UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE-QUITO

CARRERA: INGENIERÍA EN GERENCIA Y LIDERAZGO

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

TEMA:

"ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS MICROEMPRESAS FORMALES DEL SECTOR COMERCIAL EN EL CANTÓN CAYAMBE"

AUTOR:

MARCO ANTONIO SANDOVAL VELÁSQUEZ

DIRECTOR:

GERMÁN FERNANDO BELTRÁN ROMERO

Quito, febrero del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Yo Marco Antonio Sandoval Velásquez, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana, la publicación parcial o total de este trabajo de grado, sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Marco Antonio Sandoval Velásquez

C.I. 171772208-4

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis y toda mi carrera universitaria culminados después de un arduo trabajo, horas infatigables de estudio y perseverancia se lo dedico al Padre, Energía y Poder por permitirme encontrar mi Misión de Vida, A mis padres, por darme el aliento para seguir adelante, con sus consejos prácticos y por enseñarme a levantarme de las caídas...

A mi madre por estar conmigo, en todo momento, con su sacrificio, paciencia, ternura y bendición, en especial por el gran amor, cariño y comprensión que nos demuestra segundo a segundo. Ella se ha constituido en mi principal fortaleza y fuente de motivación...

A mi padre por compartirme su sabiduría y grandes genes de liderazgo, por dejar gravado en mi mente sus mejores lecciones de vida, a sabiendas que una persona siempre debe saber escuchar y buscar soluciones a los problemas...

A mi hermano Johnny, que por su madures y con su ejemplo a demostrado ser un padre, esposo e hijo ejemplar...

A mi hermano Geovanny, por ser más que un hermano un amigo por ser un apoyo continúo en mi vida...

Y en especial, a todas aquellas personas maravillosas, que fueron luz en mi vida, brindándome aliento para continuar con mis estudios.

Marco Sandoval Velásquez

AGRADECIMIENTO

Agradezco públicamente a la "UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA" por ser parte de mi formación académica, a todos mis grandes Maestros, que estuvieron en el momento y lugar exacto, impartiéndome su sabiduría, conocimientos y experiencias de vida, a mis profesores por inculcarme lecciones que nunca se borraran de mi mente, y al destino por permitirme estudiar la carrera de Gerencia y Liderazgo, la cual me ayudado a liderar procesos reivindicativos en mi ciudad amada Cayambe.

Por otro lado un agradecimiento muy especial, a todas aquellas personas que colaboraron directa o indirectamente en el desarrollo y culminación de este trabajo de grado.

Marco Sandoval Velásquez

ÍNDICE

INTR	RODUCCIÓN	1		
CAPÍ	ÍTULO 1	2		
PLAN	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA			
1.1Di	iagnóstico de la situación actual	2		
1.2Pr	1.2Problema de investigación			
1.3Ju	1.3Justificación			
1.4Ol	1.4Objetivos			
1.5	Marco teórico	6		
1.6. F	1.6. Hipótesis			
1.8	Marco conceptual	. 10		
CAPÍ	ÍTULO 2	.12		
MIPY	MIPYMES EN EL ECUADOR			
2.1.	Surgimiento del concepto MIPYMES	14		
2.2.	Sector comercial	14		
2.3.	La empresa	14		
2.4.	El Entrepreneur	17		
2.5.	Clasificación de la Empresa por su Tamaño	21		
2.6.	Características de las MIPYMES.	22		
2.7.	Regulación de la MIPYMES en el Ecuador	. 29		
2.8.	Organismos de Apoyo Locales	32		
2.9.	Variables más influyentes sobre la actividad comercial	33		
CAPÍ	CAPÍTULO 335			
DISEÑO, USO Y APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓ35				
3.1.D	Piseño de la investigación	35		
3.2.T	ïpo de investigación:	35		
3.3.N	Métodos	35		

3.4.Técnicas
3.5.Instrumento
3.6.Diseño de la muestral
CAPÍTULO 445
DESCRIPCIÓN, TABULACIÓN, ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA
INFORMACIÓN
4.1. Tabulación e interpretación de los resultados
4.2. Preguntas de filtro, para diferenciar a las micro, pequeñas y medianas empresas
4.2.2. Pregunta Nº 2.Conoce el monto de las ventas brutas del año o del mes pasado (SÍ o NO)
4.2.3. Pregunta Nº 2.Conoce el monto de las ventas brutas del año o del mes
pasado (Valor de las ventas brutas anuales (U\$\$)*)
4.2.4. Pregunta Nº 3.Conoce el valor de los activos (SÍ o NO)
4.2.5. Pregunta N°3.Conoce el valor de los activos (volumen de activos (U\$\$)*) 50
4.3. Preguntas para determinar el nuevo perfil del microempresario Cayambeño
4.3.1. Pregunta N° 4.Edad del propietario
4.3.2. Pregunta N° 5.Género
4.3.3. Pregunta N°6. Experiencia del microempresario antes de la fundación de
la organización
4.3.4. Pregunta N° 7.Nivel de formación académica del microempresario 54
4.3.5 Pregunta N° 8.Usted sé capacita periódicamente para un mejor
desempeño laboral
4.3.6. Pregunta Nº 9.Le Interesaría capacitarse en alguna área especifica 55
4.3.7. Pregunta Nº 10. Razones de no asistencia a capacitación profesional 56
4.3.8. Pregunta Nº 11. Actitud del microempresario frente al negocio

4.4. Preguntas para determinar el nuevo perfil de la microempresa del sector
comercial en el cantón Cayambe
4.4.1. Pregunta Nº 12.Antigüedad de la empresa
4.4.2. Pregunta N° 13.Superficie del establecimiento
4.4.3. Pregunta Nº 14.Ha realizado algún tipo de mejora, en el local comercial,
en los últimos 3 años
4.4.4. Pregunta Nº 15.Recepción de ayuda desde administración pública 63
4.4.5. Pregunta Nº 16.Nivel de utilización de las herramientas tecnológicas 64
4.4.6. Pregunta Nº 17.Propiedad del local comercial
4.4.7. Pregunta N° 18.Total personal empleado
4.4.8. Pregunta Nº 19.Cuál es su percepción de la situación comercial en este
momento
4.4.9. Pregunta Nº 20.Cuál considera el factor más importante para de ganar
clientes 69
$4.4.10.\mbox{Pregunta}$ $\mbox{N}^{\rm o}$ 21. Cuál considera usted el principal problema que afecta a su
negocio
4.4.11. Pregunta Nº 22.Ha tenido usted dificultad al momento de obtener
financiamiento para adquisición de mercadería
4.4.12.PreguntaN°23.Líneas definanciamiento
4.4.13.Pregunta N° 24.Ofrece el servicio de tarjetas de crédito
4.4.14.Pregunta Nº 25.Pertenencia algún gremio o asociación
4.4.15.Pregunta Nº 26.Cuál es la razón de no pertenencia a ningún gremio o
asociación
CAPÍTULO 5
PERFIL DEL MICROEMPRESARIO Y DE LA MICROEMPRESA76
5.1. Perfil del Microempresario
5.2. Perfil de la Microempresa
CONCLUSIONES77

RECOMENDACIONES	79
LISTAS DE REFERENCIAS	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Plano de la ciudad de Cayambe
Figura 2 Esquema: Empresas Nacional por Tamaño
Figura 3 Microempresas a nivel nacional
Figura 4 Izquierda: Pyramid of Capitalist System
Figura 5 El sistema Económico
Figura 6 El sistema económico
Figura 7 El sistema económico
Figura 8 El Cuadrante del flujo del dinero
Figura 9 El Empleado
Figura 10 Autoempleado
Figura 11 Dueño
Figura 12 Inversionista
Figura 13 Esquema-Características de las MIPYMES
Figura 14 Características de las MIPYMES Empleadoras
Figura15 Características de las MIPYMES de Autoempleo
Figura16 Características de las MIPYMES de Sociedad
Figura 17 Características de las MIPYMES hogareñas
Figura 18 Esquema 2: empleo-capital
Figura 19 Características de las MIPYMES establecimiento (local-sin local)27
Figura 20 MIPYMES por zona (urbana- rural)
Figura 21 MIPYMES formal e informal
Figura 22 Pregunta N° 2. Conoce el monto de las ventas brutas del año o del mes pasado (SÍo NO)
Figura 23 Pregunta N° 3. Conoce el valor de los activos (SÍ o NO)
Figura 24 Pregunta N° 4. Edad del microempresario
Figura 25 Pregunta N° 5. Género
1 15 01 10 2 1 10 5 0 11 11 3. Oviivi 0

Figura 26 Pregunta Nº 6 Experiencia del microempresario antes de la fundación de la
organización53
Figura 27 Pregunta Nº 7. Nivel de formación académica del microempresario 54
Figura 28 Pregunta Nº 8. Usted se capacita periódicamente para un mejor desempeño
laboral
Figura 29 Pregunta N ° 9 Le interesaría capacitarse en alguna área especifica 56
Figura 30 Pregunta Nº 10. Razones de no asistencia a capacitación profesional 57
Figura 31 Pregunta Nº 11. Actitud del microempresario frente al negocio
Figura 32 Pregunta Nº 12. Antigüedad de la empresa
Figura 33 Pregunta Nº 13 Superficie del establecimiento
Figura 34 Pregunta Nº 14. Ha realizado algún tipo de mejora, en el local comercial en los últimos 3 años
Figura 35 Pregunta Nº 15. Recepción de ayuda desde la administración pública 64
Figura 36 Pregunta Nº 16. Nivel de utilización de las herramientas tecnológicas 65
Figura 37 Pregunta Nº 17. Propiedad del local comercial
Figura 38 Pregunta Nº 18. Total del personal empleado
Figura 39 Pregunta Nº 19. Cuál es su percepción de la situación comercial en este momento
Figura 40 Pregunta N° 20. Cual considera el factor más importante, para ganar clientes
Figura 41 Pregunta Nº 21. Cual considera usted el principal problema que afecta a su negocio
Figura 42 - Pregunta N° 22. Ha tenido usted dificultad al momento de obtener financiamiento para la adquisición de mercadería
Figura 43 Pregunta N° 23. Líneas de financiamiento
Figura 44 Pregunta N ° 24. Ofrece el servicio de tarjetas de Crédito
Figura 45 Pregunta Nº 25. Pertenece algún gremio o asociación
Figura 46 Pregunta Nº 26. Cuál es la razón de NO pertenecer algún gremio o asociación

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuestionario para caracterizar a las MIPYMES	38
Tabla 2 Número de establecimientos a censarse por tamaño	43
Tabla 3 Numero de microempresas a censarse por sector en Cayambe	44
Tabla 4 Clasificación de la MIPYME en Ecuador	46
Tabla 5 Pregunta Nº 1. Número de empleados	47
Tabla 6 Pregunta Nº 2. Conoce el monto de las ventas brutas del año o del mes pasa (valor de las ventas brutas anuales (U\$\$)*)	
Tabla 7 Pregunta N° 3. Conoce el valor de los activos (volumen de activos U\$\$)	50

RESUMEN

El estudio analiza las características de las microempresas formales del sector comercial en el cantón Cayambe, partiendo de un diagnóstico descriptivo, el cual ayudaría a determinar de cómo está funcionando cada una de ellas.

Se realizó un breve análisis del concepto MIPYMES, para tener una definición clara de lo que es la microempresa y de esta manera determinar cómo funciona, qué características tiene y como se desenvuelve en el mercado.

Además se hace referencia: al marco metodológico de la investigación, al diseño, uso y aplicación de los instrumentos de medición, los diferentes métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la investigación. Por otro lado se define las variables más influyentes sobre la actividad comercial, el proceso de selección de la muestra y aquellos aspectos metodológicos que permitirán conocer el número total de establecimientos que conforman el tejido empresarial en el cantón Cayambe.

Se realizó la descripción utilizada para obtener información, la técnica ocupada fue la encuesta como una fuente de información secundaria para saber cómo se encuentran las microempresas en el Cantón Cayambe.

En la parte final de esta investigación se definió el nuevo perfil de la microempresa y del microempresario; así como también se complementó con las conclusiones y recomendaciones que aportan al estudio.

ABSTRACT

The study analyzes the characteristics of the formal commercial sector microenterprises canton of Cayambe, from a descriptive diagnosis, which help to determine how it is performing each.

A brief analysis of MSMEs concept was conducted to have a clear definition of what is micro and thus determine how it works, what features it has and how it unfolds in the market.

Also referred to: the methodological framework of the research, the design, use and application of measuring instruments, different methods, techniques and tools used in this investigation. On the other hand the most influential variables on commercial activity, the process of sample selection and methodological aspects which disclose the total number of establishments that make up the business Canton of Cayambe defined.

The description used was conducted to obtain information, the survey technique was employed as a secondary source of information for how to find micro canton of Cayambe .

In the final part of this research the new profile microenterprise and microenterprise is defined, as well as supplemented with the conclusions and recommendations that contribute to this study.

INTRODUCCIÓN

En Ecuador, las MIPYMES se han convertido en la base de la economía, siendo fuentes generadoras de empleos, promoviendo nuevos bienes y servicios para el consumo de la sociedad, sin embargo debemos tener claro que las Microempresas, han ido evolucionando con el trascurso del tiempo, la competencia, tendencias de mercado, innovaciones, la tecnología entre otros factores.

Hoy en día las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), constituyen una parte esencial de todo modelo económico, ya que a más de generar mayor bienestar se ha convertido en un eje dinamizador de la economía y principal fuente de creación de empleo. Por lo que se vuelve imperativo conocerla más de cerca, para el diseño e implementación de políticas públicas que permitan generar el desarrollo de programas y proyectos más efectivos, que permitan el desarrollo micro empresarial.

Pero para ello es necesario que las MiPyMES busquen empoderarse de la información y sean capaces de adaptarse a los cambios y oportunidades del entorno, de tal manera que la información y el conocimiento les permita tomar decisiones, crecer, desarrollarse y competir.

Es por esto que esta investigación pretende convertirse en una herramienta que les proporcione información. Siendo la primera vez que se realizan este tipo de estudios enfocados "Análisis de las Características de las Microempresas Formales del Sector Comercial, en el cantón Cayambe". Convirtiéndose en un incentivo para llevarlo a cabo por el impacto real que se puede desprender de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Diagnóstico de la situación actual

Dado que la provincia de Pichincha desde sus inicios se ha caracterizado por ser un sector comercial donde la historia confirma la expansión de las actividades artesanales, industriales y del comercio misma que se dio durante el siglo XIX. Hoy es la capital económica del país, según el último censo económico 2010 en esta provincia se concentra el mayor número de negocios y el mayor monto de inversiones pertenecientes, actividades productivas, actividades comerciales y actividades de servicios. Dentro de los cantones que pertenecen a la provincia de Pichincha se encuentra Cayambe, Mejía, Pedro Moncayo, Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito, Distrito Metropolitano de quito, Rumiñahui, San Miguel de los Bancos.

El cantón Cayambe está ubicado al Nororiente de la Provincia de Pichincha sus límites son: al Norte las provincias de Imbabura y Sucumbíos, al Sur Quito y la provincia de Napo, al Oriente la provincia de Napo, y al occidente Pedro Moncayo, su temperatura media oscila 14° C, su población aproximada está entre los 85.795 habitantes entre los cuales 39.028 habitantes se encuentran en la parte Urbana y 46.767 habitantes según el último censo de población (INEC 2010). Se accede por tres vías principales de primer orden: por Pedro Moncayo; Guayllabamba – Sta. Rosa de Cusubamba; Tumbaco – Pifo - El Quinche. Cayambe tiene una superficie de 1350 km2 y una altitud de2.700 a 5.790 msnm, su fecha de Cantonización es el 23 de Julio de 1883. Está conformado por 8 parroquias: dos parroquias urbanas que son Cayambe y Juan Montalvo y seis parroquias rurales como Olmedo, Ayora, Otón, Ascasubí y Cusubamba.

El cantón Cayambe posee una ubicación estratégica única a nivel mundial por encontrarse ubicado en la mitad del mundo (latitud O°O'O") además posee una joya indiscutible al que debe su nombre el nevado Cayambe, siendo el único nevado y volcán activo en el mundo por el cual atraviesa la línea equinoccial. Además posee otras grandes ventajas comparativas con respecto a las demás ciudades, por su

cercanía al nuevo aeropuerto Internacional de Quito (tan solo a 35 minutos de distancia) y se encuentra en marcha la ampliación de la nueva red vial a 4 carriles de la carretera Quito — Guayabamba — Tabacundo, carretera Tumbaco — Pifo — El Quinche y carretera la Cajas — Otavalo — Ibarra y a 2 carriles la red vial que conecta al Oriente Ecuatoriano permitiendo dinamizar la economía, el turismo, la agro exportación y la industria entre otros varios servicios.

Figura 1 Plano de la ciudad de Cayambe PLANO DE LA CIUDAD DE CAYAMBE REFERENCIAS A Parque 3 de Noviembre B Plaza de Toros C Estadio Gulliermo Albomoz D Colegio Neison Torres E Colegio Natalia Jarrin F Colegio Domingo Savio 0 G Igiesia Matriz de Cayambe H Iglesia Salesiana | Plaza Dominical J Parque Nazacota Puento 888 K Parque de la Madre Ð L Escuela Remigio Crespo Toral M Escueia 9 de Julio N Escue'a Himelman 150 O Parque Rubén Rodríguez P Coliseo Centenario / Canchas Q Estadio Gilberto Rueda Bedoya R Municipio S Edificio Espinoza Jamín / Museo T Cementerio U Puntiatsii V Policía Nacional (CDP) W Parque Yaznán X Hospital Raúl Maldonado Mejía cayambe

Fuente: (GADC, Cayambe Turismo, 2012)

En la actualidad su principal fuente dinamizadora de empleo y economía la constituyen las plantaciones florícolas, la industria láctea, los tradicionales biscochos de Cayambe y otras microempresas dedicadas principalmente al comercio, es por esto que se hace necesario un estudio que nos proporcione información actual de las Características de las Microempresas Formales del Sector Comercial, en el cantón Cayambe, necesaria para la toma de decisiones.

1.2 Problema de investigación

Estamos viviendo la era de la información, y se puede afirmar que una vez, empoderados de información se puede marcar las diversas acciones, estrategias, planes, etc. Para las MIPYMES la información es esencial para la toma de decisiones. Así mismo quien no posee la información necesaria, pierde la fortaleza y capacidad de competir en el mercado global o local. El desconocimiento por otro lado afecta esta capacidad, la productividad disminuye al aumentar los costos y compromete la perduración de la inversión en el tiempo, esta realidad es más palpable en la microempresa por qué no posee los medios y los recursos suficientes, que posee la gran empresa. Por tanto, el desconocimiento de las características de las Microempresas Formales del Sector Comercial en el cantón Cayambe requiere definir:

- ¿Cuáles son las características más relevantes de las microempresas del sector comercial en el cantón Cayambe?
- ¿Cuáles son las perspectivas de las microempresas formales del sector comercial en el cantón Cayambe?
- ¿Qué variables estratégicas se perciben como más influyentes sobre la microempresas del sector comercial en el cantón Cayambe?

1.3 Justificación

El Ministerio de Industrias y Productividad en su visión de construir un país con igualdad de oportunidades, que elimine las asimetrías de gestión, operación y mercado, impulsa el cambio de la matriz productiva. Este proceso afirma un decidido apoyo al aparato productivo nacional y en especial a las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes juegan un papel decisivo en esta visión. La política productiva busca, por lo tanto, una gestión incluyente, articulada y participativa, que tiene como objetivo, permitir que el sector industrial y fundamentalmente las MIPYMES, desarrollen el tejido empresarial ecuatoriano(FLACSO ECUADOR-MIPRO, 2013, pág. 16).

Esta investigación pretende brindar información actual de cómo se encuentran, las microempresas formales del sector comercial en el cantón Cayambe, para determinar las principales características, el perfil del microempresario y de la microempresa; entre otros factores que determinan el éxito o fracaso de la microempresa. Convirtiéndose en unos de los principales beneficiarios, los pobladores del Cantón Cayambe, especialmente los microempresarios.

1.4 Objetivos

Objetivo general

Analizar las características en las que se encuentran las microempresas formales del sector comercial en el cantón Cayambe.

Objetivos específicos

- Identificar un instrumento de medición que permita analizar las características de las microempresas formales, en el cantón Cayambe.
- Operativizar el instrumento de medición planteado que permita la tabulación sistematizada de los datos obtenidos de las microempresas, en el cantón Cayambe.

 Determinar las variables más influyentes sobre la actividad comercial de la microempresa, en el cantón Cayambe.

1.5 Marco teórico

El Objetivo 10 (Impulsar la transformación de la matriz productiva) del "Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017" (SENPLADES, 2013, pág. 291). Contiene información relacionada con el tema de investigación pero específicamente nos vamos a referir a la Política 10.5.

Política10.5.Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva(SENPLADES, 2013, pág. 302).

- a. Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, encadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos(SENPLADES, 2013, pág. 302).
- b. Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados(SENPLADES, 2013, pág. 303).
- c. Fortalecer los mecanismos para reducirlos márgenes de intermediación dela producción y comercialización en el mercado local(SENPLADES, 2013, pág. 303)
- d. Ampliar la capacidad innovadora, fomentar el desarrollo científico y tecnológico, la capacitación especializada, para mejorar la diversificación y los niveles de inclusión y competitividad(SENPLADES, 2013, pág. 303)

- e. Impulsar el acceso a servicios financieros, transaccionales y garantía crediticia, en el marco de un modelo de gestión que integra a todo el sistema financiero nacional(SENPLADES, 2013, pág. 303)
- f. Fortalecer e impulsar el crecimiento adecuado del sector financiero popular y solidario, articulado a las iniciativas de desarrollo territorial productivo y de servicios(SENPLADES, 2013, pág. 303)
- g. Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios delas micro, pequeñas y medianas unidades productivas(SENPLADES, 2013, pág. 303)
- Implementar un sistema integrado de información para el sector productivo yde servicios, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas unidades de producción(SENPLADES, 2013, pág. 303)
- Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social(SENPLADES, 2013, pág. 303).

Esta política busca establecer mecanismos para incorporar a las MIPYMES y Fortalecer la EPS mejorando el desarrollo productivo del país hacia el cambio de matriz productiva, promocionando, fomentando y fortaleciendo, la asociatividad, mediante el desarrollo tecnológico, científico, financiero y un sistema de información que proporcione información actual que permita mejorar la competitividad, producción, comercialización y simplificar los trámites burocráticos.

1.6. Hipótesis

Dado que el presente estudio es exploratorio-descriptivo, no se requiere de la formulación de hipótesis específicas, pues Hernández et. al. (2006) indica que las hipótesis sirven para saber lo que buscamos o tratamos de probar(Solano, 2012).

En esta investigación se consideró la pertinencia, de llevar a cabo un estudio exploratorio-descriptivo porque las investigaciones sobre la microempresa comercial en el cantón Cayambe nunca han sido investigadas a profundidad, por esta razón se pretende, definir las características básicas sobre la microempresa comercial por medio de la exploración y consecuentemente a este hecho, se pretende efectuar, un estudio a nivel descriptivo. Es decir vamos a observar la realidad tal y como se presenta, para luego describirla.

1.7. Marco metodológico

El estudio utilizara los siguientes métodos:

- -El método de la observación para identificar a las principales microempresas formales, sector comercial en el cantón Cayambe, ubicación y otros aspectos que nos ayudaran a registrar la información.
- -El método inductivo para identificar un instrumento de medición que permita analizar las características de las microempresas formales, en el cantón Cayambe, tanto en el aspecto cuantitativo como cualitativo, tomando como punto de referencia la situación actual de las microempresas.
- -El método deductivo para operativizar el instrumento de medición planteado que permita la tabulación sistematizada de los datos obtenidos de las microempresas en el cantón Cayambe.
- -El método analítico nos permitirá diferenciar a las microempresas de las PYMES y determinar las variables más influyentes sobre la actividad comercial de la microempresa, en el cantón Cayambe.
- -El método sintético nos permitirá elaborar conclusiones, recomendaciones y explicar los aspectos más esenciales para poder plantear un diagnóstico general.

Técnicas

Técnicas de procedimientos y análisis de datos

- Establecer la población y muestra
- Diseño de encuesta
- Aplicación de encuesta
- Procesar los datos
- Tabular la información y sistematizarla
- Representación gráfica de cuadros
- Análisis del resultados
- Interpretaciones.

Para la búsqueda de la información se aplicará las siguientes técnicas:

Para poder determinar las variables más influyentes sobre la actividad comercial de la microempresa, en el cantón Cayambe, he creído conveniente el diseño y aplicación de una encuesta como técnica de investigación. Por medio de los cuestionarios aplicados y con su análisis se propone hacer observaciones acerca de las características más representativas de la microempresa comercial del cantón Cayambe.

Para operativizar el instrumento de medición planteado que nos permitirá sistematizar los datos obtenidos de las microempresas formales del cantón Cayambe, se llevara cabo una investigación de campo, donde se aplicara técnicas estadísticas y de muestreo, el cual arrojara información más detallada y completa de las unidades elementales de nuestra investigación.

Para determinar las variables más influyentes sobre la actividad comercial de la microempresa, en el cantón Cayambe, será necesario procesar datos y la información obtenida, a través del cuestionario dirigido a los microempresarios, con base a una descripción, tablas estadísticas, gráficos, análisis e interpretación de resultados, contrastando la realidad observada por medio de un diagnostico general.

Fuentes de información

Una vez delimitado el ámbito del estudio, es necesario buscar y recopilar información de las fuentes de información más relevantes que ayude al investigador abstraer y descartar el conocimiento más conveniente para la investigación, acción que se convierte en permanente durante el proceso de investigación como: observación, entrevista, documentos físicos o electrónicos etc.

- Información primaria: La información primaria se determina a través de la información que suministran los diferentes actores, involucrados en este proceso de investigación como son: los propietarios, empleados, GADC competidores entre varios actores que conocen directa o indirectamente el funcionamiento de la microempresa en este sector.
- Información secundaria: La información secundaria se extraerá de textos, documentos, libros, archivos de la institución e internet; de donde podremos obtener información científica y técnica actualizada necesaria para fundamentar la investigación.

1.8 Marco conceptual

Análisis.-"proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad"(Mendéz, 2002, pág. 141).

Características.- "es el rasgo, propiedad cualidad o atributo que presentan los hechos y permite la identificación, definición y diferenciación de un elemento respecto a los demás" (Clase de Estadistica, 2011).

Microempresa.-"Aquella que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta cien mil dólares"(MIPRO, 2013).

Formal.-"Negocios legalmente constituidos que tienen organismos de control, SRI superintendencias, municipios, contraloría, registro mercantil. Están ubicados en un

sitio geográfico, cumplen normas y existe el apoyo estatal"(Clase de Microempresa, 2010)

Sector Comercial.- "sector perfectamente delimitado de gran movimiento comercial en una determinada área geográfica; determinada por varias características como la afluencia de personas, flujo de vehículos, zona de influencia, localización." (Clase de Corredores Inmobiliarios, 2013).

CAPÍTULO 2 MIPYMES EN EL ECUADOR

En el Ecuador y a nivel mundial en las últimas décadas, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) se han constituido en la base de todo sistema económico, porque a más de aportar al desarrollo de las naciones, se ha convertido en la principal fuente generadora de empleo y de ingresos para los países.

Las micro, pequeñas y medianas empresas -MIPYME- dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPYME. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional.(Araque, 2012, pág. 1)

Esquema: Empresas Nacional por Tamaño 3,8% 0,2% 0,6% ■ MICROEMPRESA ■ PEQUEÑA EMPRESA ■ MEDIANA EMPRESA ■ GRANDE EMPRESA 95.4%

Figura 2 Esquema: Empresas Nacional por Tamaño

Fuente: Censo Nacional Económico - CENEC - 2010 - INEC

Orientación productiva del tejido empresarial

Cuando analizamos la orientación productiva del tejido empresarial ecuatoriano se puede ver que a nivel de la microempresa, que es el grupo de empresas que más prevalece de acuerdo al número de establecimientos, es el sector comercial el que muestra un mayor predominio –aproximadamente 6 de cada 10 microempresas están dedicadas a actividades relacionadas a la compra y venta de bienes.(Araque, 2012)

Luego se ubican las unidades microempresarias dedicadas a la oferta de servicios –cerca del 35% de microempresas están vinculadas a la oferta de actividades económicas consideradas como servicios-; quedando en tercer lugar el aporte del sector micro empresarial a actividades manufactureras - apenas cerca de 1 de cada 10 microempresas están relacionadas con actividades que involucran procesos de transformación productiva, cuya característica principal es el mayor aporte a la generación de valor agregado(Araque, 2012).

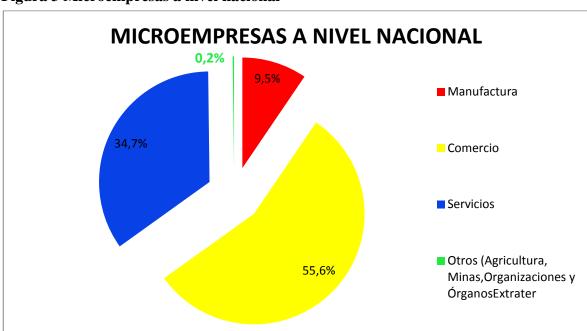


Figura 3 Microempresas a nivel nacional

Fuente: Censo Nacional Económico - CENEC - 2010 - INEC

2.1. Surgimiento del concepto MIPYMES

En el Ecuador no existe una Ley que estipule las disposiciones fundamentales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en estas circunstancias no existe unanimidad en la definición de MIPYMES sin embargo en el Registro Oficial N° 351 expedido en la ciudad de Quito el día, miércoles 29 de Diciembre del 2010 manifiesta:

"Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento".

2.2. Sector comercial

Entendiéndose por sector comercial, al sector perfectamente delimitado de gran movimiento comercial en una determinada área geográfica; determinada por varias características como la afluencia de personas, flujo de vehículos, zona de influencia, localización(Clase de Corredores Inmobiliarios, 2013).

2.3. La empresa

Dados los diferentes puntos de vista y diferentes definiciones que cada estudioso de las empresas plantea, vamos a partir de esta interrogante:

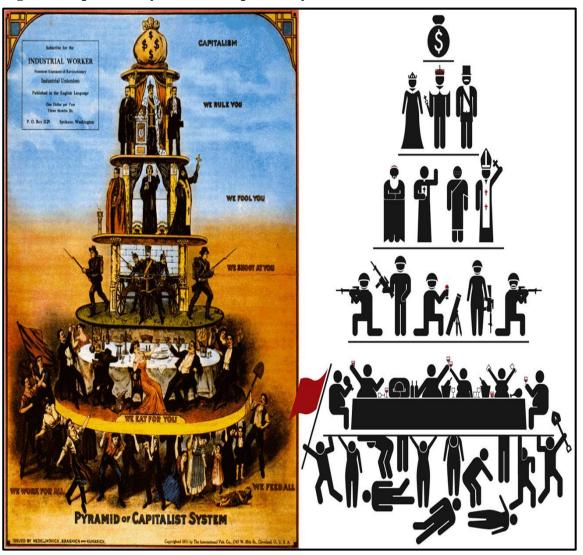
¿Porque la empresa es considerada motor de la economía?

Para lo cual me he permitido elaborar una serie de figuras que nos ayudaran a comprender de manera didáctica esta interrogante.

Además estas figuras, también nos ayudaran, más adelante a comprender de mejor manera la clasificación de la MIPYMES sus características principales:

a) Partiremos de la figura del capitalismo, como modelo de un sistema económico para continuar con la explicación:

Figura 4 Izquierda: Pyramid of Capitalist System

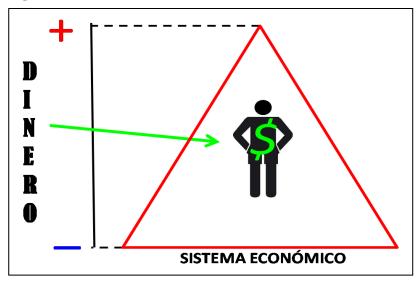


Fuente: (CIUDAD FUTURA, 2010).

["La pirámide del sistema capitalista"], una ilustración de la revista sindical Industrial Worker (EEUU, 1911). Derecha: versión actualizada a cargo del artista gráfico Pippo Lionni. Transcurrido casi un siglo entre ambas imágenes y como bien ha sabido reflejar Lionni, la representación gráfica de la realidad ha cambiado pero todo sigue igual.

En la siguiente figura podemos observar, que "una persona pertenece a un sistema económico, si posee dinero (en menor o en mayor proporción)" (Vaquero, 2007):

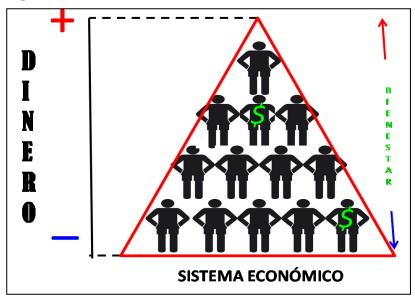
Figura 5 El sistema Económico



Fuente: (Vaquero, 2007)

b) En la siguiente figura podemos observar, "que el dinero determina nuestra ubicación dentro del sistema,"(Vaquero, 2007) cuando más arriba en el sistema mayor bienestar, el interés de las personas por el dinero se comprende en la relación que existe entre dinero y bienestar (Un ejemplo podría ser si una persona posee más dinero puede acceder con mayor facilidad a escuelas privadas, clínicas privadas, universidades privadas, etc.)

Figura 6 El sistema económico



Fuente: (Vaquero, 2007)

Los empresarios e inversionistas ocupan las cuotas más altas en el sistema y pueden ascender más rápido en el sistema.(Vaquero, 2007)

c) En la siguiente figura podemos observar, "que la empresa es el motor del sistema y el lugar donde se produce, el intercambio del dinero por el trabajo." (Vaquero, 2007).

D I N E R O C M P R E S A O

LA EMPRESA ES EL MOTOR DEL SISTEMA

Figura 7 El sistema económico

Fuente: (Vaquero, 2007)

2.4. El Entrepreneur

Etimológicamente emprendedor viene del francés Entrepreneur (que significa pionero)(Web y Empresas, 2013).

Un emprendedor es aquella persona que posee una idea y necesita hacerla posible. IDEA que le inspira, le motiva a salir adelante a través de un conjunto de acciones sin importarle el riesgo, éxito o fracaso que este tenga, para iniciar cualquier tipo de emprendimientos.

Una vez definido lo que es un emprendedor, tenemos que partir del camino y el fin que cada persona persigue y les motiva a emprender diferentes tipos de actividades; así por ejemplo unos han decidido emprender buscando trabajo, otros deciden emprender, siendo dueños de su propio negocio, otros creando su propia empresa, otros invirtiendo su dinero en algo que les genere utilidad, (adquisición de una

franquicia, maquinaria, etc.), otros buscando una profesión que les genere algún tipo de seguridad etc.

Pero uno de los grandes autores Robert Kiyosaki especialista en el área de negocios y finanzas, permite definir, identificar y diferenciar a varios tipos de emprendedores dentro del "Cuadrante del flujo del dinero, el empleado, el auto-empleado, el dueño y el Inversionista."(Kiyosaki & Lechter, 2004, pág. 21 a 141).

Partiremos de la siguiente figura de cómo ubica el autor a los diferentes tipos de emprendedores o personas dentro del cuadrante del flujo del dinero para luego irlos definiendo uno a uno:

EMPLEADO DUEÑO

A UTOMPLEADO

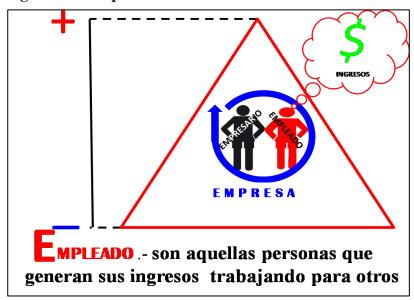
NVERSIONISTA

Figura 8 El Cuadrante del flujo del dinero

Fuente: (Kiyosaki & Lechter, 2004, pág. 23)

- a) Empleado.- es la persona que desea su seguridad financiera y busca su estabilidad laboral, por lo general estas personas generan sus ingresos trabajando para otros. (Intercambian tiempo por dinero) Ejemplo:
 - -Una persona que trabaja en una empresa por un sueldo o salario
 - -Un empleado puede obtener seguridad Financiera por medio de la Jubilación, pensión o retiro después de haber trabajado durante muchísimos años.

Figura 9 El Empleado



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

b) Auto empleado.- es la persona que desean su seguridad financiera, estas personas generan sus ingresos trabajando para ellos mismos, por lo general estas personas trabajan y están presente en las actividades que realizan (si ellos no están presentes, el negocio no funciona) Ejemplo: Trabajadores independientes como: dueños de panaderías, cafeterías, droguerías, médicos que atienden pacientes, contadores, abogados, taxistas:

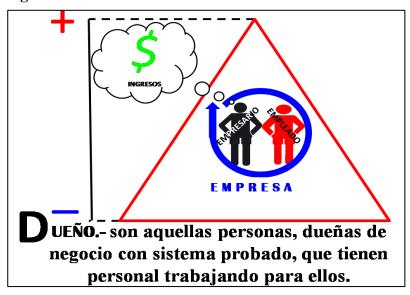
Figura 10 Autoempleado



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

c) El Dueño.- es la persona que buscan su libertad financiera(tener tiempo y dinero para disfrutar) por lo general estas personas son dueños de negocio con sistema probado que tienen personal trabajando para ellos (Sistemas de negocio que funcione, ejemplo: Dueños de franquicias, McDonald, fisbry etc.:

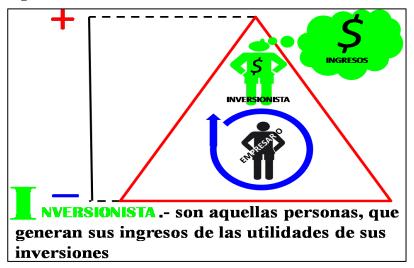
Figura 11 Dueño



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

d) Inversionista.- es la persona que ha logrado su libertad financiera y que invierte en negocios e ideas de otros, por lo general estas personas son los que generan sus ingresos de las utilidades de sus inversiones por (El Dinero trabaja para uno Estemos o No estemos presentes) por ejemplo: Invierten en Bolsa, títulos, propiedades etc.:

Figura 12 Inversionista



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

2.5. Clasificación de la Empresa por su Tamaño (Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa)

Las empresas según su Tamaño se clasifican en:

a) Microempresas
b) Pequeña Empresa
c) Mediana Empresa
e) Gran Empresa.

¿Qué es la MIPYMES?(MIPRO, 2013)

Son las unidades productivas individuales o asociadas que se encuentran en los parámetros descritos a continuación y que al menos cumplan dos de los tres parámetros establecidos en cada una de las categorías detallada:

a) Microempresas

Aquella que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta cien mil dólares.(MIPRO, 2013)

b) Pequeña empresa

Aquella que tenga entre 10 a 49 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil y un millón de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre cien mil uno y setecientos cincuenta mil dólares.(MIPRO, 2013)

c) Mediana empresa

Aquella que tenga entre 50 a 199 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre un millón uno y cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre setecientos cincuenta mil uno y cuatro millones de dólares.(MIPRO, 2013)

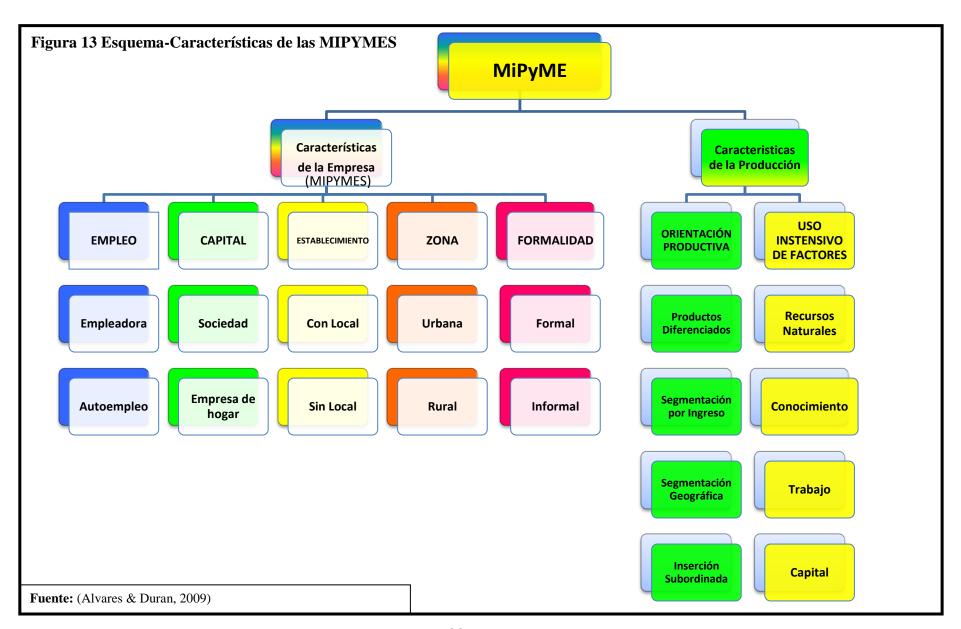
e) Grandes empresas

Aquella que tenga más de 200 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales sobrepase de cinco millones de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos sobrepase los cuatro millones de dólares.(MIPRO, 2013)

2.6. Características de las MIPYMES.

La clasificación que realiza la Comisión Económica Para América Latina (CEPAL), la Cooperación técnica de Alemania (GTZ) y el centro regional de promoción de la MYPIME (CENPROMYPE) en su publicación del año 2009 .Presentan el "Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa: una contribución a la mejora de sistemas de información y el desarrollo de políticas públicas"(Alvares & Duran, 2009, pág. 29 a 34).

Partiendo de la siguiente clasificación:



En el cuadro los autores detallan dos clasificaciones principales, la primera que apunta a las características organizacionales y constitutivas y la segunda a los tipos de actividades realizadas por las unidades productivas:

• Primera clasificación-características de la MIPYMES

Dentro de la primera Clasificación tenemos 5 grupos: Las de Empleo; Capital; Establecimiento; Zona; Formalidad.

a) Las de Empleo se subdividen en las de empleadoras y de autoempleo:

*Empleadoras.- son aquellas en la que existen trabajadores contratados:

Figura 14 Características de las MIPYMES Empleadoras



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

**Autoempleo.- son aquellas en la que sus propietarios son dueños y empleados a la vez y no existen ningún obrero externo contratado.

Figura15 Características de las MIPYMES de Autoempleo



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

b) Propiedad del Capital.- en la segunda clasificación se observa la relación que existe entre la dirección de la empresa y el capital que la compone.

*Las de sociedad.- constituyen aquellas MIPYMES que el capital o propiedad que lo compone pertenece a uno o más miembros y se encuentran bajo la dirección o no de alguno de sus miembros.

Figura16 Características de las MIPYMES de Sociedad



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

**Las empresas de hogar.-"una empresa no constituida en sociedad que es propiedad en su totalidad de uno o más miembros del mismo hogar se trata como parte integrante de ese hogar y no como una unidad institucional separada"(Alvares & Duran, 2009, pág. 31) Ejemplo: Un claro ejemplo en el Ecuador, se puede visualizar en la ciudad de Atuntaqui donde el Dueño (Padres o Hijos) intercambian o se apoyan mutuamente con sus recursos, para el funcionamiento de las MIPYMES.

UNA EMPRESA
NO
CONSTITUIDA
EN SOCIEDAD, QUE ES
EN SU TOTALIDAD DE:

UNO o + MIEMBROS
DEL MISMO HOGAR

LAS MIPYMES "HOGAREÑAS"

Figura 17 Características de las MIPYMES hogareñas

Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

Una vez analizada la Segunda clasificación de las MIPYMES se estima que las categorías de empleo y capital pueden ser cruzadas, subdividiéndola de la siguiente manera:

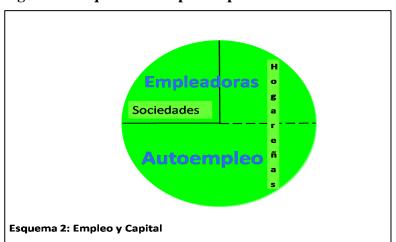


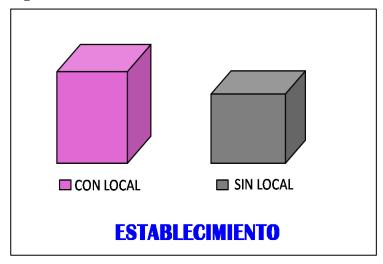
Figura 18 Esquema 2: empleo-capital

Fuente: (Alvares & Duran, 2009, pág. 32)

Elaborado por: Marco A. Sandoval.

c) **Establecimiento.-** en la tercera clasificación se observa desde la operación o no en una base física establecida (local comercial) por los conflictos que surgían al no tener una base física establecida lo que dejaba de lado a todo el comercio ambulante y a la gran mayoría de empresas de hogares, así por ejemplo por tener trabajadores remunerados y no contar con un establecimiento fijo.

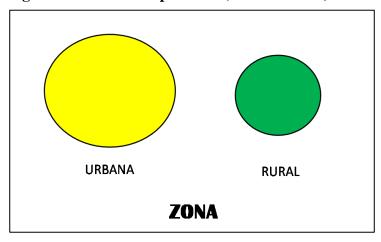
Figura 19 Características de las MIPYMES establecimiento (local-sin local)



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

d) Zona.- en la cuarta clasificación no solo responde a criterios geográficos de ubicación en la zona urbana y rural o de actividades. Sino a una dinámica diferente en cuanto a la operación y necesidades:

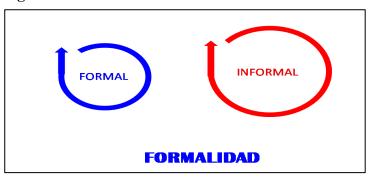
Figura 20 MIPYMES por zona (urbana- rural)



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

e) Formalidad-informalidad.-El grado de Formalidad o informalidad no se refieren únicamente a la legalidad o a estar amparados dentro de las leyes. Sino que dependiendo del grado de Formalidad nos ayudaran para el planteamiento de políticas públicas que ayuden al desarrollo y crecimiento de las MIPYMES. Así como a evaluar el rendimiento productivo de las MIPYMES y situación económica, necesidades de Financiamiento y a la identificación del público objetivo a quienes se dirijan los programas y proyectos que serán segmentados por el grado de formalidad y tipo de emprendimiento.

Figura 21 MIPYMES formal e informal



Elaborado por: Marco A. Sandoval V.

• Segunda clasificación-características de la producción

Una vez analizadas las características generales de la empresa, en la siguiente sección, nos vamos a referir a las características de la producción, esencialmente a la orientación productiva y al uso de los factores:

- a) Orientación Productiva.- se refiere a la inserción de productos y servicios que ofrecen las MIPYMES en el mercado. Esta inserción se da por productos diferenciados, segmentación por ingreso, segmentación geográfica y la inserción subordinada.
- b) **Uso Intensivo de Factores.-** se refiere a uso intensivo de los Factores, como: recursos naturales, conocimiento, trabajo y capital.

2.7. Regulación de la MIPYMES en el Ecuador

Se han creado varios instrumentos de apoyo, regulación y control a las MIPYMES pero debido a lo variado que resulta el comercio y a la velocidad con que cambian las normas, sería inútil enumerar cada una de ellas, por lo mencionaremos las más principales:

a) Constitución Política de la República del Ecuador (ECUADOR, 2008)

Algunos artículos de la Constitución Política de la República del Ecuador elaborada por la Asamblea Constituyente 2008, amparan, promueven y protegen el crecimiento económico del país.

"ART. 283.- El sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios."

El Art. 283 reconoce todas las formas de organización dentro de la ley, y su integración dentro de un sistema económico, amparado en los principios del Buen Vivir.

"ART. 311.- El sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria".

El Art. 311 promueve un trato diferenciado y preferencial para las MIPYMES y todas las entidades financieras siempre y cuando apoyen al desarrollo de la economía bajo los principios del Buen Vivir.

"ART. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía (comunitarias, cooperativas, empresariales, públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas)".

El Art. 319 aceptara los diferentes tipos de organizaciones productivas de diferente índole, por sus características están consideradas como MIPYMES.

"ART. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. En cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social".

El Art. 320 promoverá la excelencia en los procesos de producción con el cumplimiento de normas de calidad que garanticen la sostenibilidad de las organizaciones, con total transparencia, eficiencia económica y social.

"Art. 338.- El Estado promoverá y protegerá el ahorro interno como fuente de inversión productiva del país. Generará incentivos al retorno del ahorro y de los bienes de las personas y de las unidades económicas para que se orienten a la inversión productiva."

El Art. 338 garantiza que el Estado asegura la protección de los recursos materiales y económicos de las personas, promoviendo el ahorro interno, incentivos al retorno de capitales con el fin de promover la inversión.

b) Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero

"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, 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".(Ochoa, 2012)

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero en el Art.

1 sintetiza como se encuentra definida la organización económica en el Ecuador y garantiza el cumplimiento de las normas amparados dentro de los principios del Buen Vivir privilegiando al ser humano sobre todas las cosas.

"Art. 2.- Ámbito.- Se rigen por la presente ley, todas las personas naturales y jurídicas, y demás formas de organización que, de acuerdo con la Constitución, conforman la economía popular y solidaria y el sector Financiero Popular y Solidario; y, las instituciones públicas encargadas de la rectoría, regulación, control, fortalecimiento, promoción y acompañamiento." (Ochoa, 2012)

En el Art. 2 define el ámbito de aplicación de la ley y el reconoce las figuras legales existentes en el Ecuador y establece las funciones de las instituciones encargadas de la dirección y control.

c) Derecho público – MIPYMES

Existen varias disposiciones legales y administrativas, aplicables a la MIPYMES, encuadradas en el marco de la Constitución Política y las Leyes Vigentes en el Ecuador, entre los principales podemos mencionar los siguientes:

Código de Comercio, Código orgánico de la producción, Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero, Ley Orgánica de Aduanas, Ley de Compañías, Código del Trabajo, Ley de Propiedad Intelectual, Ley de Régimen Tributario Interno, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor,

Reglamento Operativo de Fideicomiso FODEPYME, Reglamento a la Ley de Aduanas, Reglamento a la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.

2.8. Organismos de Apoyo Locales

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017 del Gobierno Nacional establece "El objetivo 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva" (SENPLADES, 2013, pág. 291), algunos ministerios y organismos gubernamentales trabajan enfocados en cumplir con este Objetivo.

a) Ministerio de Industrias y Productividad - MIPRO

Entre los principales objetivos del MIPRO esta apoyar al aparato productivo nacional y en especial a las micro, pequeñas y medianas empresas, Incrementando la producción, oferta de productos, capacidades productivas, tecnológicas y humanas, mejorando los procesos y calidad de las diferentes unidades empresariales y sectores productivos que conlleve al cambio de la matriz productiva.

b) Subsecretaria de MIPYMES, Artesanías y Emprendimientos del MIPRO

Entre los principales objetivos está el fortalecer e impulsar la innovación de los sectores productivos, por medio de la generación de capacidades con el fin de mejorar la asociatividad, productividad y competitividad de las MIPYMES y artesanías.

c) Programa de Fomento Productivo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Ecuatoriana – Fodepyme.

Mediante Decreto Ejecutivo No. 319 del 3 de mayo del 2010, se estableció la conformación de un fondo para el desarrollo de PYMES, denominado FONDEPYME quedando a cargo del FONDEPYME la Subsecretaria de MIPYMES y Artesanías, Posteriormente el 14 de Junio del 2011 fue derogado el Programa de Fomento para las MIPYMES ecuatorianas, y en su lugar se aprobó el Reglamento Operativo de Fideicomiso FODEPYME. Que en sesión, No 006 llevada del comité ejecutivo del programa Fodepyme, llevada a cabo el 15 de Junio del 2011 se aprobó el Reglamento del Programa Fodepyme, con la incorporación de los componentes Producepyme y Exportapyme.

Una vez analizado este reglamento se acudió a la Subsecretaria de MIPYMES, Artesanías y Emprendimientos del MIPRO para analizar cuál de los componentes está abarca a las microempresas en el cual se manifestó que el componente PRODUCEPYME, abarca más el desarrollo de las Microempresas, y el segundo componente EXPORTAPYME abarcan más las pequeñas y medianas empresas (PYME).

d) Corporación Financiera Nacional

La CFN, es una institución pública con el fin de apoyar el desarrollo productivo de país dentro de los lineamientos del Plan Nacional para el Buen Vivir.

2.9. Variables más influyentes sobre la actividad comercial

Una característica de la estructura económica del país es la existencia de numerosas microempresas comerciales, razón por la cual, caracterizar este tipo de establecimientos es importante, dado que en el cantón Cayambe nunca se ha realizado este tipo investigación, para ello se hace necesario el estudio de ciertos aspectos, rasgos o características que son considerados como los más influyentes y susceptibles de análisis.

La investigación profundizara su estudio en estas variables, este proceso implica definir el significado y la forma de medir las variables.

- **a) Variable comerciante.-** Esta variable detalla ciertos aspectos, rasgos o características relacionados con microempresario o emprendedor como:
 - Edad de propietario.
 - Genero.
 - Experiencia Empresarial.
 - Nivel de formación del Empresario.
 - Capacitación periódica.
 - Capacitación en áreas específicas.
 - Razón de no asistencia a capacitación profesional.
 - Actitud del microempresario frente al negocio.

- **b)** Variable establecimiento.- Se refiere aquellos aspectos, rasgos o características relacionados con el lugar en el cual se ejerce una actividad comercial como:
 - Antigüedad de la microempresa.
 - Superficie del establecimiento.
 - Mejoras en local comercial.
 - Recepción de ayuda desde la administración pública.
 - Nivel utilización de herramientas tecnológicas.
- c) Variable negocio.-Se refiere aquellos aspectos, rasgos o características intrínsecos (internos) que reflejan la situación actual de la microempresa como:
 - Propiedad del local comercial.
 - Total de personal empleado.
 - Percepción de la situación comercial.
- **d)** Variable estrategia.- se refiere aquellos aspectos, rasgos o características, que influirán positivamente o negativamente, en el desarrollo de las acciones necesarias, para la futura permanencia de la microempresa.
 - Impacto estratégico.
 - Problemas que afectan al negocio.
 - Dificultad de financiamiento.
 - Líneas de Financiamiento.
 - Utilización de tarjeta de crédito.
 - Pertenencia a alguna asociación.

CAPÍTULO 3

DISEÑO, USO Y APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

3.1. Diseño de la investigación

El Diseño de la investigación consiste en la estructuración o plano a seguir en un proceso de investigación con el fin de obtener información necesaria de manera técnica.

3.2. Tipo de investigación:

En la investigación se consideró la pertinencia, de llevar a cabo un estudio exploratorio-descriptivo porque las investigaciones sobre la microempresa comercial en el cantón Cayambe, nunca han sido investigadas a profundidad por esta razón se pretende definir las características básicas sobre la microempresa comercial por medio de la exploración y consecuentemente a este hecho, se pretende efectuar un estudio a nivel descriptivo.

El estudio exploratorio-descriptivo se basa en observar, percibir, estudiar, analizar y describir, la realidad de los hechos tal y como se presentan(Clase de Investigación, 2010).

3.3. Métodos

El tema de la caracterización de la microempresa formal del sector comercial en el cantón Cayambe ha sido poco explorado a nivel teórico-metodológico, por esta razón el investigador se vio en la necesidad de buscar el método que mejor se adapte a la investigación y le permita recopilar información.

Es por esta razón el estudio utilizara los siguientes métodos:

a) **El método de la observación.-** para identificar a las principales microempresas formales del sector comercial en el cantón Cayambe, ubicación y otros aspectos que nos ayudaran a registrar la información.

Método de la observación

Observar es advertir los hechos como se presentan, de manera espontánea, y consignarlos por escrito(Mendéz, 2002, pág. 143).

b) El método inductivo.-servirá para identificar un instrumento de medición que analice las características de las microempresas formales, en el cantón Cayambe, tanto en el aspecto cuantitativo como cualitativo, tomando como punto de referencia la situación actual de las microempresas.

Método inductivo

Proceso del conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada(Mendéz, 2OO2, pág. 141).

c) El método deductivo.- cave, para Operativizar el instrumento de medición planteado que permita la tabulación sistematizada de los datos obtenidos de las microempresas en el cantón Cayambe.

Método deductivo

Proceso del conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general(Mendéz, 2002, pág. 141).

d) **El método analítico.-**permitirá diferenciar a las microempresas de las PYMES y determinar las variables más influyentes sobre la actividad comercial de la microempresa, en el cantón Cayambe.

Método del análisis

Proceso del conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establece la relación causa y efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación(Mendéz, 2002, pág. 141).

e) El método sintético.-permitirá elaborar conclusiones, recomendaciones y explicar los aspectos más esenciales para poder plantear un diagnóstico general.

Método de síntesis

Proceso del conocimiento que procede de lo simple a lo complejo, de la causa a los efectos, de la parte al todo, de los principios a las consecuencias(Mendéz, 2002, pág. 143).

3.4. Técnicas

Para el estudio se utilizara la técnica de la entrevista y del cuestionario:

-Teniendo que considerar que existen dos tipos de Entrevista. La primera es la entrevista estructurada que surge previa a la planificación de las preguntas y la segunda es la no estructurada donde las preguntas surgen espontáneamente durante el desarrollo de la entrevista(Clase de Investigación, 2010).

-Por otro lado "La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario" (Huamán, 2005, pág. 28).

-En primer momento se eligió la técnica de la entrevista no estructurada, para determinar los números de establecimientos de las microempresas formales del sector comercial en el cantón Cayambe que participaran en el estudio.

-En un segundo momento una vez detectada la población objeto de estudio se procedió a utilizar el cuestionario con preguntas cerradas y focalizadas que permitieron centrar la problemática, para lo cual se diseñó un cuestionario con 27 reactivos el cual se presenta a continuación:

Tabla 1 Cuestionario para caracterizar a las MIPYMES

	CARACTERIZACION DE LA MICROEMPRESA						
SALESIANA		IMPORTANTE: Los datos que se solicitan en este cuestionario se utilizaran					
		unicamente con fines estadísticos y en ningun caso CON FINES FISCALES					
	Y	SON ESTRICTAME	NTE CONFIDENCIALI	ES			
	a)	INFORMACION	BASICA				
Encuestador:							
Fecha:							
Calle:							
Nombre del Encuestado:							
Telefono del contacto:							
Razon Social de la microem	presa:						
Registro unico Tributario d	e la microempr	esa o del propie	tario:				
b) CARACTERISTI				REGUNTAS DE FI	LTRO)		
1.Numero de Empleados		Nº	•		,		
2.Conoce el monto de las	ventas brutas	SI	Cuanto				
del año pasado o de	_		Cuanto esperar	que sean las			
pasado		☐ NO	ventas brutas e	-			
		SI	Cuanto				
3.Conoce el valor de los ac	tivos		Cuanto venderi	a su local			
Siconoce en valor de los de		☐ NO		uinaria			
c) PERFIL DEL MICROEMPRESARIO							
		< 25					
		25-35		Masculino Masculino			
4.Edad:	36-45		5.Genero				
	46-55						
	> 55			Femenino			
			Habia tr	abajado antes e	n esta misma		
6.Experiencia del Microem	presario antes o	de la	empresa				
fundacion de la	=		Solo con esta Empresa				
	Ü		Habia trabajado antes con		omo		
			dependi	ente de esta em	presa		
				universitarios			
			Estudios	secundarios			
7. Nivel de formación del en	mpresario		Estudios primarios				
			No sabe o No contesta				
8.¿Usted se capacita period	dicamente para	un meior	Si				
desempeño labora	=		No				
P				dad y finanzas			
			Técnicas comerciales y marketing				
9.¿Le Interesaría capacitars	ea esnecífica?	Informática e internet					
5.CEC Interesaria capacitars	ca especifica:	Gestión y Administración					
		Ninguna de las Areas					
			Falta de				
				sahchi:			
10.Razones de no asistenci	n nrofesional	No adaptados a sus necesidades Desconocimiento de oferta					
TOWATOMES HE HO ASISTEMA	i profesional						
			interés de los em	ipicauus			
			Otra				

11. Actitud del	Participa activam	ente en la toma	de decisiones	SI SI	☐ NO			
microempresario	Usted se orienta	al enfoque cultu	☐ SI	☐ NO				
frente al	Muestra indifere	ncia a la gestión	☐ SI	☐ NO				
negocio	Piensa que NO ha	ay nadie, que lo	remplace	☐ SI	☐ NO			
	d) PERFIL DE LA MICROEMPRESA							
				Menos	de 10 años			
	10 a 20 a	iños						
12. Antigüedad de la micro	20 a 30 años							
	30 a 40 a	ños						
				Mas de 4	10 años			
				> 100 m2				
				🔲 70 - 100 m	2			
12 Cumarficia dal actablaci	mianta			30 - 70 m2				
13.Superficie del estableci	imento			10 - 30 m2				
				< 10 m2				
				No sabe				
14. ¿Ha realizado algun tip	oo de mejora	Construccio	n de nuevo Loca	al Comercial				
en el local comercia	alen los últimos	Ampliación	del Local Come	rcial				
3 años?		Mejora del	local Comercial					
		Ninguna Ninguna						
15. Bosonsión de avude de	Si ha recibido							
15. Recepción de ayuda de	esue auministrati	ion publica		No ha recibido				
	Linea Telefónica			☐ SI	☐ NO			
	Maquina de Fax			☐ SI	☐ NO			
	Computador		☐ SI	☐ NO				
16. Cuenta la empresa con:	Conexión a Inter	net	☐ SI	☐ NO				
	Correo electroni	ico de la empre	☐ SI	☐ NO				
	Correo electroni	ico del Director	SI	□ NO				
	Sitio web		 SI	 □ NO				
				Propio				
17.Propiedad del local con	nercial			Alquilado				
				1 - 3 emple	ados			
				4 - 5 empleados				
18.Total personal emplead	do			6 - 10 empleados				
				11 - 15 em				
				> 15 emple				
		Empeorado	la situación	. — ·				
19.¿Cuál es su percepción	acerca de la	Situacion e						
situación comercial en est								
		No opina o		nal y agradable				
	y Promociones							
20.¿Cuál considera el facto	el surtido							
· · · · · · · · · · · · · · · · · ·				calidad/precio				
Otras carac				•				

21.¿Cuál considera usted	Presión fiscal				
el principal problema	Atraccion de los grandes centro de expendio de productos AKI,TIA, SANTA MARIA,ETC.				
que afecta a su	Dificultad de financiación				
negocio?	Falta de formalidad				
	Alto vólumen de morosos				
	Otros problem	nas	Cuál		
22.¿Ha tenido usted dificultad	al momento d	e obtener	Si ha tenido dificultad		
financiamiento para adquisició	n de mercadei	ría ?	No ha tenido dificultad		
			Recursos Propios		
			Bancos Privados		
			Proveedores		
			Bancos Públicos		
23.¿Como se financia?			Programas Públicos		
			Fundaciones Prestamistas		
			Créditos de consumo (tarjetas de credito)		
			Otros		
24 : Of year all complete de toyiet	an de avadita?		Si ofrece		
24.¿Ofrece el servicio de tarjeta	as de creditor		☐ No ofrece		
25 : Dortonoco olgun gramio o	acaciación?		Si pertenece		
25.¿ Pertenece algun gremio o	asociacions		☐ No pertenece		
		Importe de	cuotas		
26. Cual es Razón de NO PERTE	NECER	Altas exige	ncias		
a ningun gremio o asociación		Experiencia	a negativa		
No cubre ir			ntereses		
27Obserbaciones, recomenda	ciones o suger	encias:			
	<u> </u>				

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

3.5. Instrumento

El cuestionario sirvió como instrumento de análisis, y fue estructurado por cuatro secciones diferentes: la primera sección se utilizara para conocer, la Información básica o datos generales de la microempresa y microempresario; la segunda sección con tres preguntas de inicio o de filtro, para identificar a las Microempresas y diferenciar a las Pequeñas y Medianas empresas por sus características generales; la tercera sección, para conocer y definir el perfil de microempresario/ría del cantón Cayambe; la cuarta sección, nos permite conocer el perfil de la microempresa.

3.6. Diseño de la muestra

El diseño muestral comprende el proceso de selección y el cálculo del tamaño de la muestra. Implica un conjunto de operaciones y reglas, llevadas a cabo en diferentes pasos, orientados a establecer con base en las características de la población y los objetivos del estudio, el método de muestreo a utilizar y la cantidad de elementos a tomar en la muestra, de forma que se pueda inferir los resultados obtenidos a la población de estudio(Instituto Nacional de Aprendizaje, 2007, pág. 28).

a) Cobertura geográfica

La investigación abarco el sector comercial del cantón Cayambe.

b) Universo a investigar

El universo a investigar incluyó a las microempresas formales cuya actividad económica es el Comercio considerándose para tales efectos los que están dedicados a la compra y venta de productos. Según el Departamento de Rentas del GAD del Cantón Cayambe, el número de establecimientos aproximados (que llevan contabilidad) que constan en su base de datos es de 240 MIPYMES, que están dedicados a la producción y comercialización de diferentes líneas de artículos y productos, por lo cual se tomará a éste número de establecimientos para aplicarse una fórmula estadística para extraer la muestra.

c) Marco muestral

Se utilizó como marco muestral el último Censo Económico realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en 2010. Adicionalmente, fue complementado por el número de establecimientos que llevan contabilidad que nos proporcionó el Departamento de Rentas del GAD de Cayambe.

d) Unidad de observación

La unidad de observación fue el propietario principal o conductor de la microempresa seleccionada.

e) Tipo de muestreo

El tipo de muestreo empleado fue probabilístico, sistemático y estratificado. Probabilístico porque las unidades de muestreo fueron seleccionadas mediante métodos aleatorios que permiten efectuar inferencias de la población sobre la base de la teoría de las probabilidades; sistemático porque se seleccionó al azar un elemento de los primeros K elementos en el marco y después cada K-ésimo elemento (una muestra sistemática generalmente se extiende más uniformemente sobre la población); y estratificado porque previamente a la selección, la población en estudio se dividió en tres estratos, micro, pequeñas y medianas empresas, tomando como variable de estratificación el número de trabajadores"(OIT, 2001, pág. 75), volumen de ventas y el volumen de activos. Para reducir más la muestra se subdividió en tres estratos, microempresas del sector manufacturero, microempresas del sector comerciales y microempresas del sector de servicios.

f) Determinación del tamaño de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente relación:

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

N= tamaño de la población = 240

n= tamaño de la muestra

 σ = desviación estándar = 0,5

Z= nivel de confianza = 1,65

E = error = 10%

$$n = \frac{240 \cdot (0.5)^2 \cdot (1.65)^2}{(240 - 1) \cdot (0.1)^2 + (0.5)^2 \cdot (1.65)^2}$$

$$n = \frac{240 \cdot (0.25) \cdot (2.7225)}{(239) \cdot (0.01) + (0.25) \cdot (2.7225)}$$

$$n = \frac{163.35}{2.39 + 0.6806}$$

$$n = \frac{163.35}{3.0706}$$

n= 53.1981

El tamaño de la muestra en el cantón Cayambe es de 53 establecimientos, que componen en tejido empresarial

g) Procedimiento de selección

Una vez determinado el tamaño de la muestra (53 establecimientos), se procederá a la realizar las dos estratificaciones:

*La Primera estratificación.-se realiza estratificando laMicro, Pequeña, Medianas y la gran empresa en el Cantón Cayambe con el porcentaje que nos proporciona el INEC en su último Censo económico 2010:

Tabla 2 Número de establecimientos a censarse por tamaño

MyPiMES	Nº de Establecimientos	Porcentaje de Empresas Nacional por Por Tamaño(fuente INEC)	A CENSARSE	
Micro Empresas		95.4%	51	MICROEMPRESA
Pequeña Empresa	53	0.6%	0	
Mediana Empresa		3.8%	2	
Gran Empresa		0.2%	0	
TOT	TALES	100.00%	53	

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

**Segunda estratificación.- Una vez determinado el número de establecimientos a censarse por tamaño (51 microempresas), se procede a la segunda estratificación por sectores, Manufactura, Comercio y Servicios microempresas del sector

manufacturero con el porcentaje que nos proporciona el INEC en su último Censo económico 2010:

Tabla 3 Numero de microempresas a censarse por sector en Cayambe

Microempresas Según el sector	Nº de Establecimientos	Porcentaje de Establecimientos Por Sector(fuente INEC)	A CENSARSE	
Manufactura		9.5%	5	
Comercio	51	55.6%	28	COMERCIO
Servicios		34.7%	18	
Otros		0.2%	0	
T O T A	L E S	100.00%	51	

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

Resumen:

Se concluye que son 28 microempresas o establecimientos donde se aplicaran las encuestas.

Datos:

n = 53

% Total de Microempresas nivel Nacional=95,4%

% Establecimientos del sector Comercial =55,6%

FORMULA:

Microempresas de Sector Comercial	l=	n	X	Total de X	Porcentaje Establecimientos Microempresas a nivel Nacional	Porcentaje de del Sector Comercial
Microempresas del Sector Comercial Microempresas del sect				X 95.4% al = 28	X	55.6%

h) Muestra realizada:

La Muestra de la presente investigación, da un resultado total de 28 microempresas formales del Sector comercial para la aplicación de encuestas.

CAPÍTULO 4

DESCRIPCIÓN, TABULACIÓN, ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

4.1. Tabulación e interpretación de los resultados

A continuación se presenta un informe de los resultados obtenidos, a través del cuestionario dirigido a los microempresarios, con base a una descripción, tablas estadísticas, gráficos, análisis e interpretación de resultados, contrastando la realidad observada.

Pero para ello partiremos del siguiente proceso:

- a) Descripción.- permitirá hacer una breve introducción de cada una de las preguntas con el fin apreciar las características más notables que el investigador desea analizar.
- b) Tabla de datos.- en algunas preguntas nos permitirá describir las opciones de respuesta, la frecuencia, y la relación porcentual con el número total de los establecimientos encuestados.
- c) Figuras.- permite realizar la representación gráfica de algunas preguntas. Para el estudio se eligieron varios tipos de figuras, de tal manera que permitan representar de mejor manera la información. La representación gráfica se realizó mediante diagramas, burbujas, barras, circulares, etc. Según el criterio del investigador.
- d) Análisis e interpretación.- consistirá en una descripción breve de los resultados arrojados del estudio a través de tablas y figuras, más la información que el investigador considera importante, tomados por la observación directa y por otras fuentes de investigación de (comentarios, sugerencias o problemas), para analizar e interpretar los resultados, de manera que nos permita conocer la situación actual de las microempresas.

4.2 Preguntas de filtro, para diferenciar a las micro, pequeñas y medianas empresas

Para el estudio se elaboraron tres preguntas de inicio, que nos servirán para clasificar, e identificar, a la Micro, Pequeña y mediana empresa (MIPYMES) y filtrar solamente a las microempresa. Para evitarnos el llenado del cuestionario y pérdida de tiempo y recursos.

El cuadro que nos proporciona el Ministerio de Industrias y Productividad, será de mucha utilidad para clasificar y determinar si los Establecimientos cumplen o no las características principales de la Microempresa.

Tabla 4 Clasificación de la MIPYME en Ecuador

Variables	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	MEDIANA EMPRESA
Número de Empleados Efectivos	1-9	10-49	50-199
Valor Bruto de las Ventas Anuales			
(U\$\$)*	≤ 100.000	100.000-1.000.000	1.000.000-5′000.000
Volumen de Activos (U\$\$)*	≤ 100.000	100.000-750.000	750.000-4′000.000

Fuente: MIPRO.

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

Resultados:

Resultados de la encuesta aplicada a los propietarios o emprendedores de las microempresas formales, relacionadas con el sector comercial en la ciudad de Cayambe, en esta sección se presentan, los datos que fueron levantados en el trabajo de campo realizado.

4.2.1. Pregunta Nº 1. Número de empleados

Descripción:

Nos permite identificar el número de personas que trabajan en cada establecimiento y si se encuentran dentro de los parámetros detallados para las Micro, Pequeña y Mediana Empresa, conocer e identificar el número establecimientos que cumplen la primera característica de la microempresa que es tener de 1 a 9 trabajadores.

Tabla de datos:

Tabla 5 Pregunta Nº 1. Número de empleados

RESPUESTAS	Fr.	%	
1 - 9 EMPLEADOS	30	94%	Microempresa
10 - 49 EMPLEADOS	2	6%	Pequeña Empresa
50-199 EMPLEADOS	0	0%	Mediana Empresa
TOTAL	32	100%	

Fuente: Encuesta a Microempresarios Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación:

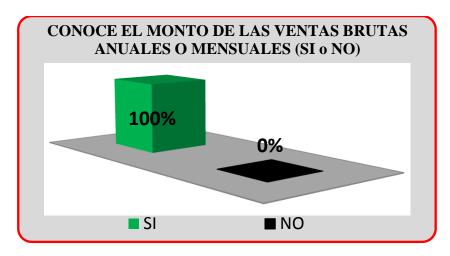
Mediante la información recopilada a las MIPYMES formales del sector comercial del cantón Cayambe, se puede observar que el 97% de establecimientos posee, de 1 a 9 empleados lo que demuestra están dentro de los parámetros de una microempresa, mientras el 6% restante posee de 10 a 49 empleados lo que demuestra que están dentro de los parámetros de la pequeña empresa.

4.2.2. Pregunta Nº 2.Conoce el monto de las ventas brutas del año □ o del mes □ pasado (SI o NO)

Descripción

Identifica si los propietarios conocen o no el monto de las ventas brutas anuales o mensuales y comparar si los establecimientos se encuentran dentro de los parámetros detallados para las Micro, Pequeña y Mediana Empresa e identificar el número establecimientos que cumplen la segunda característica.

Figura 22 Pregunta Nº 2. Conoce el monto de las ventas brutas del año \Box o del mes \Box pasado (SÍ o NO)



Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que el 100% de las MIPYMES del sector comercial del cantón Cayambe SÍ Conocen el monto de sus Ventas Brutas Anuales.

4.2.3. Pregunta Nº 2. Conoce el monto de las ventas brutas del año \square o del mes \square pasado (Valor de las ventas brutas anuales (U\$\$)*)

Descripción

Identifica el valor de las Ventas Brutas Anuales o mensuales y comparar que establecimientos se encuentran dentro de los parámetros detallados para las Micro, Pequeña y Mediana Empresa, conocer e identificar el número establecimientos que cumplen la segunda característica de la microempresa que establece que el valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América(Para establecer el resultado en forma anual se multiplicara el valor mensual por 12 meses).

Tabla 6 Pregunta N° 2. Conoce el monto de las ventas brutas del año \square 0 del mes \square pasado (valor de las ventas brutas anuales $(U\$\$)^*$)

RESPUESTAS	Fr.	%	
≤ 100.000	28	88%	Microempresa
100.OOO-1.000.000	4	13%	Pequeña Empresa
1.000.000-5.000.000	0	0%	Mediana Empresa
TOTAL	32	100%	

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

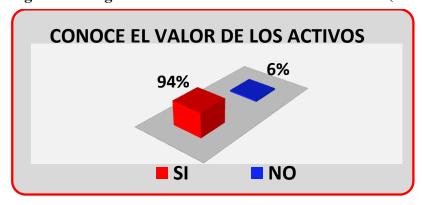
Mediante la información recopilada a las MIPYMES formales del sector comercial del cantón Cayambe, se puede observar que el 88% de establecimientos tienen un Valor de Ventas Brutas Anuales inferiores o iguales a 100.000 Dólares, lo que demuestra están dentro de los parámetros de una microempresa, mientras el 13% de los establecimientos está en un Valor de Ventas Anuales comprendidos entre100.000 a 1.000.000 Dólares lo que demuestra que están dentro de los parámetros de la pequeña empresa.

4.2.4. Pregunta Nº 3. Conoce el valor de los activos (SÍ o NO)

Descripción

Nos permite identificar y conocer si los propietarios conocen o no el Valor de sus Activos y comparar que establecimientos se encuentran dentro de los parámetros detallados para las Micro, Pequeña y Mediana Empresa, además nos permite identificar el número establecimientos que cumplen la tercera característica de la microempresa que establece que el valor de los activos deben ser inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América.

Figura 23 Pregunta Nº 3. Conoce el valor de los activos (SÍ o NO)



Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que el 94% de las MiPyMESformales del sector comercial del cantón Cayambe, SÍ Conocen el Valor de sus Activos, mientras el 6% restante de los establecimientos NO conocen el Valor de sus Activos.

4.2.5. Pregunta N°3.Conoce el valor de los activos (volumen de activos (U\$\$)*)

Descripción

Nos permite conocer el Valor de los Activos e identificar cuales establecimientos están dentro de los parámetros establecidos para las MIPYMES y a la vez identificar y conocer el número de establecimientos que cumplen la tercera característica de la microempresa que se refiere a tener un volumen de activos de hasta cien mil dólares.

Tabla 7 Pregunta Nº 3. Conoce el valor de los activos (volumen de activos U\$\$)

RESPUESTAS	Fr	%	
≤ 100.000	28	93%	Microempresa
100.000-750.000	2	7%	Pequeña Empresa
750.000-4.000.000	0	0%	Mediana Empresa
TOTAL	30	100%	

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada a las MIPYMES formales del sector comercial del cantón Cayambe, se puede observar que el 93% de establecimientos tienen un Volumen de Activos inferiores o iguales a 100.000 dólares, lo que demuestra que los establecimientos, están dentro de los parámetros de las microempresas, mientras el 7% restante están en un entre un Volumen de activos entre los 100.000 a 750.000 dólares, lo que demuestra que están dentro de los parámetros de la pequeña empresa.

4.3. Preguntas para determinar el nuevo perfil del microempresario Cayambeño

Las siguientes preguntas permiten tener un diagnóstico general del microempresario y determinar ciertos rasgos, aspectos o características principales de los microempresarios con el fin de caracterizarlos.

4.3.1. Pregunta Nº 4.Edad del propietario

Descripción

La elección de la edad como un elemento para adelantar la conformación del perfil, obedece a que ésta es un aspecto determinante en dinámica laboral, sucesión, administración y toma de decisiones etc.

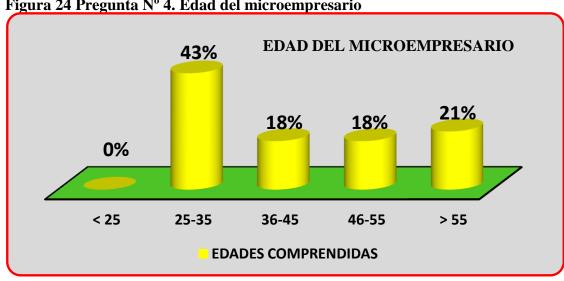


Figura 24 Pregunta Nº 4. Edad del microempresario

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que las microempresas comerciales en el cantón Cayambe, en su mayoría está dirigida por el emprendedor o propietario que oscila en el rango de edad entre 25 a 35 años con un 43%, seguido por las personas > a 55 años con un 21% repartiéndose de la misma forma para los rangos de 36 a 45 años y de 46 a 55 años con un 18% respectivamente. En resumen el Dueño de la microempresa esta en edades comprendidas entre los 25 a 35 años.

4.3.2. Pregunta Nº 5.Género

Descripción

Al analizar quien es el emprendedor/ra o propietario/ría de la microempresa se tiene que tomar muy en cuenta que los dos por naturaleza, ejercen diferentes formas de dirección y liderazgo en las organizaciones dependiendo también de otros factores dado que los hombres y las mujeres generan dinámicas diferentes, a las del hombre, por lo tanto el desarrollo de políticas es diferente y por ende su gestión.



Figura 25 Pregunta Nº 5. Género

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que la mayoría de microempresas del sector comercial en el Cantón Cayambe, están siendo dirigidas por hombres con un porcentaje del 68% del total de los establecimientos y el 32% restante de los establecimientos está siendo dirigidos por mujeres. En Resumen la mayoría microempresas son dirigidas por hombres.

4.3.3. Pregunta Nº6. Experiencia del microempresario antes de la fundación de la organización

Descripción

La experiencia previa puede influir en el éxito de la microempresa grandemente, así como en el proceso de crecimiento y consolidación, ya que el microempresario ha ido acumulando día tras día conocimientos que a futuro determinaran sus prácticas de gestión, las cuales se verán reflejadas en un modelo para la dirección de la empresa.

Figura 26 Pregunta Nº 6 Experiencia del microempresario antes de la fundación de la organización.



Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

a) Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que el 50% de los microempresarios había laborado con anterioridad en la misma empresa, esto se debe a que la mayoría son los mismos socios fundadores, el 29% de los microempresarios tiene experiencia previa en otras empresas y el 21 % restante manifiesta no poseer experiencia previa en otros negocios. En resumen la Mayoría de microempresarios había trabajado es esta misma empresa.

4.3.4. Pregunta Nº 7. Nivel de formación académica del microempresario

Descripción

Para los microempresarios es muy importante la formación académica, ya que gran parte de las ventajas comparativas provienen de la formación.

NIVEL DE FORMACIÓN DEL MICROEMPRESARIO No sabe o No 0% contesta **Estudios** 36% primarios **Estudios** 54% secundarios **Estudios** 11% universitarios **■** Estudios universitarios Estudios secundarios **Estudios primarios** ■ No sabe o No contesta

Figura 27 Pregunta Nº 7. Nivel de formación académica del microempresario

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

d) Análisis e interpretación

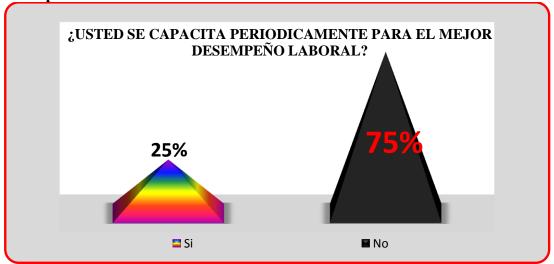
Mediante la información recopilada se puede observar que el 54% de los microempresarios del sector Comercial poseen estudios Secundarios, seguidos por un 36% de microempresarios que poseen Estudios Primarios, por otro lado tan solo el 11% de microempresarios poseen estudios Universitarios. En resumen podemos manifestar que la mayoría de Microempresarios poseen estudios secundarios.

Descripción

En las diferentes etapas del desarrollo micro empresarial, la capacitación periódica del microempresario y de quienes conforman la organización, es muy importante ya que permite el desarrollo de conocimientos, habilidades y aptitudes, con el fin de mejorar su rendimiento y el desarrollo de sus actividades.

Figura 28 Pregunta Nº 8. Usted se capacita periódicamente para un mejor

desempeño laboral



Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que la mayor parte de microempresarios, no se capacitan periódicamente con una cifra que alcanza el 75% y el resto de microempresarios que se encuentra periódicamente realizando cursos o actividades formativas alcanzan un porcentaje del 25%. En resumen se puede manifestar que los microempresario Cayambeños poseen baja capacitación laboral.

4.3.6. Pregunta N^{o} 9.Le Interesaría capacitarse en alguna área especifica Descripción

En las diferentes etapas del desarrollo empresarial, el microempresario desempeña un rol vital convirtiéndose en el cerebro de la organización encargado de pensar, tomar diferentes acciones y decisiones, para garantizar la subsistencia de la microempresa. Para ello el microempresario debe potenciar sus conocimientos habilidades y destrezas en diferentes áreas de conocimiento, ligadas a la dinámica empresarial dado que el mundo está en constante cambio.

¿LE INTERESARÍA CAPACITARSE EN ALGUNA AREA ESPECIFICA? Contabilidad y Finanzas **Tecnicas** Tecnicas Comerciales y Marketing Comerciales y Informatica e Internet /larketin Gestión y Administración Ninguna de las áreas Contabilidad y Gestión Administración; Finanzas; Informatica e **Vinguna** Internet 14%

Figura 29 Pregunta N º 9 Le interesaría capacitarse en alguna área especifica

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que los microempresarios demuestran un mayor interés de Capacitación, el área de Técnicas Comerciales y de Marketing con un 29%, repartiéndose de la misma forma para el área de Contabilidad-Finanzas y el área de Gestión- Administración con el 21 %, seguida por el área de Informática e Internet con un 14% y por último el 14% de los microempresarios No desean capacitarse en ninguna de las áreas. En resumen se puede manifestar que la mayoría de microempresarios muestran su deseo capacitarse en el área de Técnicas Comerciales y de marketing, pero desde mi punto de investigador sugiero que se capacite de una manera global en las diferentes áreas de gestión empresarial a todos los microempresarios.

4.3.7. Pregunta N° 10. Razones de no asistencia a capacitación profesional Descripción

De igual el microempresario posee varios recursos que deben ser utilizados pero para ello es necesario conocer la utilización de los diferentes métodos, técnicas e instrumentos etc. Pero que a causa de diferentes factores o inconvenientes, le impiden al microempresario desarrollarse convirtiéndose una limitante para mejorar su rendimiento y desempeño.

¿ CUAL ES LA RAZÓN DE NO ASISTIR A CAPACITARSE PROFESIONALMENTE? Otra 0% Falta de tiempo Falta de interés 0% No adaptados a sus necesidades Desconocimiento de oferta Desconocimiento de oferta 14% Falta de interés Otra No adaptados a sus necesidades 29% Falta de tiempo 57%

Figura 30 Pregunta Nº 10. Razones de no asistencia a capacitación profesional

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede determinar los motivos que hacen poco atractivo para el microempresario acudir a cursos y actividades formativas. La mayoría de microempresarios, aduce que 57% no asiste por falta de tiempo, EL 29% aduce que los cursos o actividades formativas no están adaptados a sus necesidades y tan solo el 14% manifiesta que desconoce la oferta de actividades de Capacitación. En resumen se puede manifestar que los Microempresarios no se capacitan por falta de tiempo, pero se tendría que buscar una solución para que estos se capaciten porque se hace necesario ampliar sus competencias.

4.3.8. Pregunta Nº 11.Actitud del microempresario frente al negocio Descripción

El tiempo al frente de la empresa, hace que el propietario o gerente genere ciertas actitudes respecto a la microempresa, las cuales se verán reflejadas en las prácticas de gestión, en su interés, su participación y su deseo por garantizar la supervivencia de la empresa.

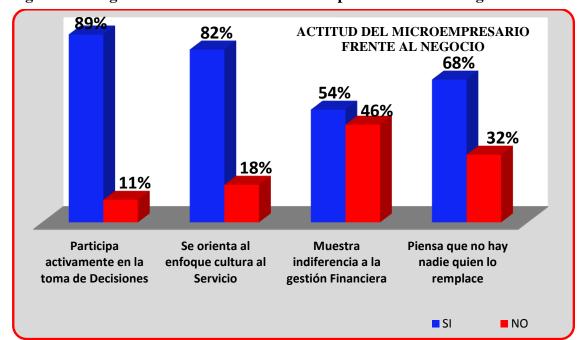


Figura 31 Pregunta Nº 11. Actitud del microempresario frente al negocio

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que el 89% de los microempresarios participa activamente en la toma de decisiones del negocio, el 82% se orienta a desarrollar un enfoque y cultura servicio al servicio al cliente en la organización y el desarrollo de productos competitivos, el 68% continua involucrado en la gestión de la organización y considera que siempre estará al frente del negocio, por lo tanto no hay nadie que lo remplace y el 54% es indiferente a la gestión financiera. En resumen se puede manifestar que el microempresario participa en la toma de decisiones, se orienta al enfoque cultura servicio, muestra indiferencia a la gestión financiera, y cree que nadie lo puede remplazar.

4.4. Preguntas para determinar el nuevo perfil de la microempresa del sector comercial en el cantón Cayambe

Facilita un Diagnóstico general de la microempresa y determinar ciertos rasgos, aspectos o características principales de la microempresa formal del sector comercial de Cantón Cayambe con el fin de caracterizarla.

4.4.1. Pregunta Nº 12. Antigüedad de la empresa

Descripción

La antigüedad de la empresa, permite medir historial de vida, observar cómo va evolucionando la microempresa a través del tiempo y el espacio. Y como la microempresa atraviesa, por diferentes edades, etapas o fases o procesos como: creación, crecimiento, madurez (consolidación) y declive (en ocasiones).

A NTIGÜEDAD DE LA EMPRESA

11%

39%

11%

4%

Menos de 10 años 10 a 20 años 20 a 30 años 30 a 40 años Mas de 40 años

Figura 32 Pregunta Nº 12. Antigüedad de la empresa

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que las microempresas comerciales en el cantón Cayambe se puede observar que la mayoría de microempresas poseen una antigüedad menor a diez años con un 39%, en segundo lugar se encuentran las microempresas cuya antigüedad se encuentra entre los diez a veinte años con un 36% del total de establecimientos, comparten el tercer las microempresas cuya antigüedad se encuentra entre los veinte a treinta años y aquellas que sobrepasan los 40 años, con un porcentaje del 14% y por último se encuentran las microempresas cuya antigüedad bordea los treinta a cuarenta años con un total del 4 % del total de establecimientos. En resumen La microempresa del sector comercial ha tenido un importante crecimiento en estas dos últimas décadas, supuestamente se deba al boom de la empresas florícolas de estas 2 últimas décadas.

4.4.2. Pregunta Nº 13. Superficie del establecimiento

Descripción

Cuando se considera las superficie del establecimiento se toma la zona útil que permite medir la exposición y venta al público, tomando muy en cuenta ciertos factores como: la ubicación, calle o avenida, frente de la propiedad, entorno, área de la propiedad, topografía del suelo, tráfico de personas (número de personas que circulan por la vía),tráfico de buses entre otros factores que incidirán en mayor o menor demanda y aceptación del mercado, para la presente pregunta se analizara la superficie de los establecimientos.

SUPERFICIE DEL ESTABLECIMIENTO

10 - 30 m2
7%

> 100 m2
25%

70 - 100 m2
30 - 70 m2
30 - 70 m2
10 - 30 m2

Figura 33 Pregunta Nº 13 Superficie del establecimiento

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada de las microempresa comerciales del sector comercial en el cantón Cayambe, puede observar que los establecimientos en su mayoría poseen dimensiones comprendidas entre los 30 a 70m² que alcanza un 36% del total de establecimientos, seguido aquellos cuyas dimensiones están entre los 70 a 100m² con un 32%, seguido por aquellos establecimientos cuyas dimensiones sobrepasa los 100m² con un 25 % y por último se encuentran aquellos establecimientos con dimensiones entre los 10 a 70m² con un 7%. En resumen la mayoría de microempresas están ubicados en establecimientos con dimensiones entre los 30 a 70 m² adaptados o adecuados en casas de familia, pero con locales pequeños (zona Útil) pero se hace conveniente explotar más su zona útil del establecimiento para aumentar los réditos económicos y ofrecer mejores servicios.

4.4.3. Pregunta Nº 14.Ha realizado algún tipo de mejora, en el local comercial, en los últimos 3 años

Descripción

Cuando se construye un proyecto inmobiliario (casas, edificios, departamentos, locales comerciales etc.) se invierten altas sumas de dinero que si a eso sumamos, los diferentes recursos y el costo de oportunidad, podría significar una inversión o un gasto para el microempresario. Por otro lado los técnicos en arquitectura manifiestan, que cuando se construyen cualquier tipo proyecto inmobiliario, este proyecto tiene que ser proyectado para 10 a 15 años. Luego de este tiempo el inmueble (edificación) perderá su valor. (Luego de este lapso se tiene proyectado la remodelación, adecuación, mejora o reconstrucción total).

En muchos de los casos por falta de un buen asesoramiento técnico, puede ocasionar la pérdida de recursos para los microempresarios, en adecuaciones o readecuaciones al poco tiempo de haber terminado de construir el inmueble, generando mayores costos y gastos por falta de asesoramiento es por eso que se busca analizar las mejoras en el local en los últimos 3 años para preveer posibles decisiones en el presente y futuro.

HA REALIZADO ALGÚN TIPO DE MEJORA, EN EL LOCAL COMERCIAL, EN LOS ULTIMOS 3 AÑOS

32%

Construcción de Nuevo Local Comercial

Ampliación Local Comercial

Mejora del local Comercial

Figura 34 Pregunta Nº 14. Ha realizado algún tipo de mejora, en el local comercial en los últimos 3 años

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada, de las microempresas del sector comercial en el cantón Cayambe, en los últimos tres años se empiezan a observar nuevas construcciones, mejoras y adecuaciones en los locales comerciales. Los Microempresarios en su mayoría se centran a realizar ampliaciones a los locales comerciales con un 32% del total de los establecimientos, por otro lado el 21% de microempresarios se centra en realizar reparaciones menores o mayores a los establecimientos y un 14% de microempresarios, han construido nuevo locales, por otro lado el 32% de los establecimientos no ha realizado ha realizado ninguna mejora, adecuación o reparación a los establecimientos. En resumen en los últimos tres años se están ampliando y realizando adecuaciones en los locales comerciales y empezando a construir nuevas edificaciones para lo cual es muy importante que a futuro se exploten de una mejora manera las zonas comerciales, siendo los Gobiernos AutónomosDescentralizados (GADs) y los profesionales de la rama de arquitectura, los encargados de asesorar y capacitar a los microempresarios en la construcción comercial para evitar la pérdida de recursos.

4.4.4. Pregunta Nº 15.Recepción de ayuda desde administración pública

Descripción

Las políticas públicas a través del gobierno se han convertido en el principal órgano de respuesta y de apoyo para las microempresas, por que por medio de sus diferentes líneas, programas y proyectos buscan reducir las brechas económicas políticas sociales y tecnológicas.

AYUDA DESDE LA ADMINISTRACIÓN PUBLICA

96%

49%

NO ha recibido

Figura 35 Pregunta Nº 15. Recepción de ayuda desde la administración pública

Fuente: Encuesta a Microempresarios Elaborado por: Marco A. Sandoval. V

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada del estudio se aprecia que el 96% de Microempresarios no ha recibido ayudas, ni subvenciones, ni apoyo desde la administración pública y que tan solo el 4% de microempresarios afirma haber recibido ayuda por parte de la administración pública. En Resumen no ha existido ayuda por parte del gobierno para los microempresarios del cantón Cayambe.

4.4.5. Pregunta Nº 16.Nivel de utilización de las herramientas tecnológicas

Descripción

El uso de las técnicas de información y comunicación (TIC), agregan valor a todas las actividades que realizan los microempresarios y el nivel de utilización de los diferentes medios se ha convertido en la clave para definir, que nivel de desarrollo tecnológico tiene una microempresa.

NIVEL DE UTILIZACÍON DE LAS HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS Sitio WEB 14% 86% Correo electrónico... 68% 32% Correo electrónico... 50% **50%** Conexión a Internet 50% 50% Computador 43% **57%** Máquina de Fax 39% 61% Linea Telefónica 93% 7% SI POSEE □ NO POSEE

Figura 36 Pregunta Nº 16. Nivel de utilización de las herramientas tecnológicas

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

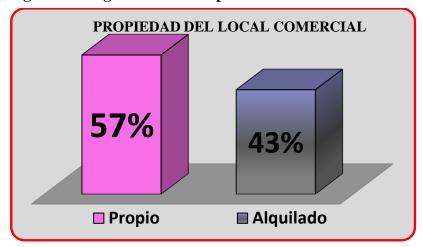
Mediante la información recopilada se puede observar que el 93% de establecimientos posee línea telefónica, 39% posee máquina de fax, 57% posee computador, 50 % posee, Conexión a internet y correo electrónico de la empresa, el 68% posee correo electrónico del dueño o gerente y que el 14% posee un sitio WEB. En resumen el nivel de Utilización de las TIC es medio.

4.4.6. Pregunta Nº 17.Propiedad del local comercial

Descripción

Es indispensable analizar la conveniencia del microempresario, de poseer o no la propiedad de un local comercial, ya que la compra o alquiler puede incidir directamente en la pérdida o beneficio que representa para el microempresario poseer o no el local comercial.

Figura 37 Pregunta Nº 17. Propiedad del local comercial



Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

d) Análisis e interpretación:

Mediante la información recopilada se puede observar que la mayoría de los microempresarios poseen un local propio, con un porcentaje del 57% del total de los establecimientos, mientras que el 43% de los establecimientos poseen un local arrendado. En resumen la mayoría de microempresarios poseen local propio, pero también la mayoría microempresarios No posee local propio ya que gran parte de ellos manifestaron que los arriendos son bastante especulativos y elevados.

4.4.7. Pregunta Nº 18.Total personal empleado

Descripción

Mediante esta pregunta podremos, identificar, el número de personal empleado en la microempresa del sector comercial.

TOTAL DE PERSONAL EMPLEADO POR LA MICROEMPRESA

61%

14%

0%

0%

1-3 empleados 4-5 empleados 6-10 empleados 11-15 empleados > 15 empleados

Figura 38 Pregunta Nº 18. Total del personal empleado

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

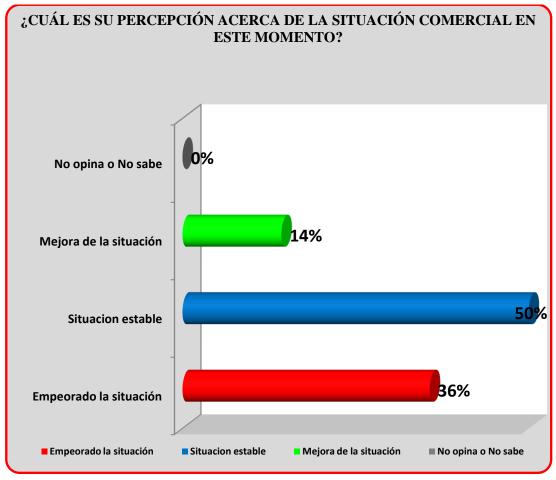
Mediante la información recopilada se puede observar que el 61% de las microempresas emplea entre 1 a 3 personas, el 25% de microempresas emplea de 4 a 5 personas y un 14% de establecimientos emplea entre 6 a 10 personas respectivamente. En resumen la mayoría de microempresas emplean de 1 a 3 personas.

4.4.8. Pregunta Nº 19.Cuál es su percepción de la situación comercial en este momento

Descripción

La percepción de los microempresario permite medir el nivel de confianza del sector comercial sobre la situación económica actual y futura del país.

Figura 39 Pregunta Nº 19. Cuál es su percepción de la situación comercial en este momento



Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

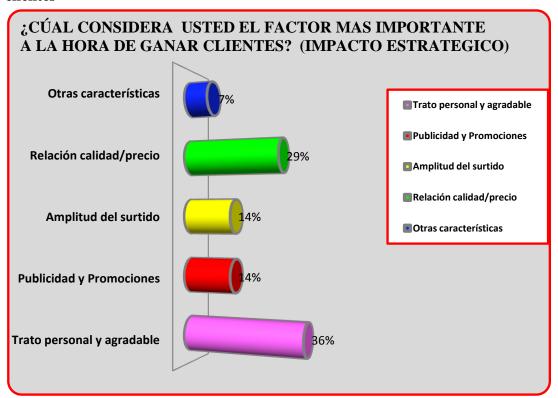
Con respecto a la información recopilada, La mayoría de microempresarios expresa que la situación comercial se mantiene estable con un 50% del total de los establecimientos, mientras el 36% de microempresarios opina que la situación comercial ha empeorado y tan solo un 14% de microempresarios expresa que la situación ha mejorado. En resumen la mayoría de microempresarios manifestaron que la situación se mantiene estable, pero también se tiene que analizar del porqué un alto porcentaje expreso que empeoro la situación, supuestamente se deba que ya se están sintiendo los estragos del ingreso de la competencia (grandes centros de expendio, mega-tiendas, etc.)

4.4.9. Pregunta Nº 20.Cuál considera el factor más importante para de ganar clientes.

Descripción

El impacto estratégico permite medir aquel resultado de aquellas acciones y estrategias emprendidas necesarias para alcanzar el éxito o para satisfacer las necesidades de los clientes.

Figura 40 Pregunta Nº 20. Cual considera el factor más importante, para ganar clientes



Fuente: Encuesta a Microempresarios Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Los Microempresarios consideran que el factor más importante para ganar clientes es el trato personal y agradable con 36%, seguido por la relación calidad precio que ofrecen los establecimientos en sus diferentes productos, además con similar porcentaje se encuentran la publicidad y promociones y otro factor como la amplitud de surtido con un14% y por se ubica se ubican otras características con el 7%.

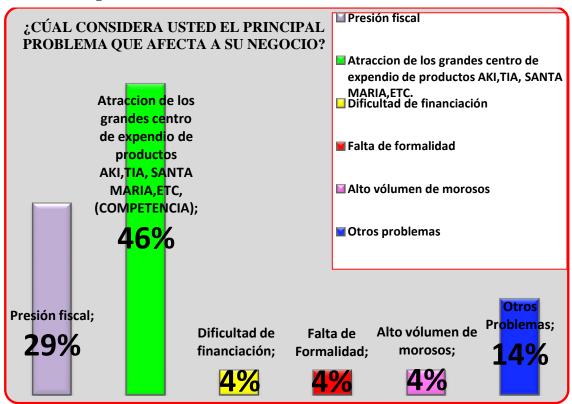
En resumen los microempresarios manifestaron que el factor más importante para ganar clientes es el trato personal y agradable.

4.4.10. Pregunta Nº 21.Cuál considera usted el principal problema que afecta a su negocio.

Descripción

Las microempresas todos los días atraviesan un sinnúmero de conflictos y dificultades que afectan el normal funcionamiento de la microempresa. Para ello se hace necesario, la búsqueda de soluciones mediante la identificación de las causas y efectos que originan aquellos problemas.

Figura 41 Pregunta Nº 21. Cual considera usted el principal problema que afecta a su negocio



Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

El 46% de los microempresarios cree que el principal problema que afectado a los establecimientos comerciales, es la competencia por la atracción de los grandes centros de expendio de productos como el TIA, AKI SANTA MARIA etc. Mientras el 31% de los microempresarios cree que otro problema que afectado grandemente a su negocios es la presión fiscal, seguido por el 14% que manifiesta que otros tipos

problemas afectan el normal funcionamiento de sus negocios y por último se ubica la dificultad de financiación, la falta de formalidad y el alto volumen de morosos con un 4%. En resumen: los microempresario manifiestan que la atracción de los centros grandes de expendio de productos, AKI, TIA, SANTA MARIA etc. (La competencia) ha sido el principal problema que afectado su negocio.

4.4.11. Pregunta Nº 22.Ha tenido usted dificultad al momento de obtener financiamiento para adquisición de mercadería.

Descripción

El acceso al financiamiento para los microempresarios, es muyimportante para el crecimiento, desarrollo y consolidación de la microempresa, donde la financiación se ha convertido en una herramienta que financia las operaciones y el normal funcionamiento del negocio por eso se hace necesario observar la dificultad de financiamiento que los microempresarios poseen al momento de adquirir mercadería.

¿HA TENIDO DIFICULTAD AL MOMENTO DE OBTENER FINANCIAMIENTO
PARA LA ADQUISICÍON DE MERCADERIA?

NO ha tenido
dificultad
71%

SI ha tenido dificultad

NO ha tenido dificultad

Figura 42 - Pregunta $N^{\rm o}$ 22. Ha tenido usted dificultad al momento de obtener financiamiento para la adquisición de mercadería

Fuente: Encuesta a Microempresarios Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación:

El 29% de microempresarios manifiesta que ha tenido dificultad al momento de obtener financiamiento para la adquisición de la mercadería y el 71% restante manifiesta que no ha tenido dificultad al momento de adquirir financiamiento.

4.4.12. Pregunta Nº 23.Líneas de financiamiento

Descripción

Las formas de acceso a servicios financieros (crédito, financiación, etc.) permiten a los empresarios elaborar diferentes estrategias, planes y proyectos tomando en cuenta que la financiación se ha convertido en una herramienta, que ayuda a canalizar los fondos para la gestión y funcionamiento de la microempresa.



Figura 43 Pregunta Nº 23. Líneas de financiamiento

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Con respecto a la información recopilada, el 32% de microempresarios manifestó que se financia a través de recursos propios, bancos privados y proveedores. En resumen los microempresarios se financian a través de recursos propios, bancos privados y proveedores.

4.4.13 Pregunta Nº 24.Ofrece el servicio de tarjetas de crédito

Descripción

Además de ofrecer un servicio adicional a las microempresas, las tarjetas de crédito se han convertido en una forma muy popular de pago o una forma para atraer y ganar más clientes.

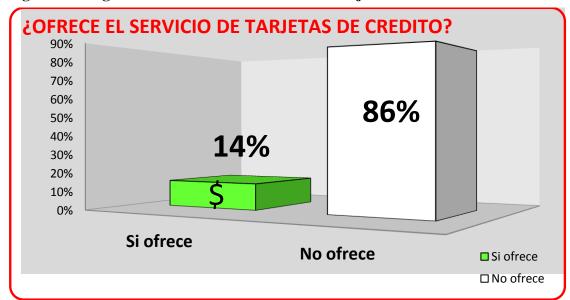


Figura 44 Pregunta N º 24. Ofrece el servicio de tarjetas de Crédito

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

Mediante la información recopilada se puede observar que la mayoría de microempresas analizadas NO ofrecen a sus clientes el servicio de tarjetas de crédito con un porcentaje del 86% y que solo un 14% de los establecimientos ofrece el servicio de tarjetas de crédito. En resumen la mayoría de Microempresarios no ofrecen el servicio de tarjetas de crédito.

4.4.14. Pregunta Nº 25.Pertenencia algún gremio o asociación

Descripción

Asociarse es esencial para los microempresarios por que se busca emprender acciones con el fin de solucionar sus diversos tipos de problemas y mediante la asociación se puede compartir recursos, mejorar sus medios de producción, obtener financiación emprender proyectos etc. Para los microempresarios puede marcar una diferencia entre fracasar o existir.

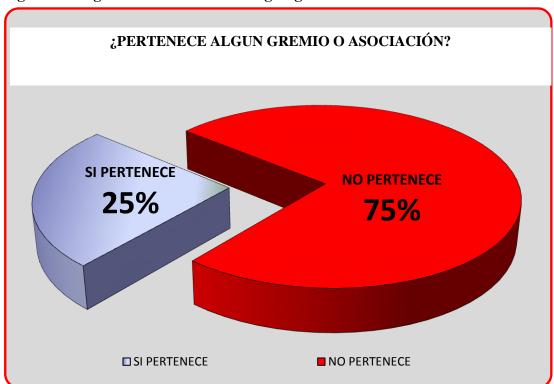


Figura 45 Pregunta Nº 25. Pertenece algún gremio o asociación

Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación:

Mediante la información recopilada a los microempresas el 75% de microempresarios mencionó el NO pertenece a ningún gremio o tipo de asociación, dato bastante representativo y el resto de microempresarios con un porcentaje del 25% manifestó que SÍ pertenece a una asociación o gremio. En resumen la mayoría de Microempresarios pertenece a ningún gremio o asociación.

4.4.15. Pregunta Nº 26.Cuál es la razón de no pertenencia a ningún gremio o asociación.

a) Descripción:

Nos ayudara a determinar los motivos y razones que hacen poco atractivo para los microempresarios, pertenecer a un gremio o asociación.

Figura 46 - Pregunta Nº 26. Cuál es la razón de NO pertenecer algún gremio o asociación



Fuente: Encuesta a Microempresarios

Elaborado por: Marco A. Sandoval. V.

Análisis e interpretación

La pregunta anterior va de la mano con las razones de no asociarse entre ellas y destaca que el 85,7% de los microempresarios no se asocian por que los gremios o asociaciones no cubren sus intereses y expectativas, un 9,5% de los encuestados manifestó que han tenido experiencias negativas y un 4,8% manifestó que una debilidad de los gremios y asociaciones es el importe de cuotas.

En resumen la mayoría de Microempresarios pertenece a ningún gremio o asociación por qué no cubre sus intereses y existe apatía a organizarse.

CAPÍTULO 5

PERFIL DEL MICROEMPRESARIO Y DE LA MICROEMPRESA

Los resultados de este estudio permiten elaborar un perfil de los actores que intervienen en la investigación, en este caso el perfil del microempresario y el perfil de la microempresa, dentro de la dinámica de las microempresas formales del sector comercial en el Cantón Cayambe.

5.1. Perfil del Microempresario

Los resultados obtenidos permiten hacer una descripción del perfil de este nuevo tipo de microempresario que corresponde al dueño de la Microempresa, con edades comprendidas entre 25 a 35 años, con mayor participación masculina, con experiencia en la misma empresa, con educación secundaria, con un nivel de capacitación baja, que no asistido a cursos de Capacitación y que su deseo es capacitarse en el área de técnicas comerciales y de marketing, pero no dispone de mucho tiempo para hacerlo, le gusta participar activamente en la toma de decisiones y muestra gran actitud frente al negocio.

5.2. Perfil de la Microempresa

El nuevo perfil de la Microempresa Formal del sector Comercial en el Cantón Cayambe, corresponden aquella microempresa que posee un nombre de identificación, un registro único de contribuyentes (RUC), posee, una antigüedad comprendida entre 1 a 20 años, este tipo de microempresas ejercen su actividad en establecimientos con una superficie entre 30 y 70 metros cuadrados, adaptados o adecuados a sus necesidades, que no han recibido ayuda desde la administración pública, con un nivel de desarrollo tecnológico bajo, con local propio en su gran mayoría, con un promedio de 1 a 3 empleados trabajando por establecimiento, con una percepción de la situación comercial estable, que considera al trato personal y agradable como un factor estratégico a la hora de ganar clientes, teniendo como principal problema a la competencia desleal, Este tipo de microempresas no tiene dificultad de financiación para adquirir la mercadería, se financia a través de bancos, recursos propios, proveedores, ofrece el servicio de tarjetas de crédito, y la mayoría de sus propietarios no pertenece a ninguna asociación porque creen que no cubren sus intereses.

CONCLUSIONES

- a.) La incursión de grandes marcas, franquicias y mega tiendas han generado una transformación en los hábitos de consumo de las personas en el Cantón Cayambe, donde varias de las microempresas y negocios han entrado en crisis, generando y ocasionando una batalla y guerra titánica entre grandes y pequeños entre quienes poseen más recursos frente a los que poseen menos recursos generando una competencia desleal y que muchos de estos negocios queden relegados, a eso se suma la falta de liderazgo, organización y visión, de los microempresarios y autoridades, que si no asumen las acciones necesarias y estratégicas pueden ocasionar que muchos negocios vayan a al Fracaso (quiebra), afectando gravemente al sector micro empresarial.
- b.) En los actuales momentos las técnicas de información y comunicación (TIC) están evolucionando a cada momento, donde el uso de los diferentes medios tecnológicos se están convirtiendo en una herramienta de trabajo esencial e indispensable para todas las empresas, pero más en los actuales momentos donde los microempresario deben asumir nuevos roles, diferentes estrategias y estar actualizado a uso de las TIC, porque puede significar un gran paso entre competir o sobre vivir entre el éxito o fracaso entre existir o morir.
- c.) Es preponderante que el MIPRO a través de la Subsecretaría de MIPYMES y Artesanías, Los gobiernos Seccionales y los Gobiernos Locales, promuevan acuerdos, tratados o pactos, que mejoren relacionamiento interinstitucional, en el diseño y ejecución de proyectos que ayuden a mejorar la economía de las familias y de los ciudadanos del cantón Cayambe. En respuesta a los requerimientosnacionalesque buscan el cambiode la matriz productiva, en tal sentido el mejoramiento de gestión de las microempresas traerá beneficios apreciables para todos y ayudará a mejorar la economía del país. Y en especial cuando los microempresarios Cayambeños afirman el no haber recibido apoyo desde los diferentes órganos del gobierno con programas o proyectos que ayuden a fortalecer su economía.

- d.) El Rol de los municipios o de los gobiernos locales también es importante para que aporten de manera efectiva al desarrollo económico del país, empezando desde lo local a lo nacional, aportando al desarrollo, fortalecimiento y crecimiento de las microempresas. Ya que los GADS son los encargados de la planificación, dirección, ejecución y control de las políticas públicas locales, con el fin de activar la economía. Por otro lado los municipios son los encardados dedotar de la instrumentación necesaria para que los microempresarios puedan desarrollarse y crecer, como por ejemplo:elaboración de ordenanzas, ubicación de las grandes Mega tiendas, normar los diferentes establecimientos, zonas comerciales, construcciones de locales, regulación de alquileres, capacitaciones, dotación de parques comerciales etc. De tal manera que les permitan fortalecer y reactivar la economía y no se centren solamente en la producción florícola.
- e.) Tomando como inicio la base del nivel de conocimientos de nuestros microempresarios. Y que el desarrollo de las Sociedades, la construyen las personas que la conforma, tenemos que reconocer que el microempresario Cayambeño cuenta con un bajo nivel de capacitación y con un bajo nivel de formación siendo también un factor que afecta a la pérdida de competitividad.

RECOMENDACIONES

Como parte final de esta investigación se definieron, las recomendaciones tomando muy en cuenta, que cada recomendación se realizó en base, a la relación que existe entre Conclusión-Recomendación, en respuesta a los requerimientos del sector micro empresarial del Cantón Cayambe:

- a. a) Se recomienda elaborar una ordenanza al GAD de Cayambe, que ordene y controle el ingreso de grandes mega tiendas y empresas para que se regularice los sitios, ubicación y normativa, donde se van a ubicar a futuro y se establezcan barreras de entrada con el ánimo de apoyar a los microempresarios, además se analice el lugar y ubicación donde se abrirán a futuro este tipo de establecimientos, con el fin de proteger a los pequeños negocios o microempresarios, por otro lado se sugiere a los microempresarios buscar las maneras de organizarse en gremios y asociaciones con el fin de crecer, cooperar y fortalecerse e ir buscando, diferentes estrategias que les permitan ser más competitivos.
- b. b) Se sugiere que los microempresarios, empiecen a familiarizarse y capacitarse en aspectos referentes, a las nuevas tecnologías, uso de tarjetas de crédito, uso de software en áreas empresariales, contabilidad, administración de inventarios, tecnificación de procesos, comercialización etc. Es decir que se involucren con uso, utilidad y funciones de la nueva tecnología, para poder desarrollar másel talento humano (conocimientos, habilidades y destrezas) y así lograr aprovechar, las múltiples ventajas, que se puedan obtener ,al hacer buen uso de las TIC, para que sus procesos sean más efectivos, eficientes y competitivos.
- c. c) Desde las diferentes instancias y sectores (Empresa privada, Academia; el estado) que conforman la sociedad ecuatoriana, se debería buscar diferentes formas de solución, a los problemas que existen en el sector micro empresarial y ahora que se hace más evidente la necesidad de apoyo a los microempresarios del Cantón Cayambe. Desde el sector público (Ministerio

de Industrias y productividad, desde la Subsecretaria de MIPYMES y artesanías) se debe ampliar la difusión y promoción de los programas y proyectos, descentralizar la información hacia los gobiernos locales y microempresarios, estableciendo giras informativas, de negocios, y de inversiones a nivel nacional, hacia todas las ciudades del país evitando sectorizar los proyectos en pocas ciudades. Permitiendo que cada una de las ciudades, puedancontar al menos, con un centro de desarrollo empresarial, uno de los proyectos más ambicioso que el MIPRO está proveyendo. Desde el sector de la academia con capacitaciones y asesorarías a través de incubadoras y consultoras de negocios. Desde el sector privado intercambiando su experiencia, errores y desaciertos.

- d. d) Se recomienda a los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados elaborar una ordenanza, que permita normalizarlas tarifas de los arriendos de las diferentes zonas y sectores, porque la mayoría de microempresarios indico tener un problema con las altas tarifas de arriendo que actualmente se les cobra en la sectorcomercial, además se sugiere brindar asesoría y capacitación, en construcción en sectores comerciales, a los dueños de los establecimientos. (De la conveniencia, de tener locales grandes o pequeños; zonas subutilizadas; lo que genera pérdida de tiempo y recursos para los microempresarios y dueños de los inmuebles; así también para los que están empezando a construir, para que se proyecten a futuro).
- e. e) Es por eso que se hace necesario la construcción de un nuevo centro de desarrollo empresarial permanente o un centro de estudios técnicos que busque generar emprendimientos, generación de empresas y negocios que generen valor agregado a sus productos, de manera que le permita a los microempresarios, ser más competitivos, manejar mejor sus negocios etc., y de esta manera adaptarse a los procesos evolutivos que la sociedad a diario enfrenta, con la revolución de la información.

LISTAS DE REFERENCIAS

Alvares, M., & Duran, J. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. San Salvador: Deutsche Gesellschaft.

Araque, W. (08 de diciembre de 2012). *Universida Andina Simón Bolivar*. Recuperado el 26 de diciembre de 2013, de Universida Andina Simón Bolivar: http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PyME_y_su.pdf

CIUDAD FUTURA. (17 de mayo de 2010). *Ateneo multicultural*. Recuperado el 03 de febrero del 2013, de http://ciudad-futura.net/2010/05/17/piramide-social/

Clase de Corredores Inmobiliarios. (2013). Quito, Pichincha, Ecuador.

Clase de Estadistica. (2011). Quito, Pichincha, Ecuador.

Clase de Investigación. (2010). Quito, Pichincha, Ecuador.

Clase de Microempresa. (2010). Quito, Pichincha, Ecuador.

ECUADOR, A. N. (2008). CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. Montecristi: ASAMBLEA NACIONAL.

FLACSO ECUADOR-MIPRO. (2013). Estudios Industriales de la micro pequeña y mediana empresa. Quito, Pichincha, Ecuador: FLACSO ECUADOR-MIPRO.

Freire, E. C. (26 de mayo de 2011). *Scribd*. Recuperado el 25 de noviembre del 2013, de © Copyright 2013 Scribd Inc.: http://es.scribd.com/doc/56383468/I-etnohistoria-de-Cayambe

GADC. (08 de febrero de 2012). *Cayambe Turismo*. Recuperado el 25 de noviembre de 2013, de Cayambe Turismo: http://www.mas.ec/cayambe/turismo/cayambe/historia.html

GADC. (08 de febrero de 2012). *Cayambe Turismo*. Recuperado el 25 de diciembre de 2013, de Cayambe Turismo: http://www.mas.ec/cayambe/turismo/cayambe/historia.html

Huamán, H. (2005). *Manual de tecnicas de Investigación*. (H. Huamán, Ed.) Recuperado el 25 de diciembre del 2013, de IPLADEES S.A.C: http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMAN%C3%8DSTICAS%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20BIBLIOTECO

LOG%C3%8DA%20Y%20CIENCIAS%20DE%20LA%20INFORMACI%C3%93N/01/Investigacion_Formativa/MANUAL_DE%20_TECNICAS_DE%20_INVESTIG ACION.pdf

Instituto Nacional de Aprendizaje. (01 de diciembre de 2007). *INA*. (K. Arce, & M. Villalobos, Edits.) Recuperado el 25 de noviembre de 2013, de INA: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0 CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ina.ac.cr%2Finstitucional%2Finstitucional%2Fguia_marvin_karen.doc&ei=hkqXUvqdM83AkQeJsIDwAg&usg=AFQjCNEs2 Rr8JXXsAdtel8oGz58ujVkEzg&bvm=bv.57155469,d.eW0

Kiyosaki, R., & Lechter, S. (2004). *El Cuadrante del FLUJO DEL DINERO* (Primera edición ed.). (F. Álvarez, Trad.) México: Editora Aguilar.

Mendéz, C. (2002). METODOLOGÍA Diseño y desarrollo del proceso de investigaccion. En C. Mendez, *METODOLOGÍA Diseño y desarrollo del proceso de investigaccion*. (Tercera edicion ed., págs. 141-142-143). Bogota: McGRAW-HILL INTERANERICANA, S.A.

MIPRO. (01 de mayo de 2013). *PRODUCEPYME*. Recuperado el 26 de noviembre de 2013, de PRODUCEPYME: http://www.producepyme.gob.ec/portal/index.php?module=Pagesetter&func=viewpu b&tid=1&pid=2

Ochoa, W. (2012). Legislación de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario (con concordancias). Quito: Centro de Investigaciones CIUDAD.

OIT. (2001). *ESTRATEGIA Y RACIONALIDAD DE LA PEQUEÑA EMPRESA*. Organización Internacional del Trabajo. Lima: Oficina Internacional del Trabajo.

Padilla, L. (08 de agosto de 2011). *AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMÉRICA*. Recuperado el 25 de noviembre de 2013, de AGENCIA PÚBLICA DE NOTICIAS DEL ECUADOR Y SURAMÉRICA: http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=81521

SENPLADES. (2013). *Plan Nacional de Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Pichincha, Ecuador: SENPLADES.

Solano, J. (2012). *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Recuperado el 25 de noviembre de 2013, de Observatorio de la Economía Latinoamericana: http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/jas.html

SRI. (01 de 01 de 2010). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 26 de noviembre de 2013, de Copyright © 2010 SRI: http://www.sri.gob.ec/web/10138/92 Vaquero, J. (17 de septiembre de 2007). *GËNEXXIS*. (J. Vaquero, Editor) Recuperado el 26 de noviembre de 2013, de https://docs.google.com/presentation/d/1D8IuMmthTXN40DxIha1PxWj3IUaD4YIP b349vuloe9I/edit?pli=1#slide=id.g172d07e6a_124

Web y Empresas. (21 de noviembre de 2013). *Web y Empresas*. Recuperado el 9 de diciembre del 2013, de Web y Empresas: http://www.webyempresas.com/definicion-de-emprendedor/