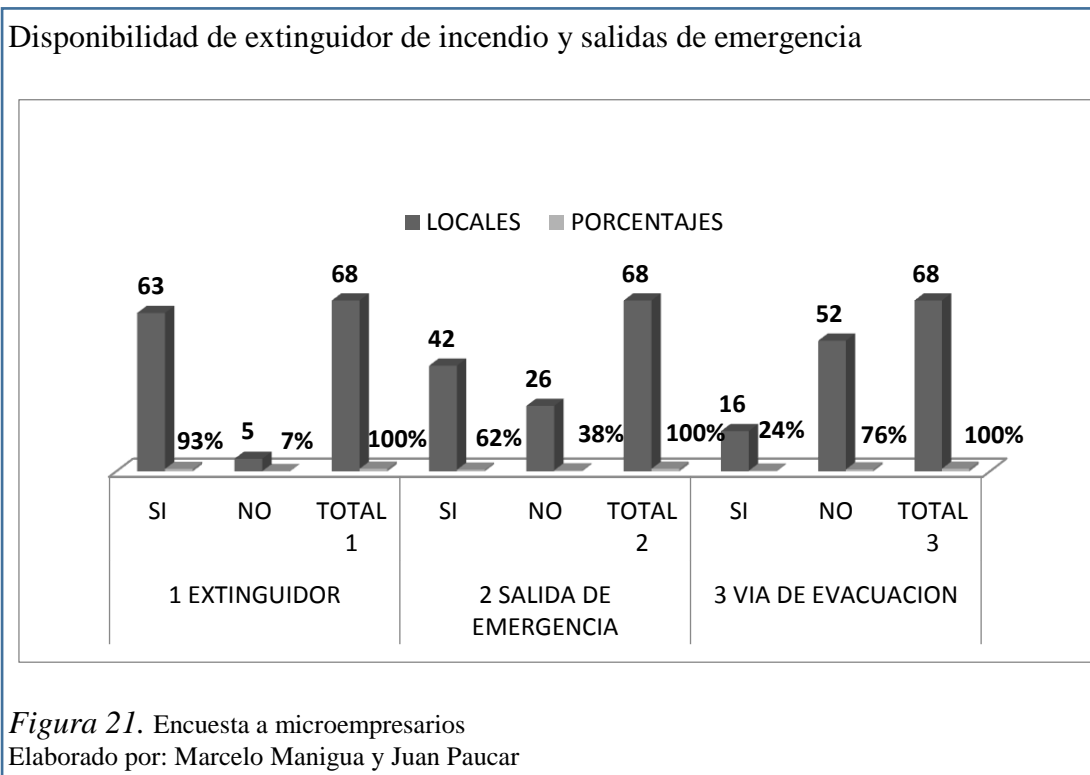


Tabla 30.  
Seguros contratados por las microempresas comerciales de Cumbayá

Contratación de seguros								
Incendio			Robo			Desastres naturales		
Sí	No	Total	Sí	No	Total	Sí	No	Total
15	53	68	15	53	68	11	57	68
22%	78%	100%	22%	78%	100%	17%	83%	100%

Nota. Se tomó en cuenta cada seguro por separado. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

En cada caso se observaron respuestas diferentes, el 22% de microempresas manifestó contar con un seguro contra incendios, los establecimientos que no lo tienen representan el 78%, los negocios instalados recientemente, la falta de recursos económicos, el alto costo de los seguros, son factores que inciden en las respuestas. En relación al seguro en caso de robo se observó que el 78% no tienen este seguro, los propietarios de los establecimientos dan poca importancia a la adquisición de un seguro para proteger a sus negocios sin tomar en cuenta el aumento en la frecuencia de robos en la capital. En la adquisición de seguros en caso de desastres naturales se observó que si tiene este seguro, el 16.18%, y la no adquisición de este seguro representa 83%.

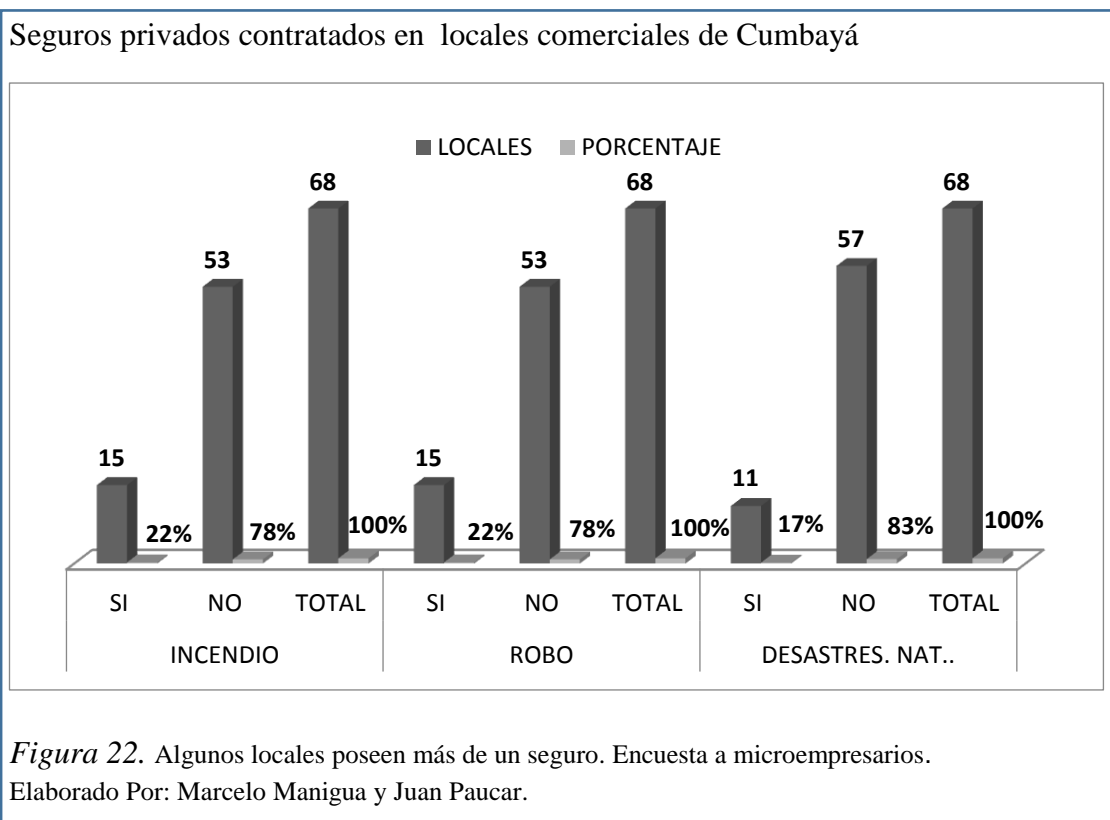


Tabla 31.

*Condición de formalidad de las microempresas comerciales de Cumbayá*

<b>Ruc</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
<b>Locales</b>	68	0	68
<b>Porcentaje</b>	100%	0%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó en el sector, el 100% de los propietarios de las microempresas correspondiente a 68 encuestas afirmativas registraron sus establecimientos en el S.R.I debido al control y sanciones que ejerce esta institución gubernamental en la regularización de las microempresas del sector comercial de la parroquia Cumbayá.

## **5.2 Factores relacionados con la economía de las microempresas**

En el aspecto económico es el más importante para el desarrollo de las microempresas, se apreciaron factores relacionados con:

### **Egresos**

Tabla 32.

*Valor de patentes e impuestos para las microempresas de Cumbayá*

<b>Dólares</b>	<b>\$20 - \$49</b>	<b>\$50- \$99</b>	<b>\$100- \$199</b>	<b>\$200- \$499</b>	<b>\$500- Más</b>	<b>No paga</b>	<b>No sabe</b>	<b>Total</b>
<b>Locales</b>	7	19	5	10	2	1	24	68
<b>Porcentaje</b>	10%	28%	7%	15%	3%	1%	36%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 10% de microempresarios manifestó que paga de 20 a 49 dólares, el rango de los propietarios que pagan aproximadamente de 50 a 99 dólares por concepto de patentes e impuestos está representado por el 28%; por otro lado el 36% de microempresarios responde que no sabe cuánto paga por patentes e impuestos porque otras personas como contadores u otros que entienden de este tema son los encargados de realizar este pago, el 1% de locales que no paga se expone a multas y clausuras emitidas por funcionarios del Servicio de Rentas Internas los cuales ejercen un control permanente sobre los pequeños microempresarios de la parroquia de Cumbayá.

### Gasto patentes e impuestos en las microempresas comerciales de Cumbayá

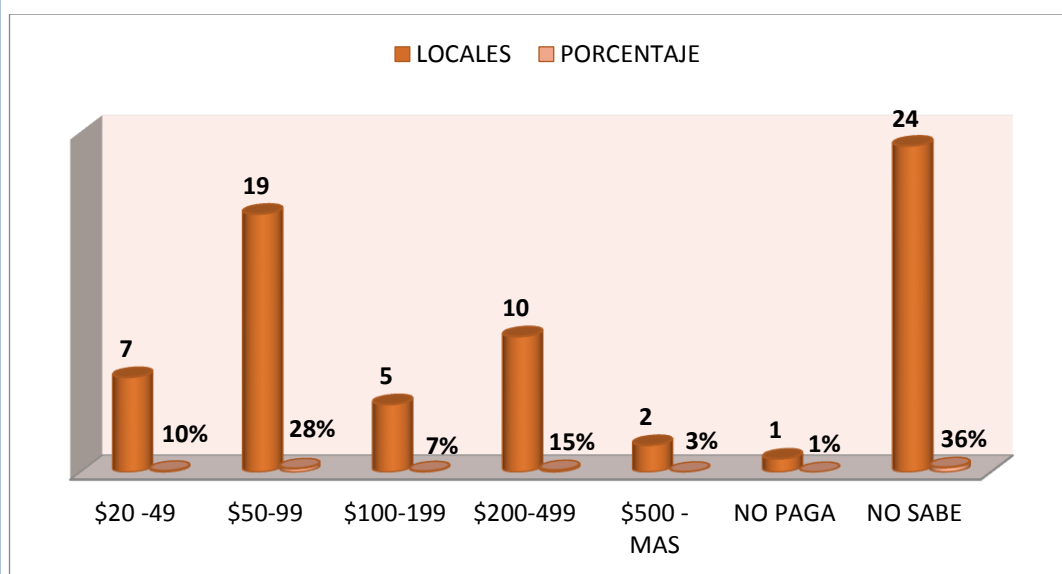


Figura 23. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 33.

### Valor del canon de arrendamiento en locales comerciales de Cumbayá

Dólares	\$100- \$399	\$400- \$699	\$700- \$999	\$1000- \$1299	\$1300- \$1700	No paga	No sabe	Total
Locales	18	22	8	1	4	7	8	68
Porcentaje	26%	32%	12%	1%	6%	10%	12%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se evidenció que el 26% de locales de este sector paga un canon de arrendamiento entre 100 a 399 dólares; con un porcentaje mayor correspondiente al 32% de locales comerciales del sector manifestó pagar un arriendo mensual de 400 a 699 dólares estos locales cuyas construcciones son de cemento armado, cuentan con todos los servicios (agua, luz eléctrica, teléfono fijo) y una ubicación privilegiada cercana al parque central de Cumbayá, los microempresarios que pagan de 1300 a 1700 dólares son el 6%, ellos cuentan con un espacio amplio excelente ubicación e incluso cuentan con parqueadero estas microempresas deberían aplicar técnicas y procedimientos administrativos con el fin de poder cubrir sus gastos principales como es el arriendo mensual.

### Gasto arriendo en los establecimientos comerciales de Cumbayá

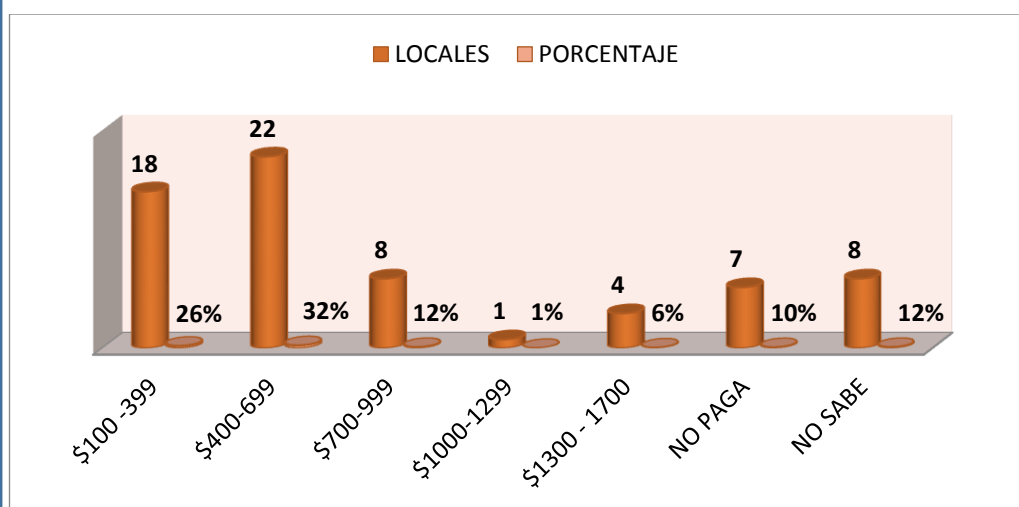


Figura 24. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 34.

Valor del servicio de agua potable para locales comerciales de Cumbayá

Agua potable	\$5 a \$19	\$20 a \$34	\$35 a \$49	\$50 a \$64	\$95 a \$110	No sabe	No tiene	Total
Locales	31	9	3	7	1	5	12	68
Porcentaje	46%	13%	4%	10%	1%	7%	18%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 46 % de locales paga por el consumo de agua potable entre 5 y 19 dólares mensuales. Asistencia utilizada en los servicios higiénicos y limpieza del local, el 10% de establecimientos paga mensualmente por este servicio de 50 a 64 dólares a parte de las actividades mencionadas anteriormente aquí se lava la ropa personal y prepara alimentos. En esta categoría están las panaderías, locales en venta de flores y legumbres quienes precisan del líquido vital para preservar y mantener sus productos. El 1% de establecimiento paga de 95 a 110 dólares segmento que ocupa un área superior en cuanto a la dimensión del establecimiento y realizan actividades como venta de plantas, de viveros y otros, el 18% de microempresas no cuenta con tuberías de agua potable y se abastecen de fuentes externas.

### Gasto servicio de agua potable en locales comerciales de Cumbayá

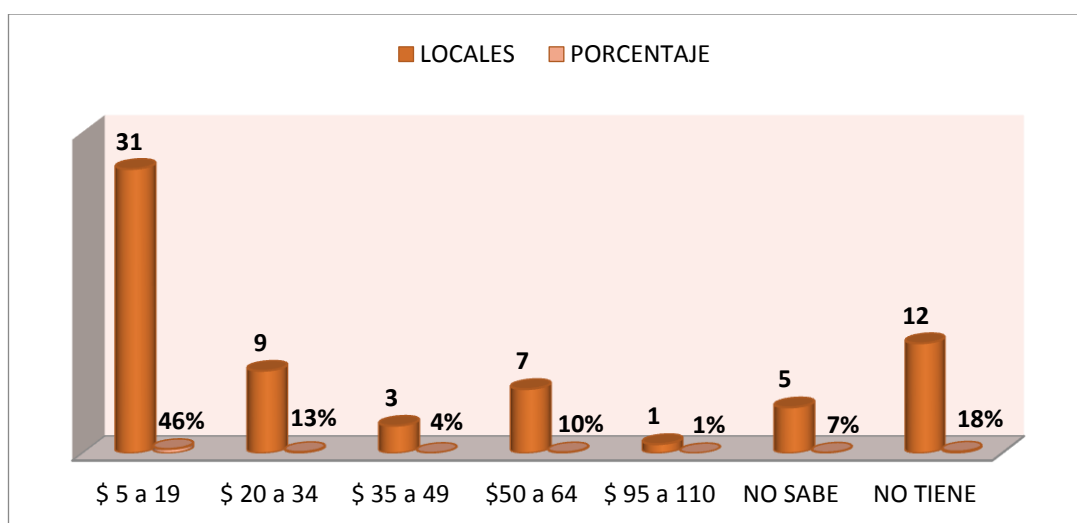


Figura 25. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 35.

Valor del servicio de energía eléctrica para los comercios de Cumbayá

Energía eléctrica	\$7 a \$49	\$50 a \$92	\$ 93 a \$135	\$179 a \$221	\$222 o más	No sabe	Total
Locales	48	7	4	2	2	5	68
Porcentaje	71%	10%	6%	3%	3%	7%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 71% paga a la Empresa Eléctrica Quito de \$7 a 49 dólares por concepto de energía eléctrica tal valor está determinado por el uso de artefactos eléctricos que utilizan en estos negocios como refrigeradoras lámparas de iluminación rótulos publicitarios y otros propios del comercio; el 3% que cancela mensualmente por este concepto más de 222 dólares es porque ellos utilizan la energía eléctrica en frigoríficos, maquinarias, iluminación entre otros.

### Gasto servicio energía eléctrica en locales comerciales de Cumbayá

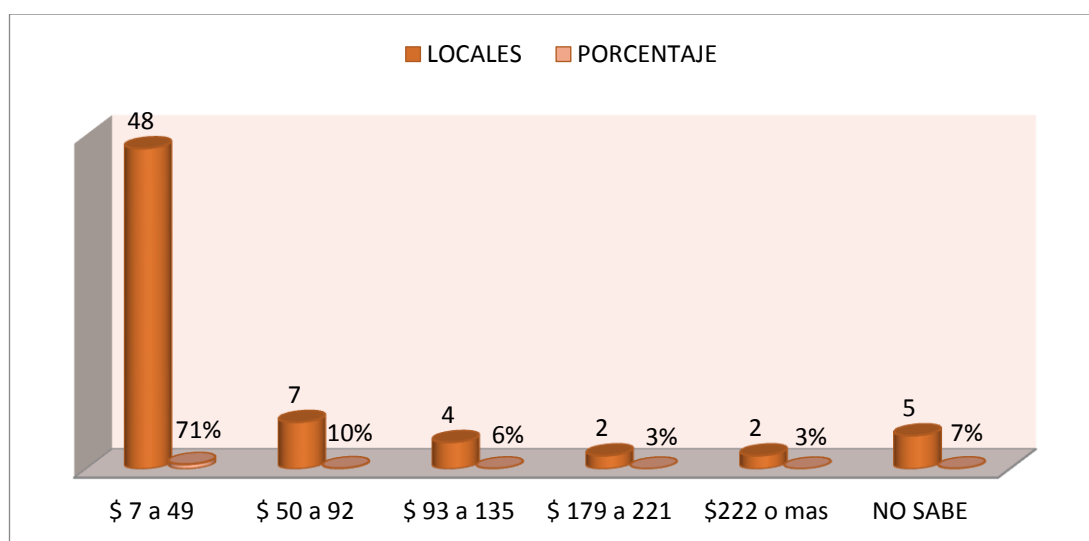


Figura 26. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 36.

### Valor del servicio telefónico para locales comerciales de Cumbayá

Teléfono	\$8 a \$29	\$30 a \$51	\$52 a \$73	\$74 a \$95	\$96 o más	No sabe	No tiene	Total
Locales	41	8	2	1	2	3	11	68
Porcentaje	60%	12%	3%	1%	3%	4%	16%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El gasto por servicio telefónico varía de 8 a 29 dólares en el 60% de las microempresas del sector, ocasionalmente las microempresas ofertan sus productos vía telefónica y también lo utilizan para dar indicaciones relacionadas con su negocio; las microempresas que pagan más de 95 dólares representan apenas el 3% en las que utilizan este servicio como medio de presentación para uso familiar y otros fines. Hay un segmento representativo del 16% de locales que no tiene teléfono fijo y utilizan el celular para realizar y recibir llamadas telefónicas.



## Gasto servicio telefónico en los establecimientos comerciales de Cumbayá

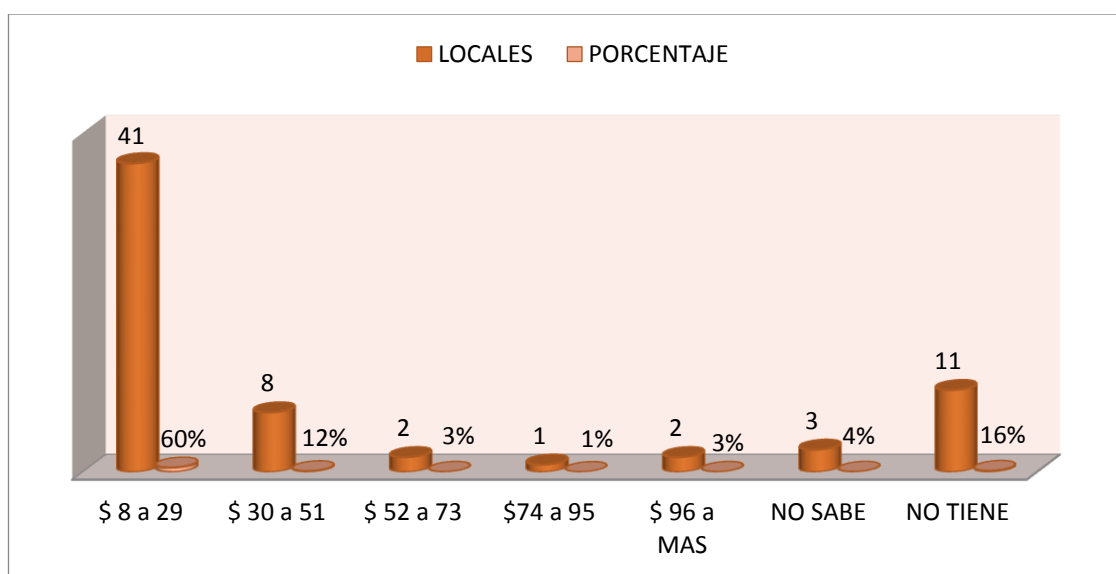


Figura 27. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 37.

### Valor del servicio de internet en locales comerciales de Cumbayá

Internet	\$9 a \$29	\$30 a \$49	\$50 a \$69	\$70 a \$89	\$90 a más	No sabe	No tiene	Total
Locales	20	4	1	2	1	4	36	68
Porcentaje	29%	6%	1%	3%	1%	6%	53%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se apreció que el servicio de Internet no es considerado como necesario para muchos, ya que emprendedores del sector, no han tenido conocimiento sobre el alcance que posee el internet a nivel comercial y las ventajas que le podría traer a sus empresas sobre todo en las ventas de sus productos o para buscar productos de mejor calidad y a precios bajos que podrían comercializar en sus negocios. Los datos levantados en el sector señalaron que solo el 47% de los establecimientos utiliza este servicio en sus microempresas en este sentido el 29% de los establecimientos gasta de 9 a 29 dólares mensuales, las otras categorías solo utilizan este servicio para la obtención de formularios gubernamentales, distracción en tiempos de descanso entre otros; el 53% de microempresas no dispone de este servicio sin darse cuenta que el

incremento de las ventas está relacionado con la utilización de medios como el internet

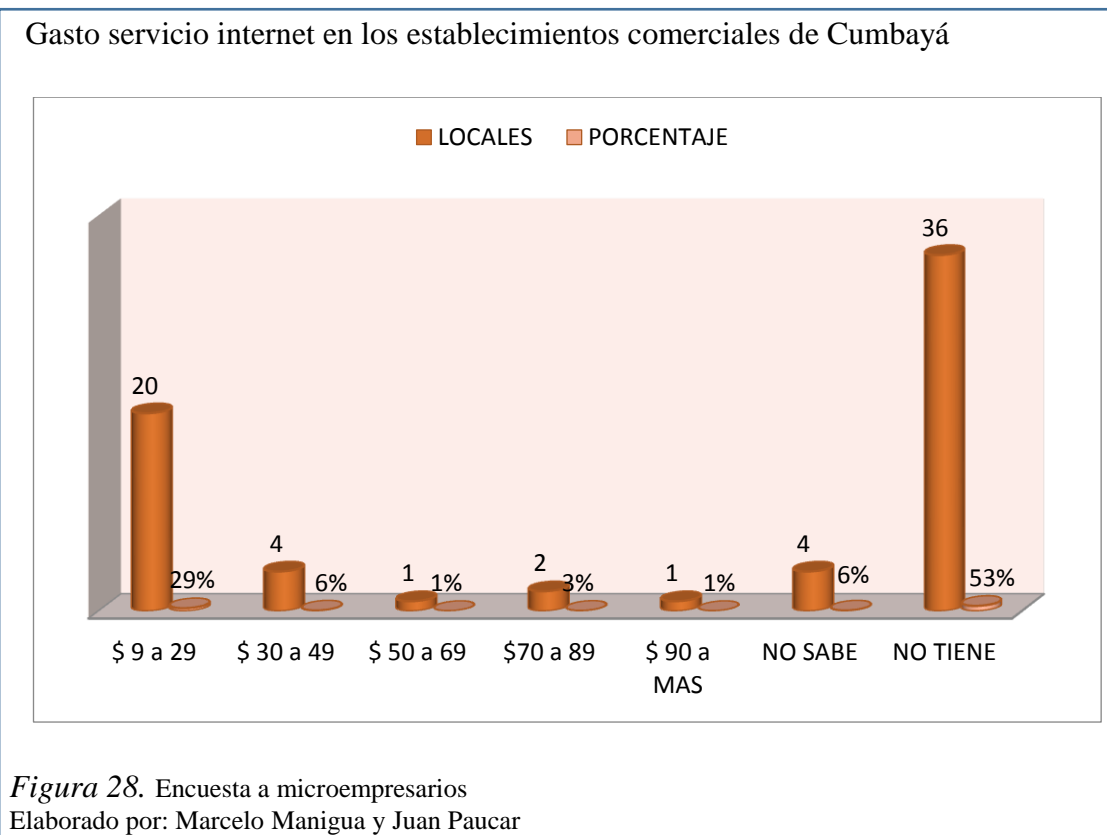


Tabla 38.

*Valor del pago de sueldos y salarios en locales comerciales de Cumbayá*

Sueldos y salarios	\$1 a \$349	\$349 a \$699	\$700 a \$1049	\$1050 a \$1399	\$ 1400 a \$1749	\$1750 o más	No paga	Total
<b>Locales</b>	22	6	7	1	1	4	27	68
<b>Porcentaje</b>	32%	9%	10%	1%	1%	6%	40%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Los datos revelaron que el 32% de las microempresas formales de este sector gastan en el pago de sueldos y salarios hasta 349 dólares mensuales, este valor está enmarcado en el pago establecido del sueldo básico a un trabajador. Los propietarios de locales que pagan sueldos de 1750 dólares y más representan el 6% de microempresas del sector donde sus trabajadores perciben mayor remuneración por años de trabajo, acumulación de horas extras y comisiones, entre otros factores. Por otro lado el 40% de las microempresas de este sector no tienen empleados por

tratarse de emprendimientos personales o familiares que no pueden cubrir dichos gastos.

Gasto sueldos y salarios en locales comerciales de Cumbayá

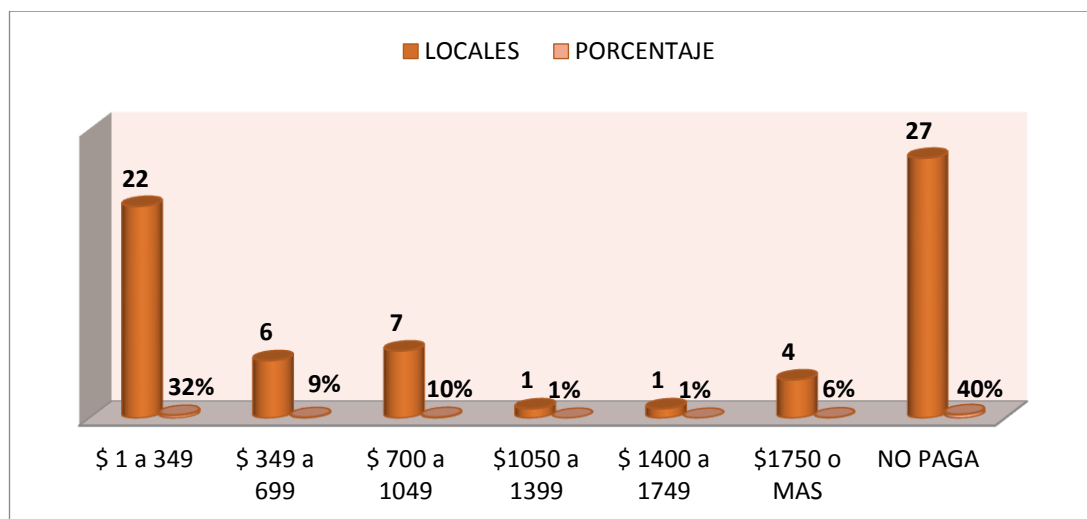


Figura 30. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 39.

Valor de la inversión mensual mercaderías en comercios de Cumbayá

Inversión mercadería	\$1 a \$1000	\$1001 a \$2000	\$ 2001 a \$3000	\$3001 a \$4000	\$4001 a \$5000	\$5000 o más	No sabe	Total
Locales	30	8	6	1	4	9	10	68
Porcentaje	44%	12%	9%	1%	6%	13%	15%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que la inversión en la compra de mercaderías es de acuerdo a la salida del producto; el 44% de los locales comerciales del sector invierte hasta 1000 dólares al mes; el 12% de microempresas invierte entre 1001 y 2000 dólares cada mes; el 13%, de este sector microempresarial adquiere más de 5000 dólares por disponer de locales con suficiente espacio para almacenar productos de gran demanda. Contrario a esto el 15% de micro empresarios no sabe la inversión mensual que hace en mercaderías demostrando negligencia en la administración del negocio,

### Inversión mensual mercaderías en locales comerciales de Cumbayá

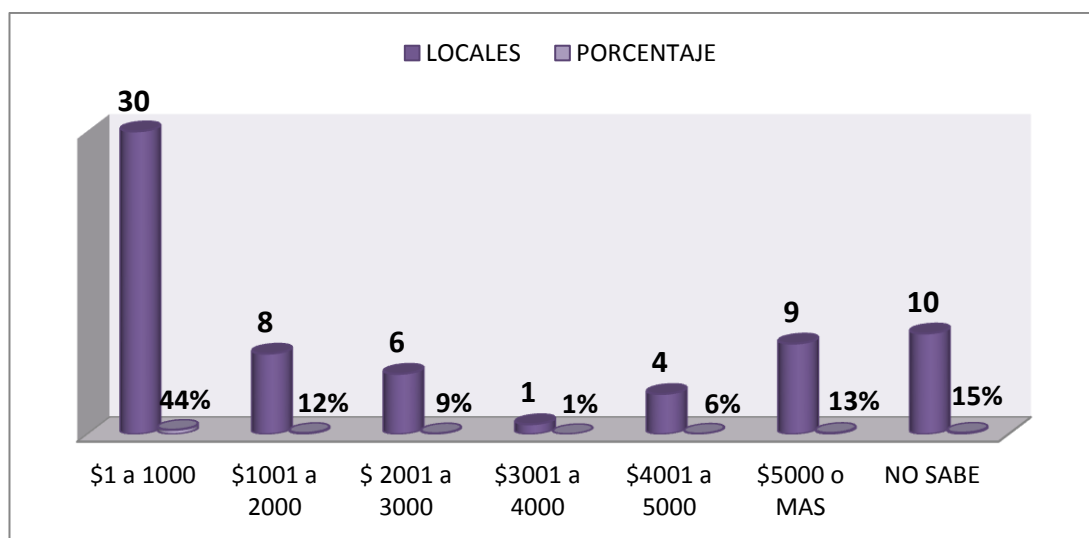


Figura 29. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 40.

### Relación microempresa-crédito en el sector comercial de Cumbayá

Crédito	Sí	No	No sabe	Total
Locales	27	39	2	68
Porcentaje	40%	57%	3%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se evidenció que en este sector el 57% de la microempresas no mantienen crédito con ninguna institución financiera o prestamistas, siendo negocios constituidos por capitales propios, el 40% de microempresas comerciales del sector mantiene créditos con alguna institución financiera o prestamistas, un 3% de microempresas no sabe si mantiene o no algún crédito.

### Créditos efectivos a microempresas comerciales de Cumbayá

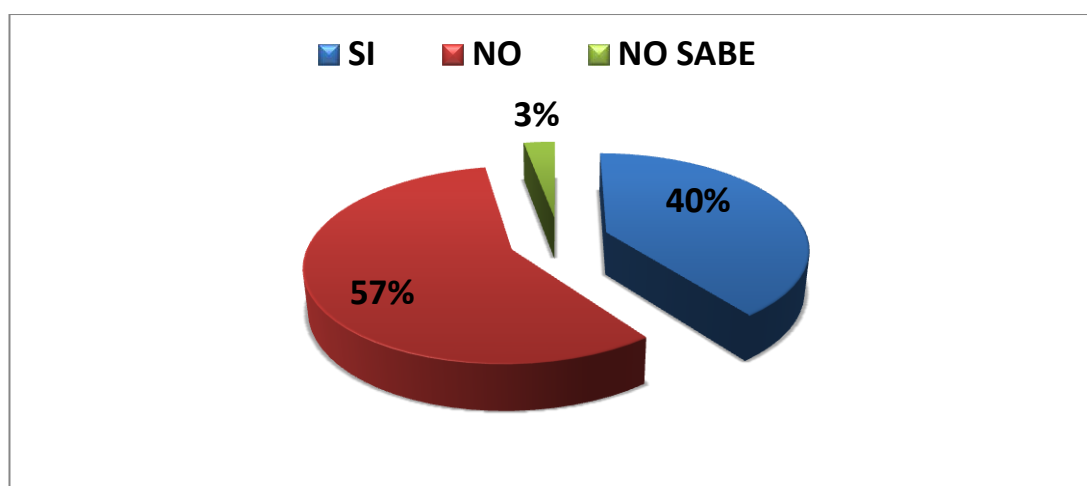


Figura 30. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 41.

### Tasa de interés aplicada en créditos de las microempresas de Cumbayá

Tasa interés	0%	8%	12%	14%	15%	16%	No sabe	No presta	Total
Locales	5	2	6	1	3	3	9	39	68
Porcentaje	7%	3%	9%	1%	4%	4%	13%	57%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 9% de microempresas que mantienen créditos paga el 12% de interés seguido por el 7% de microempresas que tienen su crédito con una tasa de interés del 0% debido a que los prestamistas son sus propios familiares, porque no les cobran intereses o por medio de préstamos a sindicatos o asociaciones al 0% de interés, algunos proveedores facilitan a sus clientes la mercadería sin ningún tipo de interés; un porcentaje representativo del 13% No Sabe a qué tasa de interés mantiene su crédito evidenciando una falla en la administración de la microempresa por no saber si le conviene o no el préstamo por el cual pagan un interés .

### Tasas de interés de los créditos microempresariales en Cumbayá

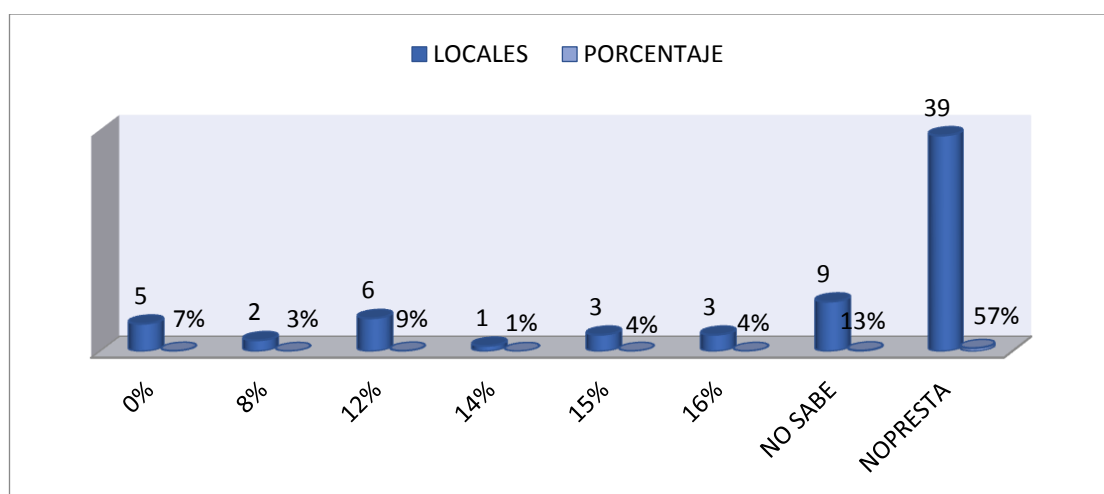


Figura 31. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 42.

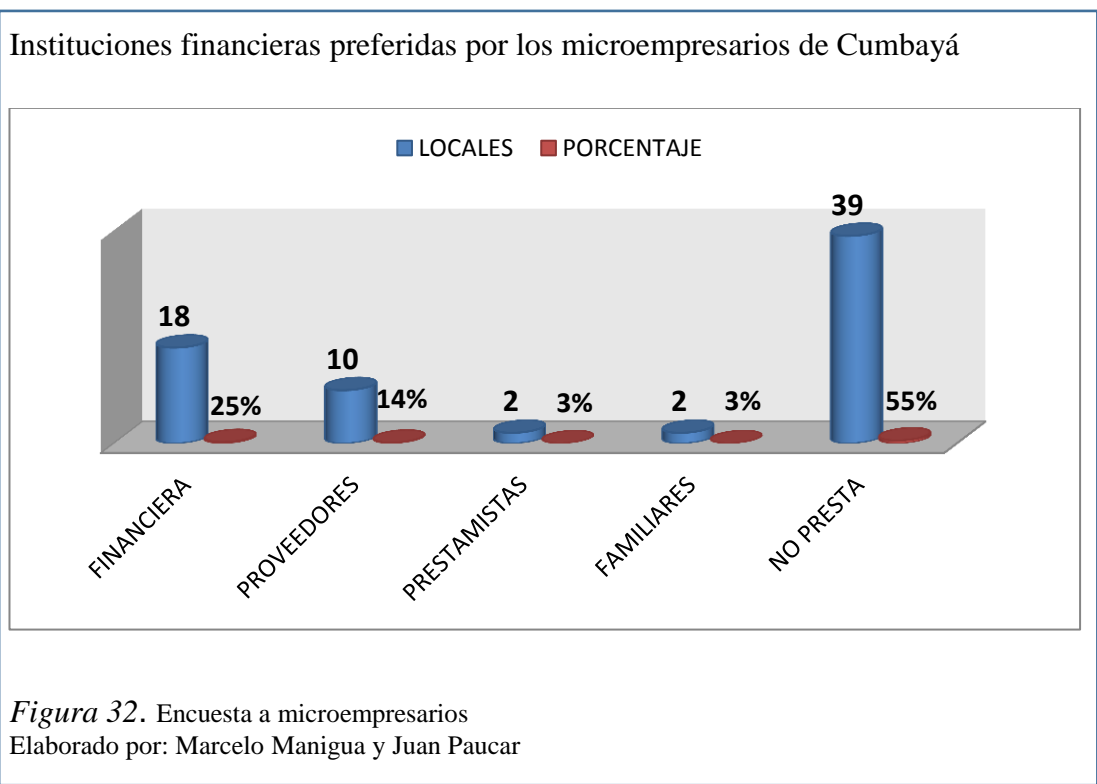
### Instituciones que otorgan crédito a las microempresas de Cumbayá

Institución	Financiera	Proveedores	Prestamistas	Familiares	No presta	Total
<b>Locales</b>	18	10	2	2	39	71
<b>Porcentaje</b>	25%	14%	3%	3%	55%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Las microempresas que optaron por un crédito lo hacen con diferentes instituciones como lo indica la tabla de datos, con un mayor porcentaje de incidencia tenemos que un 25% de estas microempresas obtuvo su crédito por medio de instituciones financieras como bancos y cooperativas de ahorro y crédito las cuales otorgan estos servicios a sus clientes tomando las previsiones del caso. En segundo lugar con un porcentaje del 14% tenemos las microempresas comerciales que tienen relaciones crediticias con sus propios proveedores que por lo general les prestan mercadería sin cobrar intereses constituyéndose una ventaja para el microempresario que adquiere esta facilidad por su puntualidad y buen proceder a la hora de cancelar sus obligaciones. El 3% de las préstamos a los que acceden los microempresarios de este sector es por medio de prestamistas o chulqueros que perjudican la economía de la microempresa por el cobro de altos intereses; por otro lado, el 55% de las

microempresas del sector comercial de esta parroquia prefiere no acceder a ningún tipo de préstamos por los elevados intereses o por no tener un flujo de capital para poder cubrir con esta obligación.



## Ingresos

Tabla 43.

*Afluencia de personas en las microempresas comerciales de Cumbayá*

Días	Lun	Mar	Mier	Juev	Vier	Sab	Dom	Todos
Locales	26	20	20	21	35	35	21	5
Porcentaje	14%	11%	11%	11%	19%	19%	11%	3%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó en las respuestas que el 19% de microempresarios señala los días viernes y sábado como los de mayor ingreso de personas a sus establecimientos comerciales generalmente estos días los clientes salen con la finalidad de divertirse, para salir de la rutina del trabajo, y por necesidad para comprar los productos de uso personal, alimentos, entre otros. El 14% de microempresarios señalan el día lunes como el de mayor flujo de personas, motivados por productos para la alimentación de toda la

semana o para la adquisición de materiales de construcción, utensilios para el hogar, entre otros.

Días de mayor afluencia de personas en las microempresas de Cumbayá

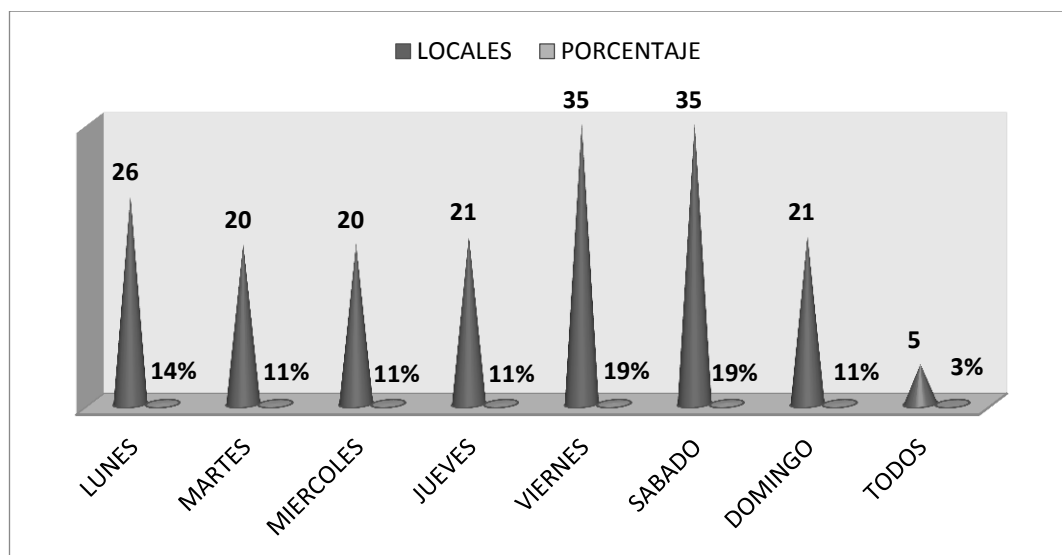


Figura 33. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 44.

*Meses que registran mayores ventas los comercios de Cumbayá*

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Todos
2	11	9	11	22	15	9	4	9	4	5	33	10
2%	8%	6%	8%	15%	10%	6%	3%	6%	3%	3%	23%	7%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se determinó que el 23% del total de elecciones por el mes en que más se vende fue direccionada hacia diciembre, tendencia que se repite a nivel nacional y en muchos países del mundo; la segunda elección de los microempresarios fue por el mes de mayo como el que registra de mayor venta con el 15% del total de respuestas, festividades como el día de la madre, el día del trabajo direccionan este comportamiento; los demás meses son escogidos por los microempresarios como los de mayor venta de acuerdo a los productos que ellos venden en sus establecimientos; en este sentido, para las papelerías fue el mes de septiembre; y para los restaurante y tiendas de víveres la elección fue la de todos los meses.



### Meses de mayor venta en establecimientos comerciales de Cumbayá

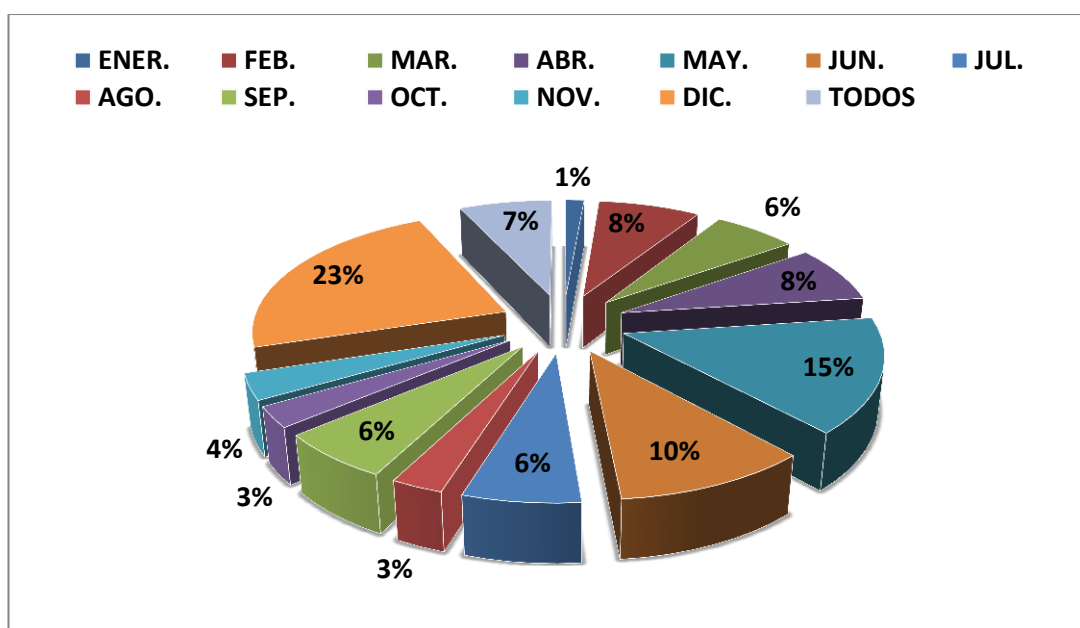


Figura 34. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 45.

### Cientes que ingresan semanalmente a las microempresas comerciales de Cumbayá

Ingreso	10 a	120 a	230 a	340 a	450 a	670 a	No sabe	Total
Cientes	119	229	339	449	559	800		
Locales	31	18	3	3	1	8	4	68
Porcentaje	46%	26%	4%	4%	1%	12%	6%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 46% de microempresarios del sector señalaron un rango de 10 a 119 potenciales clientes como promedio de ingreso semanal a sus establecimientos, de este número de personas no todos harán una compra efectiva, puesto que depende de factores como: la atención, los descuentos, las promociones en determinados productos, un variado stock de productos; el 12% del total de los microempresarios manifestó que sus establecimientos son bastante concurridos, pues semanalmente ingresan un promedio de 670 a 800 personas, en este rango se encuentran las ferreterías y las tiendas de víveres.

### Número de clientes que ingresa semanalmente a las microempresas comerciales

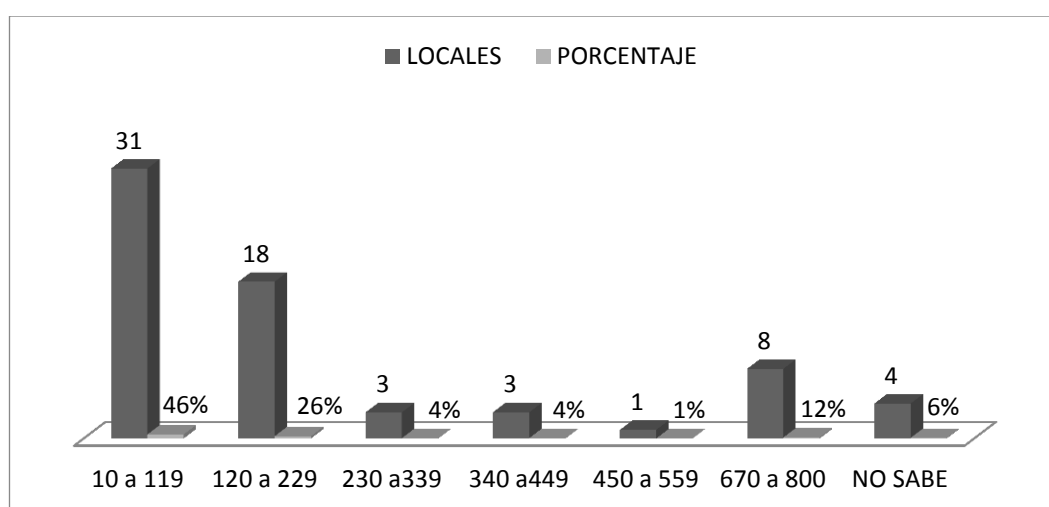


Figura 35. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 46.

Promedio de ingreso mensual en locales comerciales de Cumbayá.

Ingreso dólares	\$150 a \$499	\$500 a \$999	\$1000 a \$1499	\$1500 a \$1999	\$2000 a \$4999	\$5000 a \$9999	\$10000 o más	No sabe	Total
Local	12	12	8	2	11	2	5	16	68
Porcentaje	18%	18%	12%	3%	16%	3%	7%	24%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el nivel de ingreso mensual de las microempresas formales de este sector es desconocido para el 24% de los emprendedores que no llevan un registro de ingresos, el ingreso por ventas es destinado al pago a proveedores, pago de servicios básicos y otros gastos. Un adecuado manejo del sistema contable en los establecimientos mediante el registro de entrada y salida de mercaderías, control de caja, registro de ventas entre otras actividades ayudaría en la determinación de los ingresos mensuales de la microempresa. En el 18% de establecimientos se determinó que el rango de ingreso mensual es de 150 a 499 dólares en promedio, el 3% de microempresarios manifestó que, el ingreso aproximado en sus establecimientos va de \$500 a 999 dólares mensuales. El mayor ingreso corresponde al 7% de

microempresas comerciales del sector con ingresos mensuales superiores a 10.000 dólares, locales en los que sus vendedores se preocupan por la atención.

Ingreso mensual en establecimientos comerciales de Cumbayá

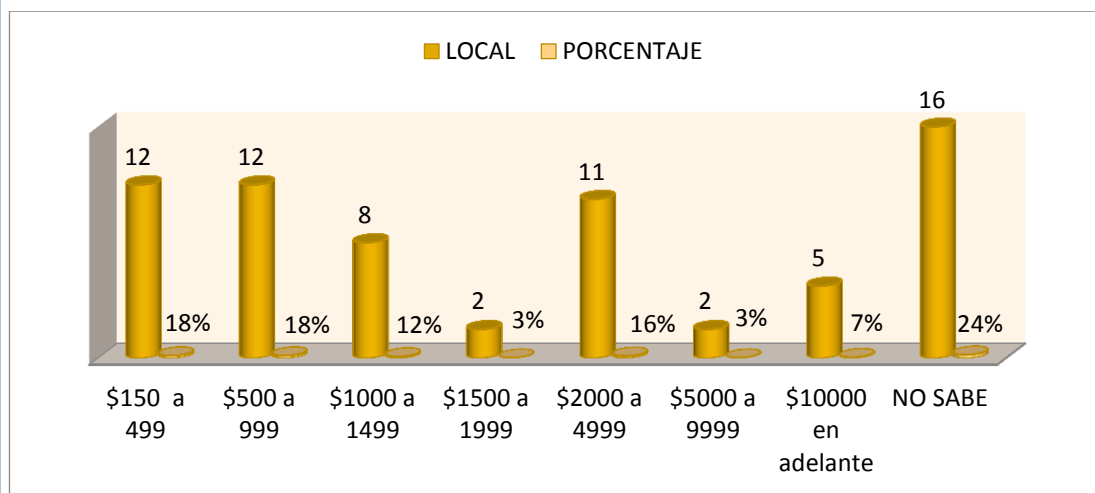


Figura 36. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 47.

*Suficiencia del ingreso del local para la familiar del emprendedor*

Ingreso suficiente	Sí	No	Total
Locales	43	25	68
Porcentajes	63%	37%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 63% de los microempresarios del sector comercial de la parroquia Cumbayá manifestó que el ingreso proveniente de su negocio es suficiente para la manutención de su familia, les alcanza para cubrir gastos de educación, vivienda, vestuario, pago de servicios básicos, transporte, entre otros. Demostrando que al gestionar un emprendimiento micro empresarial correctamente en este sector se puede alcanzar el “ Buen Vivir” o “Sumak Kawsay”: por el contrario el 37% de las microempresas tienen un ingreso que no les alcanza para cubrir los gastos anteriormente mencionados, las razones pueden ser diversas entre las que se observó la no aplicación de métodos contables y administrativos que logren los objetivos empresariales, la falta de un estudio de mercado, la inconstancia en el

emprendimiento, la falta de capital de trabajo, la poca capacitación de quienes están al frente del negocio, la pésima atención al cliente, entre otros.

Tabla 48.

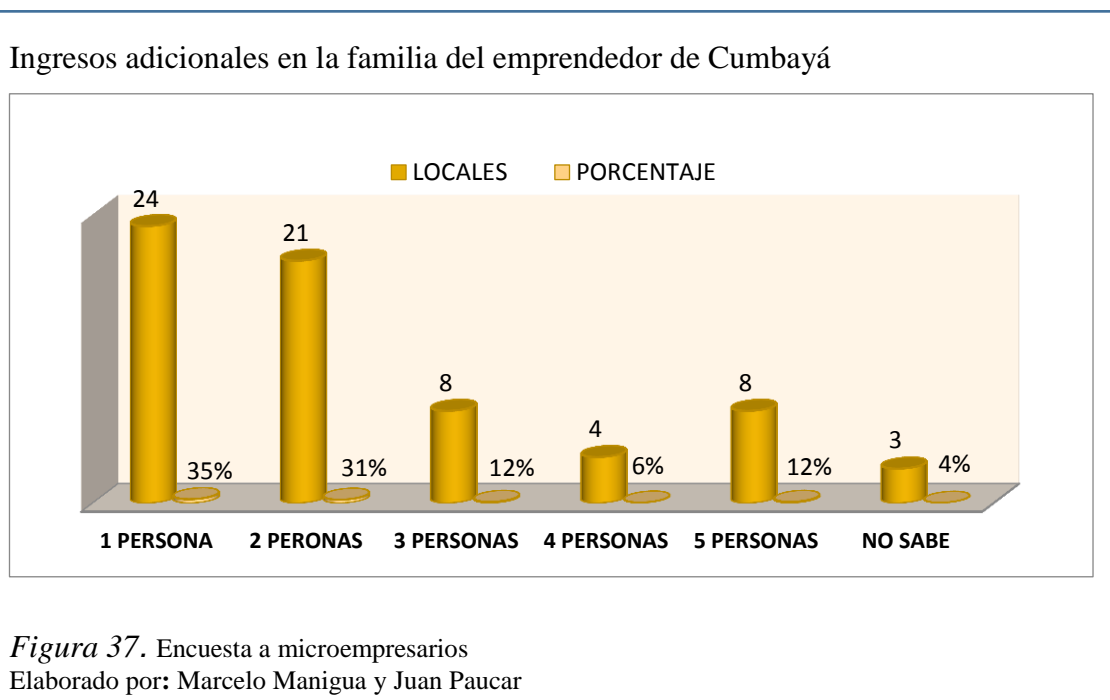
*Número de personas que perciben ingresos adicionales en la familia*

Número de personas	1	2	3	4	5	No sabe	Total
Locales	24	21	8	4	8	3	68
Porcentaje	35%	31%	12%	6%	12%	4%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que en el 35% de las familias de los microempresarios una persona percibe un ingreso diferente al proveniente de la microempresa, ya sea por un trabajo fijo, el arriendo de bienes inmuebles, algún tipo de subsidio económico por parte del estado entre otros. El 6% de emprendedores manifestó que en su familia trabajan u obtienen otro ingreso 4 integrantes, esta característica se da en familias numerosas en las que sus miembros están dentro de la población económicamente activa.



### 5.3 Factores relacionados con aspectos socio culturales de las microempresa

Tabla 49

*Productos que se venden en las microempresas de Cumbayá*

Aseo personal	Ferretería	Hogar	Primera necesidad	Suntuarios	Vestuario	X	Total
4	7	20	18	8	13	6	76
5%	9%	26%	24%	11%	17%	8%	100%

Nota. X = Otros productos. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 26% de respuestas de los microempresarios afirmaron que los productos que se expenden en sus establecimientos están dentro de la categoría de productos para el hogar donde encontramos artículos de bazar, C.D y D.V.D, velas, artículos de plásticos, adornos, artesanías, artículos de decoración y cristales; se observó que el 24% de respuestas manifestaba que en sus locales se venden artículos de primera necesidad entre los que se encuentran alimentos como el pan, carnes, lácteos, frutas, verduras, lácteos, aceite comestible y otros de consumo humano; con el 17% de respuestas se encuentra la categoría vestuario en la que se incluyen pantalones blusas, camisas, zapatos, bisutería y otros de acuerdo a las necesidades de los parroquianos y visitantes. Los artículos suntuarios tuvieron el 11% de representatividad entre los que están prendas de oro y plata, cosméticos, flores, los artículos para fiestas y auto lujos, los cuales tienen aceptación en el estrato medio y alto. Los productos de ferretería representan al 9% de respuestas entre los que se mencionó pinturas, material eléctrico y otros que son demandados por las viviendas y construcciones del sector. Los artículos de aseo personal están presentes en el 4% de respuestas de los microempresarios del sector, entre los que aparecen pañales, papel higiénico, pasta dental, jabones, detergentes y otros.

Productos que expenden los establecimientos comerciales de Cumbayá

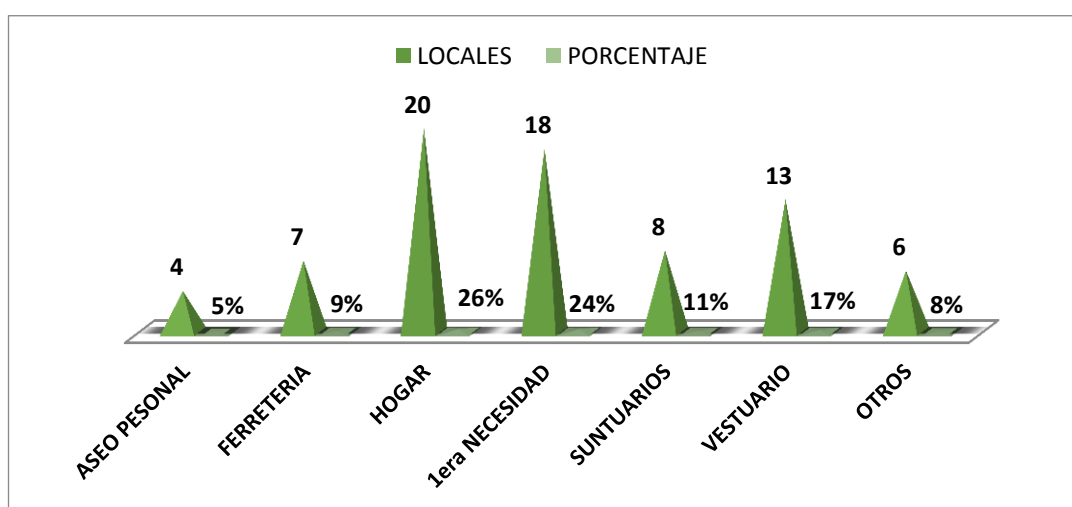


Figura 38. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 50.

*Productos más vendidos en las microempresas comerciales de Cumbayá*

Primera necesidad	D.v.d/CD	Ferretería	Gaseosas	Helados	Papeleería	Ropa	Suntuarios	X	Total
13	3	7	6	3	5	9	11	11	68
19%	5%	10%	9%	5%	7%	13%	16%	16%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que los productos de primera necesidad son los más vendidos en el 19% de establecimientos del sector entre los que se encuentran: arroz, azúcar, aceite, legumbres, hortalizas, entre otros. El 16% de emprendedores afirmó que los de mayor venta son los productos suntuarios entre los que se encontraron artículos de joyería, cosméticos, flores, artículos de fiestas y auto lujos; para el 13% de microempresas comerciales del sector la ropa en sus diferentes estilos, formas, materiales y texturas es el producto más vendido, los artículos de ferretería son los de mayor salida en el 10% de locales entre otros las pinturas de pared, materiales eléctricos y de construcción; dentro de la lista de los productos más vendidos aparecen las gaseosas en el 9% de locales.

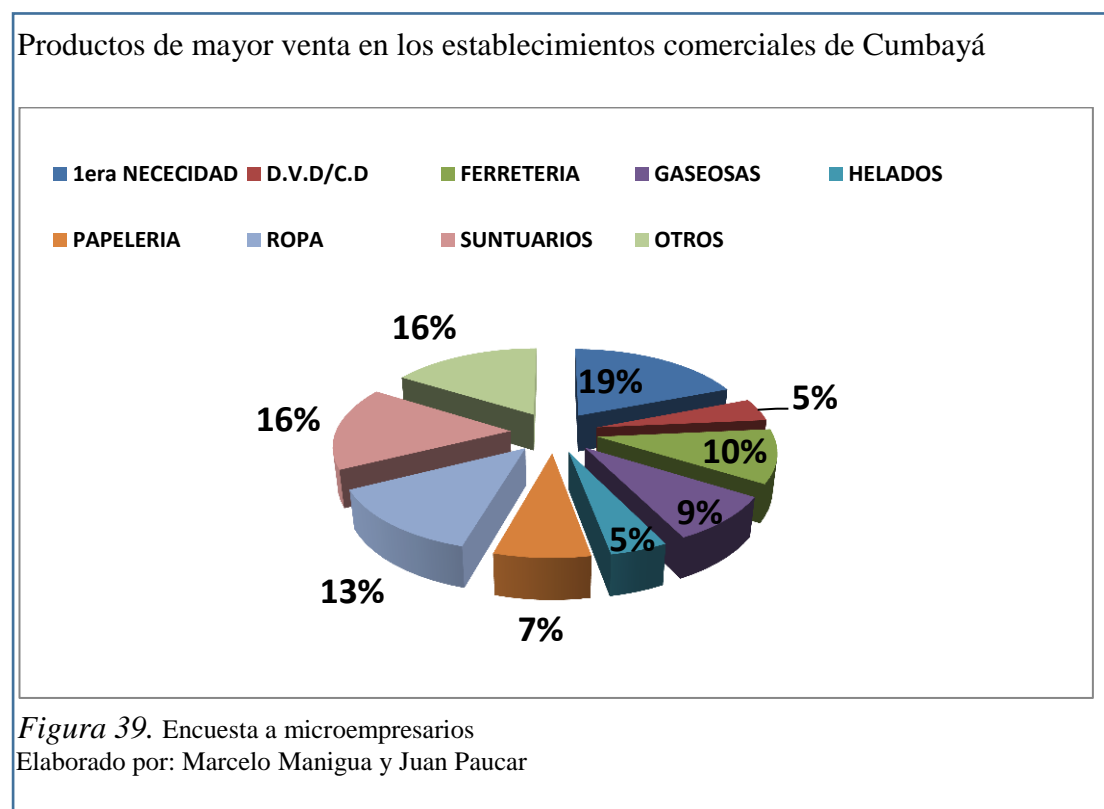


Tabla 51.

Fecha de inicio de las actividades microempresariales en sector de Cumbayá

Antes de 1978	1979-1984	1985-1990	1991-1996	1997-2002	2003-2008	2009-despues	No sabe	Total
3	2	6	5	12	10	28	2	68
4%	3%	9%	7%	18%	15%	41%	3%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 41% de emprendedores evidenció el incremento de negocios dedicados al comercio desde el 2009 instalándose en locales propios o arrendados y cercanos a centros comerciales, la U.S.F.Q., el parque central y otros de afluencia. Entre los años 2003 a 2008 dicen haberse instalado el 15% de microempresas a este sector; en los años 1997 a 2002 se instalaron el 18% de microempresas con bajos costos de alquiler, algunas de estas microempresas iniciaron sus actividades con el sucre como moneda nacional, otros emprendedores debieron adaptarse al cambio de moneda; otros establecimientos que iniciaron antes de 1978, de 1979 a 1984, de 1985 a 1990 y de 1991 a 1996 comentaron que recordaban con nostalgia esos años porque eran tiempos prósperos en el sector.

Inicio de actividades comerciales en las microempresas de Cumbayá

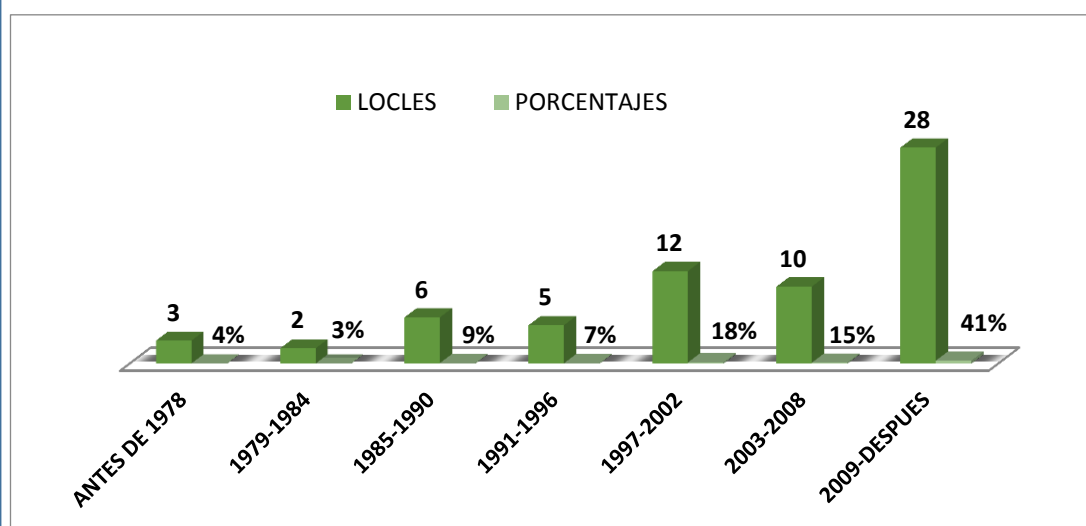


Figura 40. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 52.

*Capital inicial de las microempresas comerciales de Cumbayá*

Capital	Sucres	\$20-\$1000	\$1001-\$5000	\$5001-\$10000	\$10001-más	No sabe	Total
<b>Locales</b>	12	3	12	3	4	34	68
<b>Porcentajes</b>	18%	4%	18%	4%	6%	50%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Los establecimientos comerciales que iniciaron sus actividades con un capital en sucres corresponden al 18% de locales mismos que no tienen un dato exacto del monto de su inversión en capital inicial de trabajo; el 4% de locales manifestó que su capital inicial fue de 20 a 1.000 dólares algunos de estas microempresas tuvieron que adaptarse al cambio de moneda de sucres a dólares. Con un capital inicial de 1001 a 5.000 dólares empezaron el 18% de microempresas comerciales del sector; el 4% sabía con exactitud el monto del capital inicial de su microempresa el cual estaba en un rango de 5.001 a 10.000 dólares con lo cual realizaron compra de mercaderías crearon su contabilidad, contrataron personal, pagaron impuestos, entre otros. Con capitales iniciales superiores a 10.000 dólares se encuentra el 6% de locales comerciales del sector los mismos que llevan la contabilidad, que les permite conocer las entradas y salidas de mercadería, utilidades, el monto de las compras, y otras características. Con un porcentaje bastante superior a todos los anteriores y que representa el 50% tenemos a las microempresas que no sabe cuál fue su capital inicial de trabajo, algunos recibieron la microempresa de sus familiares sin conocer el capital inicial.

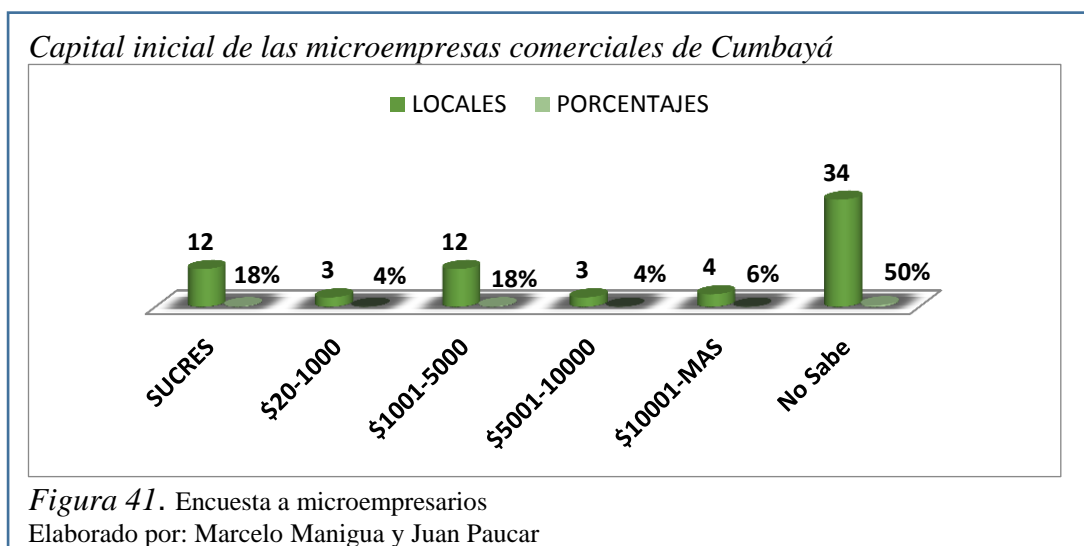




Tabla 53.

*Número de trabajadores en las microempresas comerciales de Cumbayá*

Trabajadores	1	2	3	4	5-más	No tiene	Total
Locales	19	12	3	1	6	27	68
Porcentaje	28%	18%	4%	1%	9%	40%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 28% de locales tiene 1 trabajador o asistente; el 18% microempresarios manifestaron tener contratados 2 trabajadores. Con 3 trabajadores bajo su dependencia suman el 4% de establecimientos y con 4 trabajadores el 1% de microempresas donde existe variedad de productos como en locales para venta de ropa, zapatos, productos de primera necesidad, entre otros. Con 5 empleados o más en relación de dependencia laboral se manifestó el 9% de unidades micro empresarial, trabajador que se desempeñan en diferentes áreas como limpieza, contabilidad, bodegas, ventas y otras. Se determinó que el 40% de microempresas no disponen de trabajadores, estos establecimientos son atendidos y administrados exclusivamente por sus propietarios, estos locales funcionan en áreas pequeñas y con una capacidad de almacenamiento, limitado.

Número de trabajadores en las microempresas comerciales de Cumbayá

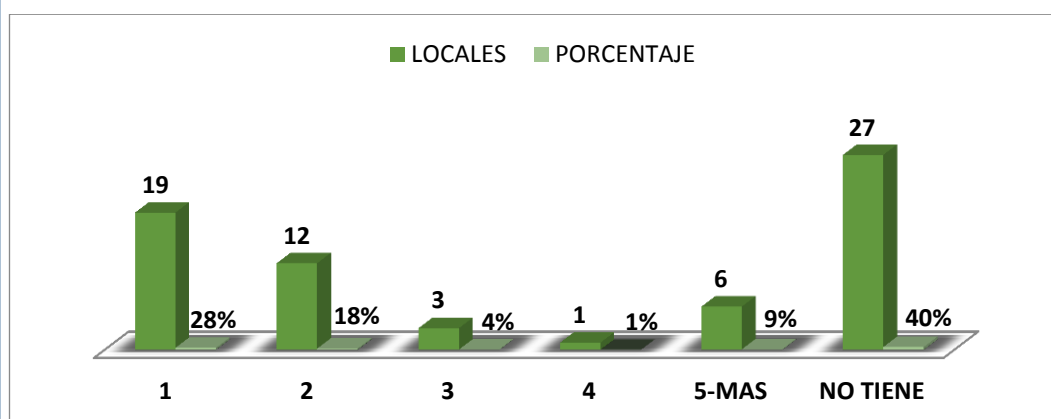


Figura 42. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 54.

*Afiliación al IEES de los trabajadores de microempresas comerciales*

<b>Afiliación</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>No tiene</b>	<b>Total</b>
<b>Locales</b>	40	1	27	68
<b>Porcentajes</b>	59%	1%	40%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 59% del total de microempresas tiene afiliado a sus trabajadores en el seguro estatal el cual abarca casi en su totalidad a las microempresas que tienen algún trabajador bajo su dependencia laboral, el 40% del total de microempresas no tiene ningún trabajador, el 1% restante no afilia al IEES a sus empleados lo que trae como consecuencia falta de asistencia médica y social, nulo acceso a créditos, y muchos más.

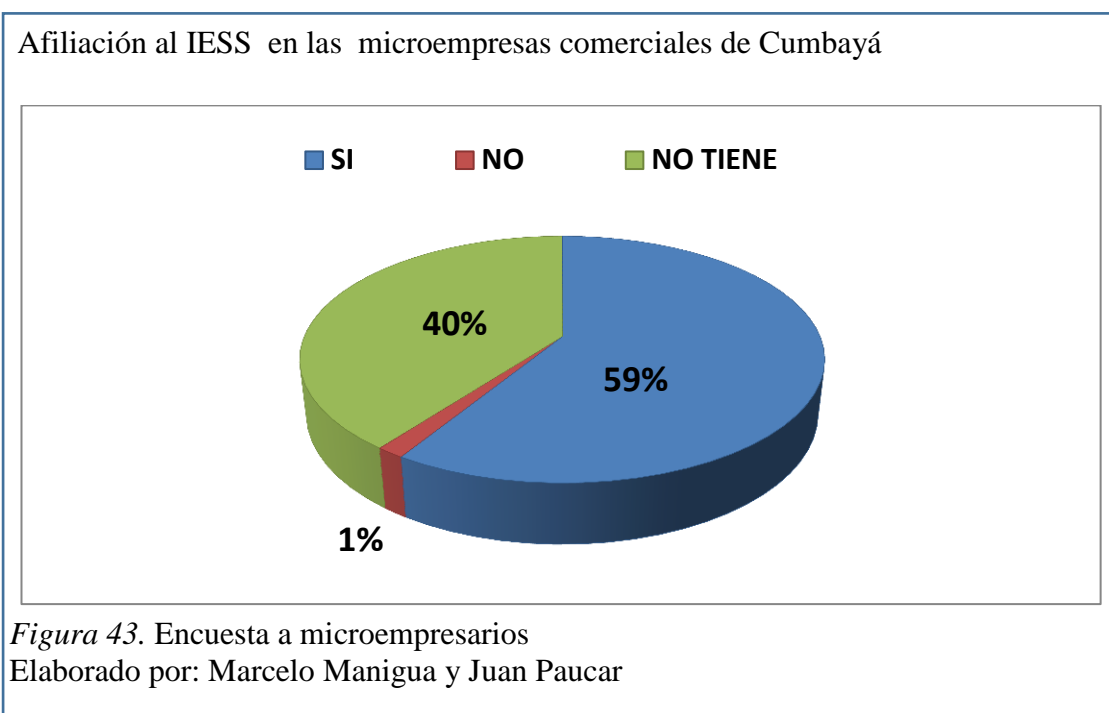


Tabla 55.

*Beneficios para los empleados de establecimientos comerciales de Cumbayá*

Beneficios	Uniforme			Alimentación			Transporte		
	Sí	No	No tiene	Sí	No	No tiene	Sí	No	No tiene
<b>Locales</b>	21	20	27	19	22	27	7	34	27
<b>Porcentajes</b>	31%	29%	40%	28%	32%	40%	10%	50%	40%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se estableció que el 31% de los microempresarios les proporciona uniforme a sus colaboradores para su distinción y comodidad, el “lunch” o almuerzo es proporcionado en el 28% de las microempresas, el servicio de transporte es proporcionado en el 10% de microempresas, propiciando la puntualidad en estos establecimientos comerciales.

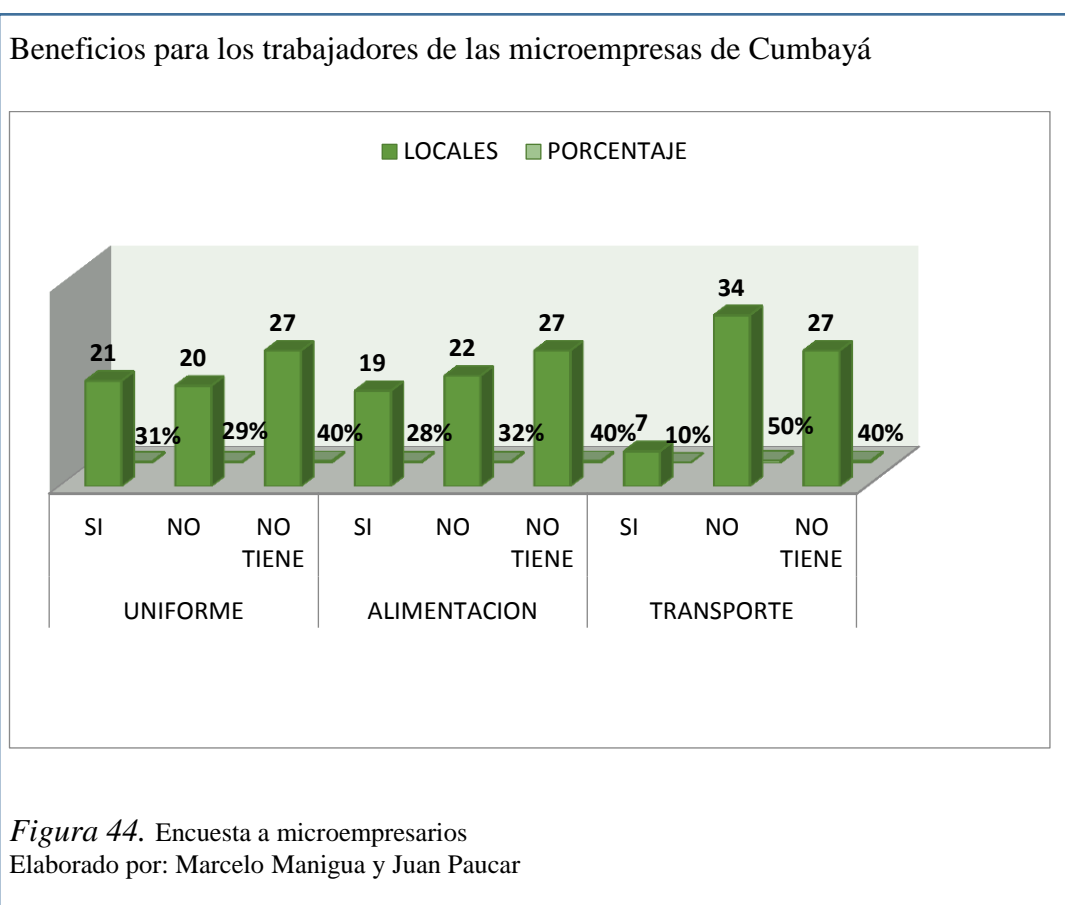


Tabla 56.

*Capacitación a los trabajadores de las microempresas comerciales*

Capacitación	Sí	No	No tiene	Total
Locales	24	17	27	68
Porcentaje	35%	25%	40%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 35% de las microempresas del sector comercial de la parroquia Cumbayá facultan o proporcionan capacitación de sus empleados, las microempresas que lo hacen son 24, ya sea por iniciativa propia o por empresas proveedoras de productos con interés en difundir sus productos. El 25% de establecimientos con un número de 17 empleados manifestó NO capacitar, esto puede ser por economizar costos en tiempo y en contratación de personal especializado para ello, sin darse cuenta que la capacitación de sus empleados contribuye en la mejora continua de su microempresa; el 40% de microempresarios del sector comercial no tiene empleados.

Capacitación a empleados de las microempresas comerciales de Cumbayá

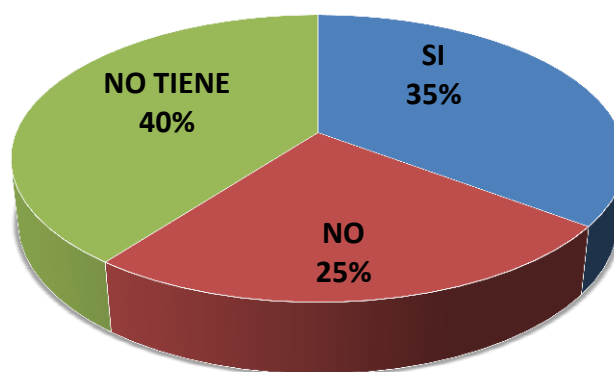


Figura 45. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 57.

*Frecuencia de capacitación de los empleados de locales comerciales*

Semanal	Quincenal	Mensual	Bimestral	Trimestral	Cuatrimestral	Semestral	Anual	No recibe	No tiene
4	2	5	2	2	2	4	3	17	27
6%	3%	7%	3%	3%	2%	6%	4%	25%	40%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 25% de locales no capacitan a sus empleados; el 7% de microempresas proporciona capacitación a sus empleados mensualmente, muchas veces son los propios proveedores quienes capacitan sobre las particularidades y usos que le puedan dar a los productos que se comercializan. En otra frecuencia encontramos microempresarios de 4 locales que capacitan a sus empleados semanalmente, 4 semestralmente; 3 anualmente, 2 quincenalmente, 2 bimensualmente, 2 trimestralmente y microempresarios de 2 locales capacitan a sus empleados cada cuatro meses; la poca importancia que dan los microempresarios a este aspecto tiene que ver con una falta de cultura del aprendizaje, aspectos económicos, escasos de tiempo entre otros; El 40% de microempresas comerciales no tiene empleados.

Frecuencia de capacitación a trabajadores de las microempresas

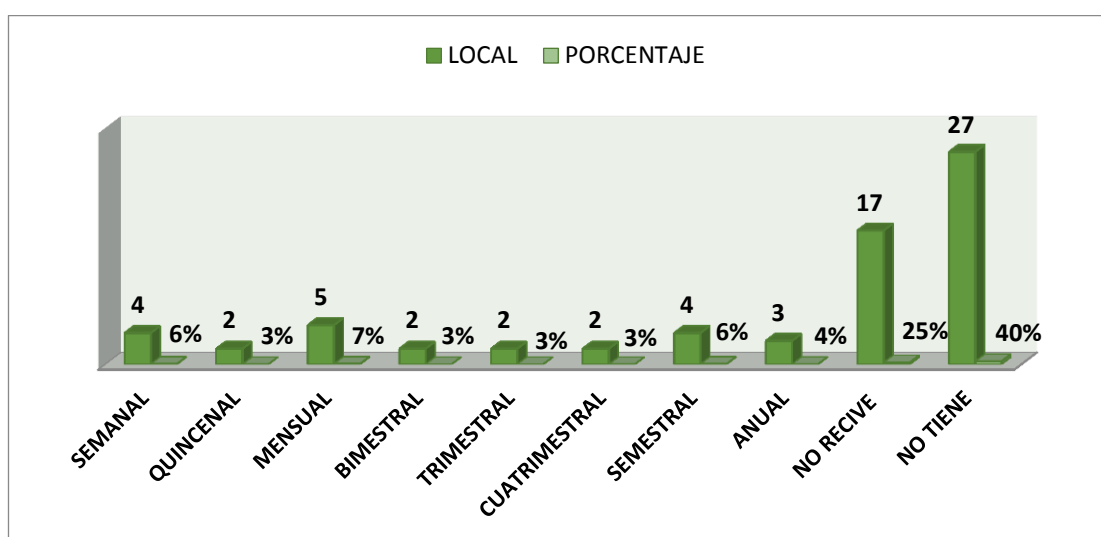


Figura 46. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 58.

*Nivel de estudios de los emprendedores de los comercios de Cumbayá*

Nivel de estudios	Primaria	Secundaria	Superior	Posgrado	Total
<b>Locales</b>	15	23	30	0	68
<b>Porcentajes</b>	22%	34%	44%	0%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

El 44% de los propietarios de las microempresas del sector afirmó tener un nivel de instrucción superior, el 23% del total de microempresas esta administrado por una persona con instrucción secundaria condición educativa suficiente para solventar las dificultades que implica el manejo de una microempresa. Los propietarios con un nivel de instrucción primaria son el 22% los cuales tienen dificultad en los procesos de gestión empresarial así como en el área contable, publicitaria, administrativa, tributaria y otras.

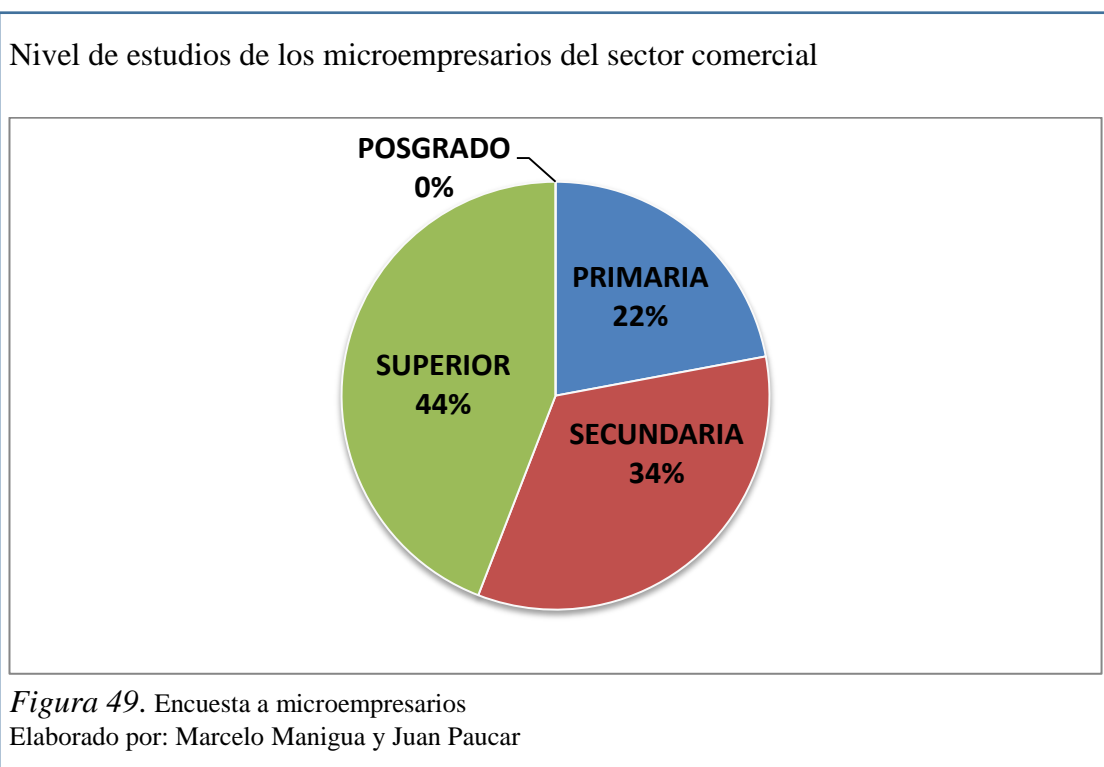


Tabla 59.

*Pretensión de los microempresarios a invertir en los locales de Cumbayá*

<b>Invertir</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Total</b>
<b>Locales</b>	34	34	68
<b>Porcentajes</b>	50%	50%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 50%, de microempresarios quiere invertir en la ampliación y diversificación de sus negocios para crecimiento y desarrollo de su empresa; el 50% restante no ha encontrado la fórmula de organización para la mejora y crecimiento de su empresa por lo que la idea de ampliación y diversificación de su establecimiento les resulta difícil, y poco rentable, en este segmento están propietarios con una edad avanzada y negocios con pocos ingresos.

Tabla 60.

*Motivación de los emprendedores para invertir en su microempresa.*

<b>Motivos</b>	<b>Sucursal</b>	<b>Renovar</b>	<b>Mercadería</b>	<b>Publicidad</b>	<b>No quiere</b>
<b>Locales</b>	19	11	27	14	34
<b>Porcentaje</b>	13%	8%	19%	10%	50%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

En 34 locales sus responsables manifestaron que no deseaban ningún tipo de mejoras en su microempresa, por el compromiso, responsabilidad y mayor trabajo que esto implica, los demás establecimientos respondieron afirmativamente. La inversión en compra de mercadería con 27 afirmaciones representando el 19% por la necesidad de un amplio “stock” para cumplir con los requerimientos del cliente. El 13% se manifestó a favor de abrir otra sucursal para expandir su empresa y obtener más ingresos, el 10% requiere publicidad para sus establecimientos y por último la motivación para renovar las instalaciones donde funciona la microempresa ocupa el 8% de respuestas, esto incluye adecuaciones, ampliaciones y organización física de los establecimientos.

Motivaciones para la inversión en las microempresas comerciales

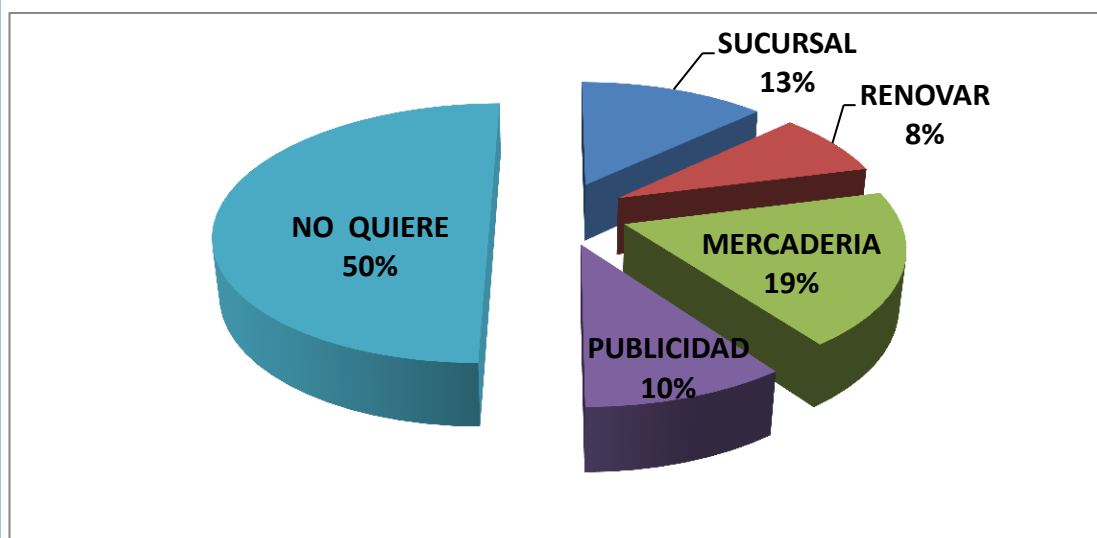


Figura 47. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Tabla 61.  
Edad de los familiares de los microempresarios de Cumbayá

Edad (años)	0 a 5	6 a 18	19 a 64	65 o más	Total
Personas	28	60	163	19	270
Porcentajes	10%	22%	60%	7%	99%

Nota. Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se determinó que del total de miembros de las familias de los propietarios de las microempresas comerciales de Cumbayá el 60% está en el rango de la población económicamente activa, individuos que pueden contratar y ser contratados para trabajos o servicios, así como ayudar con su trabajo a la manutención de su familia, o colaborar en la microempresa. Otro segmento de la población de familiares de los microempresarios es el de 6 a 18 años con un 22% de representatividad, ellos podrían depender del establecimiento para su manutención y educación. En la población de 0 a 5 años están los infantes que dependen totalmente del propietario del establecimiento o de algún familiar que viva con ellos; otro segmento poblacional es el comprendido de 65 años o más con el 7% de representatividad el cual por no



poder ejercer una actividad laboral debido a su edad podrían depender económica mente del entorno familiar del propietario del establecimiento, así como colaborar con su experiencia al desarrollo y crecimiento de la microempresa.

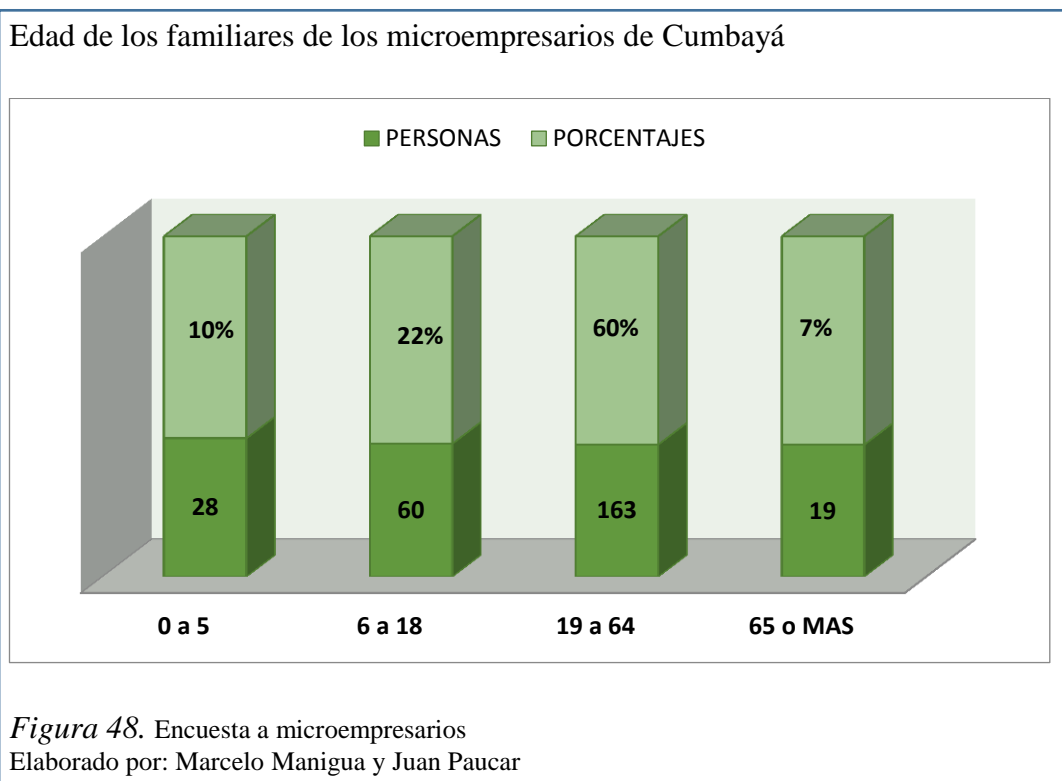


Tabla 62.

*Condición de ocupación de la vivienda del comerciante de Cumbayá*

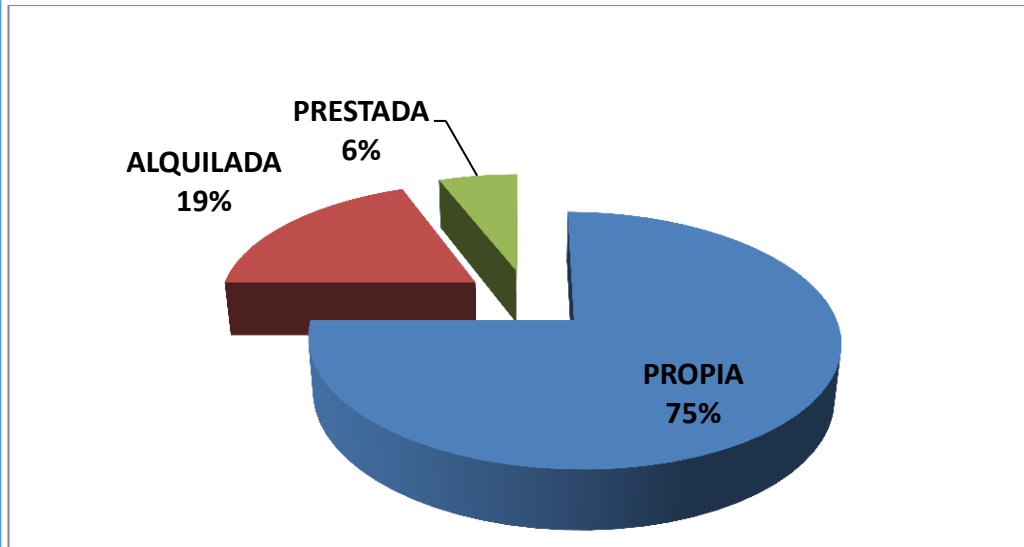
VIVIENDA	PROPIA	ALQUILADA	PRESTADA	TOTAL
<b>Unidades</b>	51	13	4	68
<b>Porcentaje</b>	75%	19%	6%	100%

Nota. Encuesta a microempresarios

Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

Se observó que el 75% de las viviendas ocupadas por los dueños de los establecimientos comerciales y sus familias son propias, con el 19% de representatividad tenemos la afirmación, que las viviendas que ocupan los empresarios y su familia es alquilada, representando un gasto en canon de arrendamiento para el microempresario, con el 6% de representatividad se distinguió otro segmento que habita en viviendas cedidas o prestadas, los cuales no pagan ningún valor por su residencia.

### Condición de la vivienda del comerciante formal de Cumbayá



*Figura 49.* Encuesta a microempresarios  
Elaborado por: Marcelo Manigua y Juan Paucar

#### 5.4 Análisis de la información obtenida

Se observó que la población en edad económicamente activa que tiene entre 21 y 50 años está representada por 14.419 personas según datos del I.N.E.C. El capital con que se iniciaron sus actividades comerciales en 12 locales fue en sucres siendo irrisoria la suma de inversión inicial, estos emprendedores atravesaron dificultades monetarias, como el paso de sucres a dólares, el feriado bancario y otros acontecimientos que ocasionaron pérdidas económicas exorbitante, motivo por el cual algunas tuvieron que cerrar, y otras se mantuvieron por su prestigio y tradición en el sector; así mismo; algunas tuvieron que aumentar su capital para mantenerse en el sector.

El número de miembros familiares con que cuentan los propietarios de locales comerciales en el sector está distinguido de la siguiente manera: las edades de 0 a 5 años representan 28 personas que merecen muchas atenciones y el cuidado de sus madres; de 6 a 18 años con 60 personas son considerados niños y adolescentes que en determinado momento del día pueden prestar ayuda de alguna manera en la microempresa; sin descuidar sus estudios; las edades de 19 a 64 años está representada con 163 personas y le corresponde al 60% de población familiar de los emprendedores del sector, en este grupo consideramos a los adolescentes, jóvenes, personas adultas y algunas bordeando la tercera edad; las cuales son las que ponen

en movimiento la parroquia, muchos ponen en funcionamiento las microempresas o laboran en diferentes actividades aportando a la economía familiar, puesto que están en el rango de la población económicamente activa.

La mayoría de emprendedores del sector comercial de Cumbayá tienen vivienda propia representando el 75% de ellos, de este segmento muchos viven en el sector siendo fácil el traslado a su local, algunos emprendedores mercantilizan su residencia utilizando parte de esta para el local donde funciona su microempresa obteniendo mayor rentabilidad como consecuencia del ahorro que le representa no pagar arriendo. El 19% de los empresarios con sus respectivas familias residen en viviendas que alquilan dentro o fuera de la parroquia, este segmento aumenta significativamente sus gastos por el pago de alquiler de una casa o departamento. En lo que se refiere a los locales donde funciona la microempresa tenemos que el 87% de establecimientos son arrendados y por ellos pagan aproximadamente entre \$100 y 1.700 dólares por concepto de canon mensual de arrendamiento con lo cual podemos distinguir diferentes valores de pago como consecuencia del estado de la infraestructura y el área física del establecimiento comercial que aproximadamente está representada en un extremo por los locales que tienen una superficie de menos de 49m<sup>2</sup>, con un 49% de representación y en el otro, locales que tienen un área de más de 150m<sup>2</sup> como en el caso de las ferreterías floristerías y viveros de sector.

Se estableció que las microempresas formales del sector comercial de Cumbayá ofrecen varios servicios como parqueaderos con el 37% de representatividad, espacios amplios, cómodos, atención de calidad, y variedad de productos; acatando las disposiciones municipales con el pago de patentes e impuestos cuyos valores fluctúan en rangos de \$20 a 49 dólares para el 10% de locales y hasta quienes pagan 500 dólares o más que representan el 3% del total de microempresas comerciales del sector, además estos establecimientos cumplen con otras exigencias municipales como la adquisición del extinguidor de incendios con el 93%, vías de evacuación con el 16%, salida de emergencia con el 62%; algunos locales poseen seguros y representan el 17% en caso de desastres naturales, el 22% en caso de robos y el 22% en caso de incendio.

El 24% de emprendedores no sabe su nivel de ingreso mensual por no llevar un libro diario para el control interno de su microempresa, no distinguir los gastos de la casa,

y los gastos del local; en lo que se refiere a los ingresos su procedencia puede ser por ventas en la microempresa, de los integrantes de la familia o extras; sin embargo, el 63% de emprendedores de las microempresas comerciales del sector manifiesta que los ingresos son suficientes para la mantención de su familia, el 96% de los emprendedores tienen dentro de su núcleo familiar por lo menos una persona y como máximo 5, que a la vez desempeñan labores fuera de la microempresa y perciben ingreso propio.

Se observó que los días de mayor afluencia de personas en los establecimientos del sector comercial de la parroquia Cumbayá son el viernes y el sábado, los meses de mayor demanda son Diciembre con 33 establecimientos que así lo afirmaron y Mayo con 22 locales que así se manifestaron; el promedio de clientes potenciales que ingresan semanalmente a dichos establecimientos está en un rango de 10 a 800 personas dependiendo del tipo de producto que requieran, la ubicación del local, la variedad de productos existentes, de la atención al cliente y el “stock” que disponga la microempresa, estos factores influyen en el nivel de ingresos de los establecimientos en los que se determinó que el 18% registró un ingreso mensual de \$150 a 499 dólares; y solo el 7% de los locales generó un promedio de ingresos mensuales de \$10.000 o más dólares.

Entre los productos que se ofertan en las microempresas comerciales del sector se determinó que la categoría de productos para hogar tiene representación en 20 establecimientos, 18 microempresas ofertan productos de primera necesidad imprescindibles para las familias del sector, los artículos que tienen que ver con el vestuario están presentes en 13 establecimientos que ofertan una variedad de modelos, estilos y marcas; entre los productos que generan mayor ingresos por ventas están los de primera necesidad con el 19% de locales que así lo confirmaron, los artículos suntuarios tienen mayor salida en el 16% de microempresas del sector.

El 60% de microempresas comerciales tienen trabajadores bajo su dependencia, los mismos que están afiliados al I.E.S.S casi en su totalidad; los mismos que en 21 locales les proporcionan uniformes, 19 locales les brindan alimentación y 7 locales les facilitan transporte según manifestaron los microempresarios; en cuanto a factores que influyen en el desarrollo micro empresarial se determinó que en 24 establecimientos se capacita a sus trabajadores y lo hacen de acuerdo a su

conveniencia o necesidad en periodos semanales hasta alcanzar capacitaciones anuales.

Se determinó que el nivel de estudios que ostentan los propietarios de las microempresas comerciales en la parroquia Cumbayá tienen una representatividad de 44% en el nivel superior y de 34% en el nivel secundario. Estas microempresas tienen mayor posibilidad de desarrollo por el conocimiento y el buen manejo que puedan dar los emprendedores a sus negocios en aspectos como: una excelente atención al cliente, manejo técnico contable, entre otros. En el caso de diversificar, ampliar, renovar, invertir en publicidad o comprar mercadería para sus establecimientos, riesgos que manifestaron estar dispuestos a asumir el 50% de emprendedores del sector, al estar de acuerdo en más trabajo y mayor responsabilidad con la diversificación y ampliación de su microempresa. En el nivel más básico de educación se encuentran los emprendedores que manifestaron tener educación primaria y son el 22% de emprendedores que manejan sus establecimientos con poco conocimiento contable, ven los negocios como subsistencia personal y de su familia y por lo general realizan las actividades empresariales empíricamente.

## CONCLUSIONES

La parroquia Cumbayá es un sector de desarrollo como consecuencia de varios factores que convergen como la existencia de estratos sociales medio y alto, la instauración de instituciones como la Universidad San Francisco de Quito, centros comerciales como el C.C Cumbayá, Paseo San Francisco y Scala Shopping; la construcción de condominios o conjuntos residenciales en lugares adquiridos por inversionistas que deciden instalar sus negocios, la existencia del Chaquiñán o ciclovia y otros lugares de diversión llevan a la conclusión que la parroquia Cumbayá se proyecta como un sitio residencial exclusivo rodeado de áreas verdes de agradable clima y cercano a lugares estratégicos de Quito.

Para realizar un diagnóstico de las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia Cumbayá se determinó como metodología para la recolección de datos el muestreo dirigido, puesto que un gran número de microempresas formales que se dedican al comercio se localizan a lo largo de la avenida María Angélica Idrobo y alrededor del Parque Central de Cumbayá, donde se puede encontrar establecimientos que ofertan variados productos desde artículos de primera necesidad y ferreterías hasta la venta de artículos suntuarios, tiendas de antigüedades y joyerías; en este espacio se realizó una indagación previa aplicando el método de observación para identificar los tres tipos de microempresas que se presentaron en diferentes porcentajes de representatividad; así, los establecimientos que se dedican a la prestación de servicios son más numerosos en el sector, seguidos por los comerciales y en último lugar los que se dedican a la producción.

El procedimiento más idóneo para el trabajo de campo de esta investigación fue la utilización de la encuesta como instrumento de medición la cual fue conformada por una serie de interrogantes direccionadas a la búsqueda de información veraz en aspectos que tienen que ver con las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia Cumbayá.

Para lograr eficiencia en la recolección de datos solicitamos al propietario o encargado del establecimiento responda un cuestionario que contenía interrogantes relacionadas con la infraestructura del establecimiento, datos sobre los ingresos y

egresos que genera la microempresa comercial, características socio culturales del emprendedor y su familia entre otras.

La parte operativa del trabajo de campo estuvo determinada por una serie de pasos secuenciales que permitieron la recolección efectiva de datos, en su mayoría cuantitativos los cuales estaban direccionados a los temas antes mencionados, los cuales fueron la base de esta investigación y sustento para la determinación de las condiciones de vida de las microempresas comerciales de este particular sector.

Concluimos que las microempresas comerciales en este sector ostentan características singulares que las distinguen de otras parroquias y que se evidenciaron a lo largo de la investigación. Algunas de ellas negativas y que podrían cambiar siempre que se trabaje en factores de desarrollo como la educación que necesariamente deben tener los emprendedores. Se evidenció desatino en la parte contable y administrativa de la microempresa al distinguir que muchos de ellos no tiene una idea del monto de los gastos, ingreso por ventas, o de la inversión en mercaderías. El monto inicial del capital de trabajo no está determinado en numerosos casos y existen otros ingresos que no son registrados; como contraste a este desorden existen condiciones que favorecen la subsistencia de las microempresas formales del sector comercial de Cumbayá como el no pago de canon de arrendamiento en muchos locales donde funciona la microempresa, el que la mayoría de microempresarios afirmó que el ingreso era suficiente para mantener su familia, el hecho de que en la familia del microempresario por lo menos una persona percibe un ingreso adicional, entre otros factores favorables.

La inversión y crecimiento empresarial es fundamental en todo emprendimiento y en el sector comercial de Cumbayá se pudo evidenciar una tendencia negativa en adquisición de créditos para mejora de la microempresa ya sea por una elevada tasa de interés, por el riesgo que tienen que asumir o porque el sentido de superación empresarial es bajo en los emprendedores del sector comercial.

## RECOMENDACIONES

Con los resultados obtenidos de la información proporcionada por los microempresarios del sector comercial de Cumbayá se logró establecer la situación de las microempresas comerciales y distinguir las variables que tienen efecto directo en la microempresa y consecuentemente en el desarrollo del sector; con una visión de eficiencia se deberían mejorar los procesos administrativos y contables con la aplicación de un programa computacional que facilite un control en compra de mercaderías, venta de productos, control del “stock” de productos existentes, fechas de vencimiento de productos perecibles y otras aplicaciones que presenten una información resumida útil en la toma de decisiones.

Las autoridades gubernamentales deben atraer instituciones financieras para que proporcionen créditos micro empresarial a tasas de interés convenientes de tal forma que los emprendedores del sector comercial de Cumbayá consideren la adquisición de un préstamo y no tengan que acudir a prestamistas informales.

Las jurisdicciones respectivas deben fomentar el uso del internet para que por medio de la red los microempresarios del sector puedan acceder a páginas relacionadas con los servicios básicos, el S.R.I, el municipio, la búsqueda de alternativas de compra de mercaderías, anunciar su negocio para obtener mayores ventas, entre otros.

El estado deben trabajar conjuntamente con las microempresas en procesos de mejora continua, brindando oportunidad a los emprendedores que expongan sus debilidades en aspectos financieros, publicitarios, formación empresarial, laboral, y otro que tengan relación con la microempresa. Trabajar con las microempresas que tienen poco conocimiento en almacenamiento de productos, desarrollando técnicas de ordenamiento en el lugar correcto así como aplicación de una codificación cuando se disponga de grandes cantidades de productos de tal forma que sean encontrados fácilmente y despachados cuando sea necesario.

Las autoridades que administran el sector deben formular procesos para que las microempresas existentes se organicen de forma que se puedan conocer y mejorar



sus fallas haciendo que se les brinde apoyo económico y capacitación, para la adecuada gestión de la misma. Además se debe concientizar o sensibilizar a los propietarios de las microempresas que la buena presentación, imagen, manejo empresarial, atención al cliente y noción que tengan sobre la línea de comercialización les llevará al funcionamiento óptimo de sus empresas.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Banco Central, d. E. (2015). Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>
- Basualto, D. (2008). *Plataformaarquitectura.cl*. Obtenido de <http://www.plataformaarquitectura.cl/2008/02/19/biblioteca-parqueespana-giancarlo-mazzanti/>
- Blog de Agustina Castillo Gamarra*. (s.f.). Obtenido de <http://blog.pucp.edu.pe/blog/agustinacastillo/2009/01/22/regimen-laboral-especial-de-la-micro-y-pequena-empresa-establecido-por-la-ley-mype-vigente-a-partir-del-01-10-2008/>
- Burnette, G. E. (2006). *Revista Arquitectural Review*.
- Calvo, R. (1992). *Quito comunas y parroquias*.
- Constituyente, A. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi.
- Córdoba, U. d. (s.f.). *Diseño de encuestas*.
- Deconceptos.com*. (2015). Obtenido de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/condiciones-de-vida>
- Discapacidades, S. T. (2015). Obtenido de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/secretaria-tecnica-de-discapacidades/>
- Fonseca, P. (s.f.). *Revista virtual de investigación económica*.
- Garzón, D. F. (s.f.). *Cómo elaborar una encuesta*.
- Hernández, F. O. (2006). *Diccionario de Administración de empresas*. Buenos Aires: Claridad.
- INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Jiménez, J. C. (s.f.). *Metodología de la investigación*. Mc. Graw Will Segunda edición.
- Junta Parroquial de Cumbayá*. (2011). Obtenido de [juntaparroquialdecumbaya@andinanet.net](mailto:juntaparroquialdecumbaya@andinanet.net)

- Océano. (s.f.). *Enciclopedia practica de la pequeña y mediana empresa PYME* .  
Barcelona.
- Rodríguez, V. (2003). *Quito cerca de todo. La ciudad y sus parroquias rurales*.  
Quito.
- Rojas, A. (s.f.). *Administración de la Pequeña Empresa segunda edición* . México.
- Sanz, C. J. (2002). *Diccionario económico, contable, comercial y financiero*.  
Barcelona: Gestión 2000 S.A.
- SEMPLADES. (2010). *Los nuevos retos de América Latina: Socialismo y Sumak  
Kawsay*. Quito.
- Tortosa, J. M. (2011).

## ANEXOS

### Anexo 1. Fotografía Iglesia de Cumbayá

#### Lugar Característico de la Parroquia de Cumbayá su Iglesia



Fuente: juntaparroquialdecumbaya@andinanet.net, 2011

Anexo 2. Lista de establecimientos de Cumbayá

Lista de Establecimientos de Cumbaya			
	Actividad	Nombre	Comercial
1	Fruteria	(S/N)	1
2	Distribuidora Ropa	Nicol	1
3	Micromercado	Micro San Roque N°2	1
4	Proveedora	Del Valle	1
5	Tienda alimentos	Alimento de Animales	1
6	Distribuidora Pollos	Mister Pollo	1
7	Panaderia - Rest.	Las Delicias de Colombia	1
8	Vidrieria	Venta de Vidrios (S/N)	1
9	Farmacia	Economica	1
10	Tienda CD-Videos	(S/N)	1
11	Tienda	(S/n)	1
12	Imprenta-Papeleria	(S/N)	1
13	Panaderia	La SENA	1
14	Tienda	(S/N)	1
15	Fruteria	(S/N)	1
16	Panaderia	Delicias de Cumbaya	1
17	Fruteria	Cumbaya	1
18	Bazar	(S/N)	1
19	Cabinas - Bazar	(S/N)	1
20	Zapateria	(S/N)	1
21	Almacen de Ropa	Cotopaxi	1
22	Libreria	(S/N)	1
23	Ferreteria	(S/N)	1
24	Floristeria	Lor Flor	1
25	Aluminio	Alutex	1
26	Cortinas	Marcelo Erazo	1
27	Vidrieria	(S/N)	1
28	Comercial	LUZ sucurzal Cumbaya	1
29	Floreria	Ios Arturos	1
30	Venta de pisos de Madera	Madepisos	1
31	Muebles	ART Makey	1
32	Tienda	Merceditas	1
33	Tienda	(S/N)	1
34	Aluminio	Bicol	1
35	Floristeria	(S/N)	1
36	Distribuidora	Productos de Estetica	1
37	Ferreteria	(S/N)	1
38	Venta de Pinturas	Red Color	1
39	Alfombras	Persa	1
40	Floreria	Super Carpet	1
41	Ferreteria	(S/N)	1
42	Aluminio vidrio	Aluvid	1
43	Abarrotes	Familiar	1
44	Ferreteria	Burbano	1
45	Papeleria	Cumbaya	1
46	Deposito de panales	(S/N)	1
47	Ferreteria	Telefoco	1
48	Minimarket	Golosinas del Valle	1
49	Distribuidora de costales	(S/N)	1
50	Micromercado	Central de Abastos Cumbaya	1
51	Micromercado	Micro San Roque N°1	1
52	Ferreteria	Ferrecell	1
53	Computadoras	Cumpured	1
54	Venta de Autolujos	Cobes Carr	1
55	Distribuidora de	Pañales	1
56	Almacen de Ropa	(S/N)	1
57	Supermercado	TIA	1
58	Floreria	Del valle	1
59	Bazar Novedades	Saneli	1
60	Venta de CDS Y DVS	(S/N)	1
61	Venta de P. de Estetica	(S/N)	1
62	Farmacia	SANA SANA	1
63	Venta de Instrumentos	Electronica Musica y Sonido	1
64	Tienda de Ropa	Moda Bella	1
65	Venta de Calzado	Almendariz	1
66	Comercial	Centro plastico Cumbaya	1
67	Galeria de Arte	(S/N)	1
68	Tienda	ARAL	1
69	Farmacia	Cruz Azul	1
70	Panaderia	Tullipan	1
71	Joyeria y Relojeria	Vera	1
72	Tienda	Local Gran Liquidacion	1
73	Galeria comercial	(S/N)	1
74	Tienda	V2 Prys Cigarillos Electronicos	1
75	Jugeteria	Que B U	1
76	Dieño y Moda	Karve	1
77	Joyeria	Tulumandia arte etnico	1
78	Trajes y Calzado	Indrel Trajes	1
79	Tienda	Tulumandia arte etnico	1
80	Panaderia	Dulce Luna	1
81	Tienda	Minindas Aromaterapia	1
82	Floristeria	Flor del Parque	1
83	Galeria Arte Religioso	(S/N)	1
	TOTAL		83

ELABORADO POR MARCELO MAIGUA Y JUAN PAUCAR

Anexo 3. Encuesta para el análisis de las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá

**Buenos días mi nombre es.....y colaboro en la realización de la tesis de estudiantes de la “UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA”**

**No hay respuestas correctas o incorrectas las preguntas que se formulen y sus respuestas serán utilizadas con fines estadísticos y educativos**

**“Análisis de las condiciones de vida de las microempresas formales del sector comercial en la parroquia de Cumbayá”**

**Objetivo:**

El objetivo de la presente encuesta es determinar los aspectos socioeconómicos, culturales, administrativos, y financieros que caracterizan el desenvolvimiento de las microempresas formales del sector comercial de la parroquia de Cumbayá.

**Infraestructura**

1.- ¿El establecimiento cuenta con parqueadero?

Sí

No

2.- ¿Cuál es el área aproximada del establecimiento?

m<sup>2</sup>

3.- El establecimiento es:

Arrendado

Propio

4.- ¿Cuenta de los siguientes servicios?

Agua potable

Internet

Teléfono residencial

5.- ¿Dispone de?

Extintidor de incendios

Salida de emergencia

Vía de emergencia

6.-El establecimiento cuenta con un seguro en caso de:

<input type="checkbox"/>	Incendio	<input type="checkbox"/>	Robo
<input type="checkbox"/>	Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	Ninguno

Otro Tipo de Seguro \_\_\_\_\_

7.- ¿Su establecimiento está inscrito en el RUC?

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

### Aspectos económicos:

#### Egresos

8.- ¿Cuánto paga por patentes e impuestos?

<input type="checkbox"/>	Dólares	<input type="checkbox"/>	No Sabe
--------------------------	---------	--------------------------	---------

9.- ¿Cuánto paga de arriendo?

<input type="checkbox"/>	Dólares	<input type="checkbox"/>	No sabe
<input type="checkbox"/>	No Paga		

10.- ¿Cuánto gasta en servicios de:

<input type="checkbox"/>	Agua	<input type="checkbox"/>	Energía Eléctrica
<input type="checkbox"/>	Teléfono	<input type="checkbox"/>	Internet

11 ¿Cuánto gasta en pago de sueldo a trabajadores?

<input type="checkbox"/>	Dólares
--------------------------	---------

12.- ¿Cuánto invierte en la compra de mercadería?

<input type="checkbox"/>	Dólar mensual
--------------------------	---------------

13.- ¿Actualmente mantiene algún crédito?

<input type="checkbox"/>	Sí	<input type="checkbox"/>	No
--------------------------	----	--------------------------	----

En caso de ser la respuesta afirmativa

¿A qué tasas de interés esta su crédito?

% Mensual

¿Con que institución mantiene su crédito?

Financieras       Proveedores

Prestamistas       Familiares

Otros \_\_\_\_\_

### **Ingresos**

14.- ¿Qué días ingresa mayor cantidad de personas a su establecimiento?

\_\_\_\_\_

15.- ¿Cuáles son los meses de mayor venta?

\_\_\_\_\_

16.- ¿Cuál es el promedio de clientes que Ingresan semanalmente?

Personas

17.- ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales?

Dólares

18.- ¿El ingreso proveniente de la microempresa es suficiente para la manutención de su familia?

Sí       No

19.- ¿cuantas personas reciben un ingreso en su familia?

N° de Personas

### **Aspectos socioculturales**

20.- ¿A qué actividad se dedica la microempresa?

Comercio       Servicio       Artesanal

21.- ¿Que productos se expende en el establecimiento?



---

22.- ¿Cuál es el producto más vendido?

---

23.- ¿En qué año inicio actividades y con qué capital?

---

24.- ¿Cuántos trabajadores tienen en su establecimiento?

---

25.- ¿Los trabajadores que están afiliados al IESS?

---

26.- Proporciona a sus trabajadores:

Uniformes     Lunch     Transporte

27.- ¿Reciben Capacitación sus empleados?

Sí                       No

¿De ser afirmativa cada cuánto?

28.- ¿Qué nivel de estudios posee el propietario?

Primario               Secundario

Superior               Postgrado

Otros \_\_\_\_\_

29.- ¿Ha pensado ampliar o diversificar su establecimiento?

Sí                       No

En caso de ser la respuesta afirmativa sería para

Colocar otra sucursal               Renovar Instalaciones

Aumento de mercadería               Publicidad

Otros \_\_\_\_\_

30.- ¿Cuántas personas en su familia son de?

O a 5 años  5 a 18 años

18 o más años  65 o más

31.- ¿La vivienda que ocupa actualmente su familia es?

Propia  Alquiler  Prestada

Otra forma \_\_\_\_\_