

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**

**“INFLUENCIA DE LA REMODELACIÓN DE
LA CALLE LARGA DE LA CIUDAD DE
CUENCA EN LOS NEGOCIOS UBICADOS
EN EL SECTOR, AÑO 2006.”**

**Tesis previa a la obtención del
Título de Tecnólogo en Administración de Empresas**

**Autor: Jorge Luis García Bacuilima.
Director: Ing. Fernando Barrera.**

**Cuenca – Ecuador
2006**

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo Jorge Luis García Bacuilima, con documento de identificación N° 1103692107, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de grado intitulado: **“Influencia de la remodelación de la calle Larga de la ciudad de Cuenca en los negocios ubicados en el sector, Año 2006”**, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: **TECNOLOGO EN ADMINISTRACION**, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

(Firma)



Nombre: Jorge Luis García Bacuilima

Cédula: 1103692107

Fecha: 21 de abril de 2016

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El autor declara que los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de su exclusiva responsabilidad y autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana el uso de la misma con fines académicos.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la Universidad Politécnica Salesiana, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Cuenca, 21 de abril de 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'JL García Bacuilima', written over a faint circular stamp or watermark.

Jorge Luis García Bacuilima

CI: 1103692107

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por el señor Jorge Luis García Bacuilima bajo mi supervisión.

**Ing. Fernando Barrera S.
DIRECTOR DE TESIS**

Dedicado a mis Padres: Bolívar y Ligia por su ejemplo y apoyo permanente.

Agradecimiento:
*Al Ing. Fernando Barrera S. por
su supervisión y apoyo del
presente trabajo.*

INDICE

Tema del trabajo de grado:.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	1
DELIMITACIÓN:.....	1
OBJETIVOS.	2
JUSTIFICACION E IMPORTANCIA	2
CAPITULO I.....	4
INTRODUCCIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA	4
CAPITULO II	7
ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR.....	7
2.1. LA EMPRESA:.....	7
2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	7
2.1.2. RECURSOS DE LA EMPRESA	11
2.1.3. ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA	12
2.1.4. LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE	14
2.2. POBLACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS UBICADAS EN LA CALLE LARGA	23
2.2.1 TABULACIÓN DE DATOS DE LAS EMPRESAS INDIVIDUALES DEL SECTOR CON PÉRDIDA DE VENTAS MENORES A \$2.500 EN EL MES POR CAUSA DE LA REMODELACIÓN DE LA CALLE LARGA	32
2.2.2. TABULACIÓN DE DATOS DE LAS EMPRESAS RELACIONADAS CON TURISMO CON FINES DE LUCRO.....	41
2.2.3 TABULACIÓN DE DATOS DE LAS SOCIEDADES CON FINES DE LUCRO.	48
2.2.4. TABULACIÓN DE DATOS DE LAS EMPRESAS DONDE LA ASISTENCIA ES OBLIGATORIA.	53
2.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	57
2.4. ANÁLISIS DEL IMPACTO.....	60
2.4.1. ANÁLISIS ECONÓMICO	64
2.4.2. ANÁLISIS FINANCIERO	65
2.4.3. ANÁLISIS ECOLÓGICO	67
2.4.5. ANÁLISIS POLÍTICO	72
CAPITULO III.....	73
VULNERABILIDAD DEL DINERO EN LAS OPERACIONES DE LAS EMPRESAS CUANDO TIENEN PROBLEMAS DE VENTAS POR FACTORES EXTERNOS.....	73
3.1 ACTIVOS CORRIENTES.....	73
3.2 ESTADO DE EFECTIVO	74
3.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	75
3.3.1. INGRESOS.....	76
3.3.2. GASTOS.....	76
3.4 PROBLEMAS DEL ADMINISTRADOR CON EL MANEJO DEL EFECTIVO	77
3.5 INVERSIONES TEMPORALES	78
3.6 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR A CORTO PLAZO	79
3.6.1. Crédito Comercial.	80
3.6.2. Crédito Bancario.	80
3.6.3. Pagaré.....	81

3.6.5. Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.....	82
3.6.6.- Financiamiento por medio de los Inventarios.....	83
3.7 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR A LARGO PLAZO.....	84
3.7.1. Hipoteca.	85
3.7.2. Acciones.....	85
3.7.3.-Bonos.	86
3.7.4.-Arrendamiento.	89
Conclusiones	90
CUADRO RESUMEN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	94
RECOMENDACIONES	96
BIBLIOGRAFÍA:	98
ANEXOS	100
ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS NO RELACIONADAS CON TURISMO.....	101
ENCUESTA APLICADA A EMPRESAS RELACIONADAS CON TURISMO	104

Tema del trabajo de grado:

“INFLUENCIA DE LA REMODELACIÓN DE LA CALLE LARGA DE LA CIUDAD DE CUENCA EN LOS NEGOCIOS UBICADOS EN EL SECTOR, AÑO 2006.”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

En la ciudad de Cuenca, durante el año 2006, se realizó la remodelación de la Calle Larga desde la Calle Padre Aguirre hasta la Av. Huayna-Cápac, siendo éstas realizadas para el mejoramiento y embellecimiento de la ciudad para los ciudadanos que en ella se encuentran, pero que esta obra ha perjudicado en las ventas de bienes y servicios a los empresarios y dueños de los negocios que se encuentran ubicados en este sitio, por que para poder realizar esta obra y por seguridad se ha impedido el acceso de vehículos y ciudadanos.

DELIMITACIÓN:

La investigación de la influencia en la economía de los negocios por la remodelación de la Calle Larga, en el año 2006, se la realizó a todos los negocios ubicados en la Calle Larga desde el tramo de la calle padre Aguirre hasta la Av. Huayna-Cápac por medio de un censo, las encuestas fueron aplicadas al 93,23% de la población, ya que el restante 6,77% representan a las empresas que no quisieron ser encuestadas, como también a las que se trasladaron y no fueron encontradas.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la influencia de la remodelación de la Calle Larga de la ciudad de Cuenca en los negocios ubicados en el sector, en el año 2006.

OBJETIVO ESPECÍFICO:

- Diagnosticar el problema, sus causas y consecuencias.
- Fundamentar teóricamente las causas y consecuencias del problema.
- Plantear soluciones al problema.

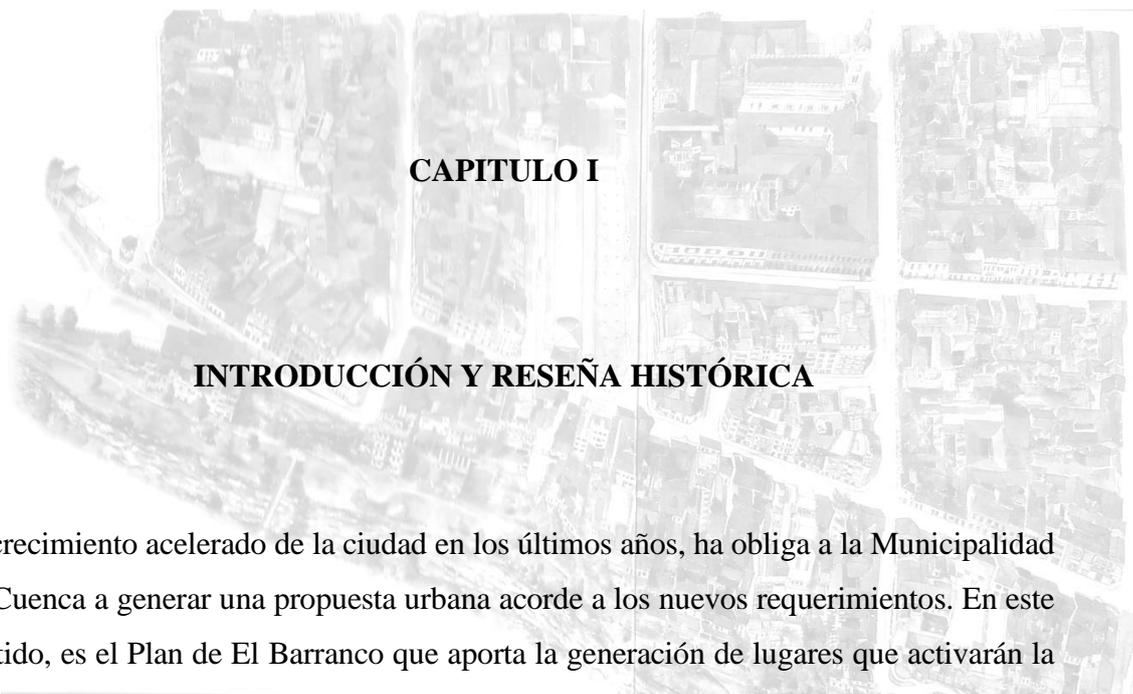
JUSTIFICACION E IMPORTANCIA

La Calle Larga y su ubicación junto al Barranco, una de las zonas más características de la ciudad, hace que se preste y se desarrollen proyectos urbanísticos de calidad, con fines de aprovechamiento turístico, comercial y arquitectónico

La remodelación de la Calle Larga desde el tramo de la calle Padre Aguirre hasta la Av. Huayna-Cápac, que consta de readoquinamiento, veredas, bordillos, obras hidrosanitarias, canalización telefónica, eléctrica, televisión por cable y semaforización, seguridad ciudadana, señalización y mitigación ambiental.

Todos saben también que una empresa es una parte de su medio ambiente, que el mundo de las empresas se desenvuelve actualmente y en el futuro de acuerdo a la lucha constante de incorporar personas líderes capaces de conquistar un mercado, pero ¿qué sucede, si se presentan otras causas o problemas como factores externos que no se conocían o no se pudieron planificar soluciones a tiempo?, es por eso que se realiza esta investigación para saber si las empresas ubicadas en este sector tuvieron pérdidas por este factor externo que es la remodelación de la Calle Larga, si

las empresas en sociedad tienen mejores soluciones y planificaciones que las de propietarios individuales cuando se presentan problemas como éstos, así como también determinar la importancia que tiene esta calle para Cuenca.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA

El crecimiento acelerado de la ciudad en los últimos años, ha obliga a la Municipalidad de Cuenca a generar una propuesta urbana acorde a los nuevos requerimientos. En este sentido, es el Plan de El Barranco que aporta la generación de lugares que activarán la ciudad, a través de la cultura y el intercambio comercial, lo que posibilitará el retorno de muchas familias al sector, ya que a lo largo de los últimos 20 años, los habitantes en El Barranco se han reducido en un 40 por ciento¹(*).

La propuesta se basa en los siguientes lineamientos:

- El mantenimiento y atracción de población a la zona.
- La recuperación del corredor ambiental del río Tomebamba.
- La preservación y rehabilitación del patrimonio cultural edificado.
- El fortalecimiento y creación de vínculos entre las dos plataformas de la ciudad (Centro Histórico y zona de El Ejido).
- La prioridad a la circulación peatonal, antes que la vehicular.

Dentro de esta propuesta se encuentra el proyecto de la Regeneración Urbana calle Larga, este proyecto es la remodelación de la calle y la ampliación de sus veredas para dar prioridad a la circulación peatonal, antes que la vehicular.

La Calle Larga y su ubicación junto al Barranco, una zona singular de Cuenca en donde se planifican proyectos urbanísticos de largo aliento.

¹ Fuente: “FUNDACIÓN EL BARRANCO”, Síntesis Plan Especial El Barranco de Cuenca

La calle Larga es una vía tradicional y turística de Cuenca en donde se recupera parte de su historia, como es el conjunto de viviendas, museos, iglesias y demás edificaciones tradicionales ubicadas junto a esta calle.

La calle Larga es una zona no solo turística, sino también en donde se ubican



Fotografía: "Fundación el Barranco", propuesta
ingresos.

empresas, negocios y organizaciones sin fines de lucro. Negocios que se ven afectados por la remodelación de esta calle, en la cual no pudieron o no planificaron soluciones para no verse afectados ya sean en sus ventas de productos y/o servicios que son la fuente de las utilidades y de sus

Nos muestra también que Cuenca es una ciudad asentada sobre otra. Si damos un recorrido por esta zona de remodelación observaremos nuestra arquitectura, pero sin darnos cuenta estaremos caminando sobre otra ciudad que fue del mundo KAÑARI y ahora cuencano, por lo que es atractivo para un recorrido turístico y un asentamiento comercial a lo largo de esta calle.

Muchos se preguntarán ¿Cuál es la otra ciudad en la que estamos asentados?, que en su particularidad indica diferencias, así: los kañaris son nuestros antecesores, defensores de su verdad y Lamar es el mariscal de nuestra independencia. Cuenca la "*Atenas del Ecuador*" tiene su propia historia, por que viene de una ciudad Incásica.



Al recorrer la Calle Larga se observa la arquitectura colonial de un pueblo, si nos detenemos por los museos que se encuentra en esta calle y principalmente del Banco Central del Ecuador observaremos restos arqueológicos de otra ciudad. Tomebamba es la ciudad inkásica que se funda sobre el Guapondeleg kañari, aquí nace Huayna-Cápac, según Garcilaso de la Vega, y creada por su padre, la convierte en la segunda ciudad de su imperio, aquí estuvo el Mullocancho y el palacio de Pumapungo que tanto admiraron los españoles entre ellos Cieza de León que describe maravillado de los aposentos reales de Tomebamba, esto aun y después de la destrucción ocasionada por Atahualpa. Por lo tanto, la historia y ahora llegan a formar una sola ciudad que es Cuenca, con una cultura; como una reliquia arqueológica, arquitectónica y cultural del Ecuador y del mundo.²(*)

² Fuente:

www.elmercurio.com.ec/web/titulares.php?seccion=PIIPF9t&nuevo_mes=05&nuevo_ano=2006&dias=22



CAPITULO II

ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR

2.1. LA EMPRESA:

Empresa es toda organización o grupo de personas que realiza actividades comerciales y/o industriales y que provee bienes y servicios para satisfacer las necesidades de las personas. Una empresa puede ser pequeña y estar manejada por una sola persona, como un taller de reparación de calzado, de tapices, de bicicletas, una pequeña tienda, Fabricantes de cajas de cartón, por ejemplo, podrían constituir empresas de medianas dimensiones. Hay también empresas industriales y comerciales enormes, como Coca-Cola, Microsoft, Sony, etc.

2.1.1. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Existen varios criterios para clasificar a las empresas; pero para efectos netamente administrativos, podemos ubicarlos bajo tres aspectos:

2.1.1.1. Por su actividad

- **Industriales:** son las empresas que transforman o modifican la materia prima para obtener productos terminados. Por ejemplo, fabrica de velas, fabrica de mermeladas.
- **Comerciales:** son empresas que su actividad es la compra y venta de productos terminados. Por ejemplo, almacenes, supermercados, tiendas, comercializadoras, importadoras.

- **Servicios:** son las empresas que ofrecen servicios a las personas, a través de sus habilidades o conocimientos profesionales. Por ejemplo, hospedaje, salud, educación, transporte.
- **Agropecuarios:** explotan los productos agrícolas y pecuarios. Por ejemplo, haciendas ganaderas, granjas, invernaderos.

2.1.1.2. Por el número de propietarios

Las empresas pueden dividirse según por el número de propietarios por la cual fue constituida, las cuales pueden ser:

- **Individuales:** son empresas que son constituidas por un solo dueño.
- **Sociedades:** son empresas que son constituidas por dos o más dueños llamados también como socios.

2.1.1.3. Por su constitución legal

La ley contempla las siguientes clases de compañías con personería jurídica:

a. COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO

Está formada por dos o más socios que realizan el comercio bajo una razón social, los que responden en forma solidaria e ilimitada en caso de quiebra, disolución o liquidación de la compañía.

Razón Social

Está integrado por el nombre de todos los socios o de alguno de ellos, con la agregación de la palabra "y compañía"

Capital Social (se rige con el de compañías anónimas)

Dividido en aportaciones, siendo necesario el pago de por lo menos el 50% del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, se dejará constancia de aquello con sus respectivos avalúos.

b. COMPAÑÍA EN COMANDITA SIMPLE

Está formada por uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

Razón Social

Corresponde al nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará las palabras "compañía en comandita" o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

Capital Social (se rige con el de compañías limitadas)

La Ley no determina su cuantía.

c. COMPAÑÍA EN COMANDITA POR ACCIONES

Está formado por socios solidariamente responsables y comanditarios.

Razón Social

Corresponde al nombre de uno o más socios solidariamente responsables, seguido de las palabras "compañía en comandita" o su abreviatura.

Capital Social (se rige con el de compañías anónimas)

La Ley no determina su cuantía.

d. COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Está formada por un mínimo de tres y máximo de quince socios, los que responden hasta por el monto de sus aportaciones individuales.

Razón Social

Al nombre asignado se deberá agregar las palabras "compañía limitada" o sus respectivas siglas Cía. Ltda.

Capital Social

Mínimo será de US \$ 400, dividido en participaciones, siendo necesario el pago de por lo menos el 50% de cada participación.

e. COMPAÑIA ANONIMA

Está formada por lo menos con dos o más accionistas, los que responden hasta por el monto de sus aportaciones.

Razón Social

Al nombre asignado, se deberá agregar las palabras "compañía anónima" o "sociedad anónima" o sus respectivas siglas C.A. o S.A.

Capital Social

Mínimo será de US \$ 800, dividido en accione

f. COMPAÑIA DE ECONOMIA MIXTA

Está formada por el Estado, las Municipalidades, los Consejos Provinciales y las Personas Jurídicas de Derecho Público o las Personas Jurídicas semipúblicas, podrán participar conjuntamente con el capital privado.

Razón Social

Al nombre asignado, se incluirá las palabras "economía mixta".

Capital Social

Mínimo será de US \$ 800.

2.1.2. RECURSOS DE LA EMPRESA

Los recursos de una empresa son todos los que se utilizan para su funcionamiento, ya que la productividad depende en gran parte de la función que desempeñen estos recursos y de su óptimo aprovechamiento.

Los recursos de la empresa se pueden clasificar de la siguiente manera:

- **Recursos humanos:** constituye el grupo de colaboradores que forman parte de la empresa. Por ejemplo, servicios generales, operarios, oficinistas, ejecutivos, directivos.
- **Recursos materiales:** todos los bienes tangibles que posee la empresa. Por ejemplo, máquinas, herramientas, bienes raíces, vehículos, materias primas, etc.
- **Recursos financieros:** representa el valor monetario de la empresa, propio o ajeno, para el desarrollo de sus actividades. Por ejemplo, dinero en efectivo, dinero en bancos, acciones, créditos, papeles de inversión.

- **Recursos técnicos:** constituyen el complemento para el funcionamiento de otros recursos. Por ejemplo, conocimientos técnicos, patentes, sistemas de información, sistemas de mercadeo, sistemas de producción.

2.1.3. ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Dentro de una empresa se desarrollan varias actividades, las cuales estructuran y definen su organización. La agrupación homogénea de estas actividades conforma las áreas funcionales básicas en la mediana y gran empresa.

Todas las áreas de la empresa son importantes, y cuando una falla incide en el funcionamiento de las otras, pues cada una tiene sus tareas propias claramente diferentes y definidas. Por tanto, una buena eficiencia en el proceso administrativo es fundamental para un crecimiento apropiado de la empresa.

2.1.3.1 Área de producción

Es la encargada de programar y desarrollar estrategias para la mejora continua de elaboración de productos.

Algunas de sus funciones son:

- Manejo de inventarios.
- Adquisición de materiales e insumos.
- Diseño del producto.
- Control de calidad.
- Programación de la producción.
- Organización del área de trabajo.
- Seguridad industrial.
- Mantenimiento.

2.1.3.2 Área de finanzas

El área de finanzas tiene que administrar todo movimiento de dinero y capital utilizado para el funcionamiento de la empresa.

Algunas de sus funciones son:

- Elaboración de presupuestos.
- Obtención de recursos.
- Control del manejo de dinero.
- Créditos y cobranzas.
- Análisis de costos.
- Inversiones.
- Tesorería
- Contabilidad general.
- Relaciones financieras.

2.1.3.3 Área de talento humano

Determina los medios adecuados para tratar individual y colectivamente a todos los colaboradores de la empresa, de tal manera que éstos contribuyan a alcanzar los objetivos y metas de la empresa.

Algunas de sus funciones son:

- Vinculación de personal.
- Desarrollo de personal.
- Gestión administrativa de personal.
- Remuneración.
- Relaciones laborales.
- Bienestar social.

2.1.3.4 Área de mercadeo

Desarrolla las actividades relacionadas con: Producto, Plaza, Promoción, Precio, como la distribución en el mercado de los bienes o servicios que produce la empresa, de manera que satisfaga las necesidades de los clientes.

Algunas de sus funciones son:

- Análisis de la competencia.
- Planeación del mercado.
- Políticas de ventas.
- Publicidad.
- Segmentación del mercado.
- Venta de productos y servicios.
- Exhibición comercial.
- Evaluación posventa.

2.1.4. LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE

2.1.4.1 La responsabilidad social de la empresa.

La empresa debe ayudar a los problemas de la sociedad por que forma parte de ella, no asumiéndolo como costos sino como inversión para un mundo delicado lleno de contaminación y de mala administración de recursos. Por esto, los dueños de empresas deben asumir una responsabilidad para solucionar los males sociales. Los problemas sociales si no se los resuelve son tan peligrosos que pueden acabar con la vida de la sociedad y de una empresa que forma parte de ella.

Luchar contra la contaminación ambiental y el despilfarro de recursos naturales con el fin de detenerla, fomentar el mejoramiento continuo de la cultura y las relaciones racionales, son factores que encabezan la lista de las grandes

necesidades sociales, sobre todo, en función de la globalización entendida como nueva condición humana.

¿Por qué acudir a los empresarios para solucionar los males sociales que sufrimos en pleno siglo XXI? Por que los empresarios tienen los conocimientos y la tecnología necesaria para detener la contaminación y la mala administración de recursos. Conocimientos y tecnología que la sociedad no posee.

2.1.4.2 Relación del medio ambiente con la administración

Lo que se encuentra fuera de una empresa e influye sobre ella se conoce como ambiente. Por ejemplo: la economía, las actitudes cambiantes de la clientela, los costos de inflación, la energía, los materiales y la mano de obra. Estos factores afectan y son afectados por la empresa y su administración.

Los factores ambientales incontrolables son:

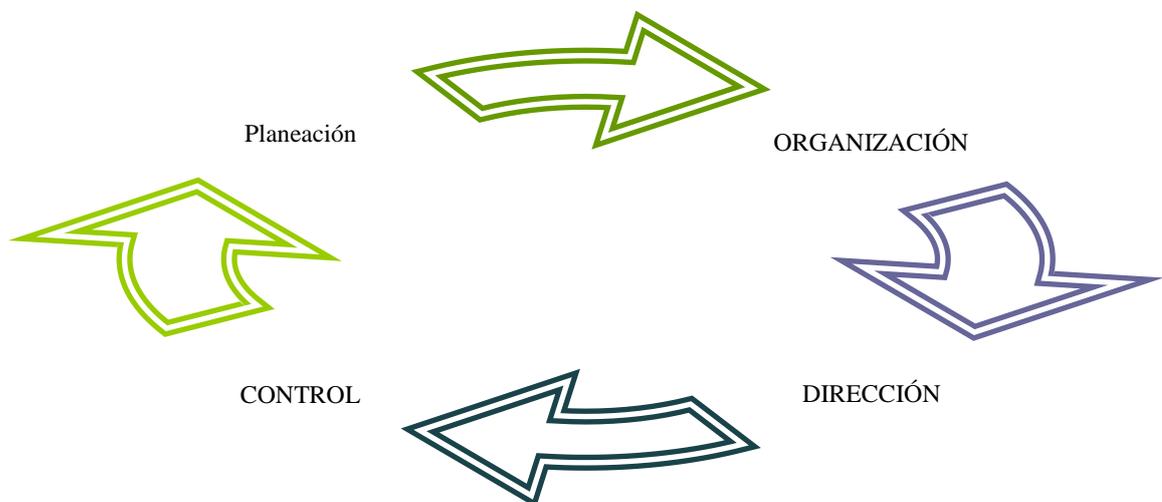
- **Factor económico:** incluye al sistema económico básico donde la empresa privada o pública se desarrolla. Por ejemplo, la empresa debe realizar un estudio sobre la inflación, de manera anticipada.
- **Factor político y legal:** los impuestos, la estabilidad política, a políticas de viabilidad, la efectividad de los grupos de presión, la protección policíaca, la existencia de restricciones al comercio, la flexibilidad de la ley y los cambios legales están entre los aspectos que incluye este factor.
- **Factor social:** abarca el estado social otorgado a las personas de la empresa, que es aceptable respecto a los logros personales en la cultura y la opinión común con relación a la riqueza.
- **Factor tecnológico:** se refiere a las formas para transformar los recursos en un producto o servicio. Incluye el descubrimiento y

uso de nuevos materiales, métodos y máquinas. Por ejemplo, el continuo avance tecnológico trajo consigo el surgimiento de las computadoras.

- **Factor educativo:** está compuesto por la actitud general hacia la educación, el nivel de alfabetización y lo práctico de la educación que se ofrezca.
- **Competencia:** es la situación especial en la que se hallan los mercados en la cual compradores y los vendedores establecen los precios e intercambian bienes y servicios.
- **Factor social y cultural:** el entorno social y cultural de un individuo influye directa o indirectamente en la conducta y comportamiento de los individuos.

2.1.5. EL PROCESO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

El proceso administrativo esta considerado como el conjunto de funciones, cada función tiene sus procesos dentro de la creación, desarrollo y mejoramiento continuo de un negocio. Los procesos administrativos están considerados como: plantación, organización, dirección y control.



2.1.5.1. PLANEACION

La planeación es la más importante de las funciones administrativas ya que determina los objetivos para la empresa y como es importante que todo el grupo de colaboradores estén identificados con los objetivos que se van a alcanzar. Por lo que la planeación trata de decidir ¿Qué hacer?, ¿Cómo hacerlo?, ¿Dónde hacerlo?, ¿Quién lo va hacer?, ¿Cuándo hacerlo?. En esencial da respuesta a todas estas interrogantes que están relacionadas con las áreas funcionales de la empresa. Los planes pueden ser de varios tipos:

- Plantación a corto, largo o mediano plazo, según el tiempo establecido del objetivo o meta.
- Plantación sobre el lugar o la zona geográfica en donde se establecerá la empresa.
- Planeación física, como equipo, la maquinaria de la empresa, la tecnología, etc.
- Planeación funcional involucra las áreas funcionales de la empresa.
- Planeación general, se realiza a la totalidad de una pequeña empresa.

2.1.5.1. ORGANIZACIÓN.

Organización es la disposición, arreglo y ordenación de las funciones, recursos y tareas de la empresa obteniendo una adecuada coordinación en la empresa con el fin de alcanzar el logro de los objetivos, permitiendo la unión y la coordinación de toda la empresa y al desarrollo de procesos como:

- Designación de funciones y tareas.
- Determinación de los niveles de jerarquía.
- Búsqueda y suministración de métodos de trabajo.
- Mejorar las relaciones entre los grupos de trabajo.
- Suprimir desperdicios.
- Define las líneas de autoridad.

- Define la estructura de la empresa.
- Agrupa y delimita las actividades de la empresa.
- División del trabajo.

2.1.5.2. DIRECCION.

Para que se den las actividades que resulten de los pasos de planeación y organización, es necesario ejecutar lo planeado, por medio de las acciones de liderar y dirigir ejecutadas por el gerente que tomara medidas que inicien y continúen las acciones requeridas para que los miembros del grupo ejecuten las tareas asignadas.

Dentro de las actividades de dirección se encuentran:

- Mantener las buenas relaciones humanas dentro del ambiente laboral.
- Conducir y retar a otros para que hagan su mejor esfuerzo.
- La motivación a los colaboradores de la empresa.
- La adecuada comunicación.
- La capacitación.
- Aplicar justicia y equidad en el sueldo de los trabajadores.
- Brindar a los trabajadores de la maquinaria y el equipo adecuado.
- Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.
- Mantener un control interno.

2.1.5.3. CONTROL.

Los gerentes y empresarios siempre han encontrado conveniente comprobar, vigilar, medir o realizar correcciones del rendimiento en las áreas o en los diversos niveles de la empresa, ya sea las actividades mas rutinarias y sencillas hasta las mas complejas y difíciles que realizan los colaboradores de la empresa, para asegurar que

el trabajo en la empresa esta desarrollándose en forma satisfactoria hacia los objetivos predeterminados y los planes ideados para su logro. El control tiene como fin encontrar los errores y debilidades de la empresa para luego arreglarlos o rectificarlos obteniendo así un mejoramiento continuo.

Cuando la planificación es clara, completa, veras y bien coordinada el control es mucho más eficiente.

Los tipos de control pueden clasificarse de acuerdo con el trabajo que se realiza:

- Control de desempeño.- trata sobre el estudio de tiempos y movimientos, asistencia e inspección del personal.
- Control de activos.- inventarios, contabilidad interna, protección de los bienes.
- Control de calidad.- normas que permiten el mejoramiento continuo del producto y del desempeño de la empresa.
- Control sobre el ejercicio de autoridad.- políticas directas, auditorias internas.
- Control sobre el desempeño del trabajo.- presupuesto, reportes, costos estándares.
- Control sobre las operaciones de la empresa.- pronósticos de ventas, presupuestos.
- Control sobre planes y programas.- políticas, comités.
- Control sobre la motivación del personal.- promociones, incentivos.
- Control de costos.- evaluación comparativa de precios actuales.

2.1.5.4. INTERRELACIÓN ENTRE LAS FUNCIONES

Las 4 funciones fundamentales de la administración tanto la planeación, la organización, la dirección y el control se encuentran entrelazadas e interrelacionadas, el desempeño de las funciones se encuentran en un proceso continuo y no cesan por completo, terminan o se mantienen antes que se inicie la siguiente. Y por lo general

no se ejecuta en una secuencia en particular y se ejecuta de acuerdo como lo exige la situación.

La secuencia debe ser adecuada al objetivo que se desea alcanzar, como en una empresa se pueden encontrar varios objetivos, por lo que se necesitara realizar cada uno por diferentes etapas. No realizar por etapas los diferentes objetivos puede dar deficiencia o falta de orden. Así como algunas funciones necesitan apoyo y ejecutarse antes que otras para ponerse en acción.

Como se dijo todas las funciones están interrelacionadas, como podemos especificar a continuación por ejemplo: La planeación esta involucrada en el trabajo de organizar, ejecutar y controlar, de igual manera los elementos de organizar se utilizan en planear, ejecutar y controlar con efectividad. Cada función fundamental de la administración afecta a las otras y por consecuencia todas están relacionadas para formar el proceso administrativo.

La esencia principal de la administración es alcanzar una meta propuesta que logre el desarrollo y crecimiento de la empresa hacia donde pretende llegar, esta característica depende fundamentalmente depende la persona que administra la empresa u organización.

2.1.5.5. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA DE LA VISIÓN, LA MISIÓN, LOS OBJETIVOS, LAS POLÍTICAS Y LAS ESTRATEGIAS.

Desde que nacemos nos encontramos en un mundo con una serie de reglas, normas pautas que se encuentran presentes en la familia, el colegio, la universidad, la iglesia, etc., que nos permiten interactuar en una sociedad para buscar el logro de un objetivo. Cuando un grupo de personas se unen interactuando y relacionándose ordenadamente buscando el cumplimiento de objetivos, esto en concepto se llama organización. Las organizaciones dependen de las personas para que las formen, para alcanzar su propia identidad.

LA VISIÓN

La visión es hasta donde queremos llegar, que haremos y que seremos en el futuro. Estas características dependen de quien o quienes administran la organización y la oportunidad que tienen de emprender una acción que les permita alcanzar resultados y la posibilidad de hacer empresa. La visión es la guía que debemos seguir, el lugar hacia donde proyecta llegar la empresa.

LA MISIÓN

La misión es todo lo que se realiza día a día para alcanzar la visión. En conclusión, es a lo que se dedica la empresa, lo que a largo plazo quiere lograr a través de la prestación de bienes o servicios, con qué recursos y por medio de qué manera se logran las metas y objetivos propuestos.

La misión determina como se debe guiar, conducir y gerenciar la empresa o negocio, pues orienta la forma propia de conducirnos hacia los objetivos. Pueden existir varios negocios o empresas que brinden los mismos bienes o servicios a la comunidad, pero lo que les hace diferente una de la otra es la visión y la forma específica de cumplir sus objetivos, por lo que a la organización se le identifica y siendo esta su carta de presentación ante el resto de organizaciones que se encuentran en el mismo ambiente donde se desarrolla.

Todo el grupo de colaboradores deben estar identificados, involucrados y motivados con la misión para que la realización de objetivos y metas propuestas se realicen en forma precisa.

LOS OBJETIVOS

Una vez definida la misión se requiere ponerse en práctica, para esto se formulan los objetivos que se deseen alcanzar en la organización en un plazo determinado, que

puede ser de corto mediano o largo plazo. Los objetivos deben ser realistas, concretos, claros, medibles y ubicados en el tiempo.

Las características de los objetivos deben ser:

1. **Concretos:** indicar con un verbo la acción que se pretende alcanzar de una manera veraz. Por ejemplo: aumentar 15% en ventas de la línea de ropa para dama.
2. **Claros:** especificar mediante con un ¿Cómo? o un ¿qué? se pretende alcanzar los resultados, y deben ser entendibles para todo el grupo de colaboradores que contribuirán a la realización del objetivo. Por ejemplo: hacer mayor publicidad, ofrecer bajos costos.
3. **Realistas:** deben ser objetivos que se puedan alcanzar. Por ejemplo: el aumento del 15% en las ventas, si se puede realizar por que el producto que ofrecemos ha obtenido prestigio por su calidad y contamos con excelentes vendedores.
4. **Ubicados en el tiempo:** se debe determinar en que tiempo y cuando se alcanzaran los objetivos. Por ejemplo: colocar otra sucursal de la empresa para el próximo año.
5. **Medible:** indicar una unidad de medida para verificar si el objetivo se esta cumpliendo o hasta que punto se ha realizado. Por ejemplo: el incremento de las ventas ha sobrepasado el 8% la primera semana, es factible sobrepasar la meta del 10%.

Los objetivos inapropiados e inadecuados pueden retardar el éxito de las operaciones en cualquier organización.

LAS POLÍTICAS

Una política es una forma particular de ordenar o imponer los valores que posee una empresa u organización para que los colaboradores lo adopten como una forma rutinaria, o criterio para actuar, dependiendo de la circunstancia en

la que se encuentre. Las políticas diferencian a la organización con respecto a otras del ramo o sector en donde se desenvuelve.

Las políticas pueden destinarse a las diferentes áreas funcionales de la empresa, hacia el producto que se ofrece, hacia los clientes, proveedores, etc. Por ejemplo: la selección de personal debe hacerse preferiblemente a personas que tengan experiencia en el cargo, los turnos de trabajo se realizarán de acuerdo con las necesidades de producción, las multas por atraso serán descontadas del sueldo.

ESTRATEGIAS

En una organización las estrategias son el conjunto del equilibrio entre recursos y destrezas, oportunidades y riesgos que se presentan en el mercado, políticas aplicadas en las diversas áreas de la organización con propósitos que se desean alcanzar que aseguren una decisión óptima en cada momento para lograr las metas y los objetivos que se plantea la empresa.

De esta manera, la estrategia se convierte en la forma para alcanzar tanto objetivos y metas como las políticas de una organización.

2.2. POBLACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS UBICADAS EN LA CALLE LARGA

En la mayoría de investigaciones se vuelve muy difícil el poder estudiar a toda la población ya que es un conjunto de individuos en los que se desea investigar un determinado fenómeno, este conjunto de individuos puede llegar a ser muy amplio. Si consideramos la definición de individuo que es una persona, un objeto, un suceso, un hecho, etc., en los que deseamos investigar un fenómeno. Por lo que en poblaciones muy amplias se debe adquirir una muestra, que es la toma de un grupo

de individuos escogidos al azar, la que debe tener en lo posible las características de la población.

Para el desarrollo de esta investigación no se tomo una muestra, ya que la población era pequeña y se decidió por censar a toda ella, encontrándose un total de 133 empresas y sus características las destacaremos a continuación. A la población se le dividió en dos grandes grupos empresas u organizaciones individuales y de sociedad.

Las empresas individuales que tuvieron una pérdida de ventas superiores a los \$2500 dólares americanos se les logro obtener su estimación en valores monetarios, mientras que las que tenían un valor superior no se les pudo obtener, como otras que se negaron a ser encuestadas, otras se trasladaron y no fueron encontradas, como se destaca en el cuadro a continuación.

Cuadro 1: Empresas y negocios individuales de la Calle Larga.	Nº
Empresas individuales encuestadas con pérdida de ventas inferior \$2500 mensual	81
Empresas individuales encuestadas con pérdida de ventas superiores a \$2500	16
Empresas negadas a encuestarse	3
Empresas trasladadas y no fueron encontradas	9
Total de empresas y negocios individuales	109

Las empresas en sociedad encontradas en la población por su actividad se detallan a continuación.

Cuadro 2: Sociedades sin fines de lucro ubicados en la Calle Larga.	
Museo	4
Escuelas	2
Instituciones privadas y del gobierno	8
Total	14
sociedades con fines de lucro	

Empresas de orden turístico	4
Empresas comerciales y de servicio	6
Total	10
TOTAL SOCIEDADES	24

Las empresas que se trasladaron o desaparecieron y no fueron encontradas se destacan según su actividad en el siguiente cuadro.

Cuadro 3: Empresas individuales que se trasladaron y no fueron encontradas	
1	Tienda (venta de víveres al por menor)
2	Restaurante pequeño.
3	Sastrería
4	Cantina
5	Radio técnico
6	Taller de audio y video
7	Un bar.
8	Peluquería
9	Heladería

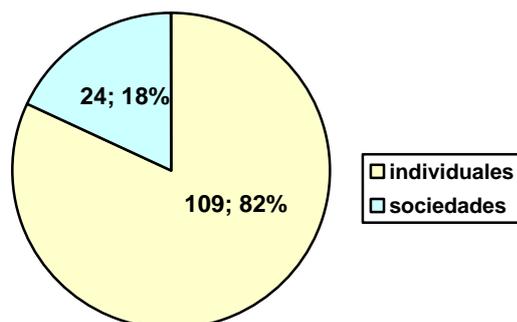
Las empresas del sector que representan el total de 133 entre las que se mantuvieron en el mismo sitio, se trasladaron y las que no fueron encontradas se dividen de la siguiente forma: empresas individuales con un porcentaje del 81,95% y las de sociedad con el 18,05%, como se destaca en el cuadro a continuación.

Cuadro 4: Empresas de la Calle Larga según su número de propietarios.

Empresas individuales	109	81,95%
Empresas en sociedad		18,05%

	24	
TOTAL DE EMPRESAS	133	

Grafico 1: Empresas de la calle larga según el número de propietarios.

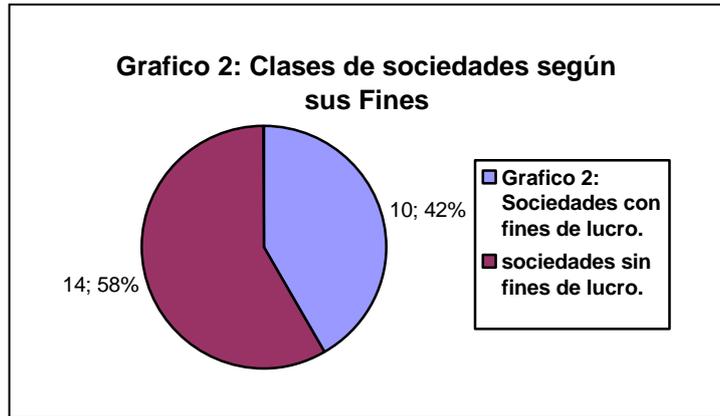


Fuente: el autor.

Las empresas en sociedad del sector se dividen en dos grandes grupos casi equitativos que son empresas con fines de lucro que representan el 41,67%, y sin fines de lucro con el 58,33%, como se destaca en el cuadro de abajo.

Cuadro 5: Sociedades según sus fines de lucro.

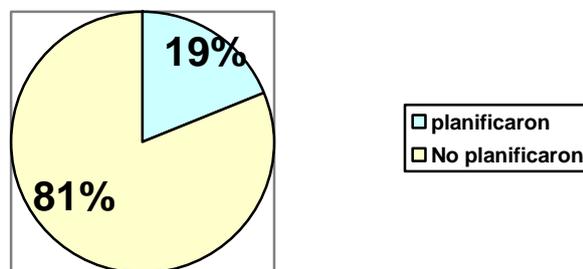
Sociedades sin fines de lucro	14	58,33%
Sociedades con fines de lucro	10	41,67%
Total	24	100%



Fuente: el Autor

Las empresas cuando conocieron que se cerraría la circulación de vehículos y peatones en la calle larga donde se encontraban ubicadas, el 19% si planifico o tomo alguna medida con respecto a esto, mientras que el restante 81% no lo hizo. Como se puede observar en el cuadro de abajo.

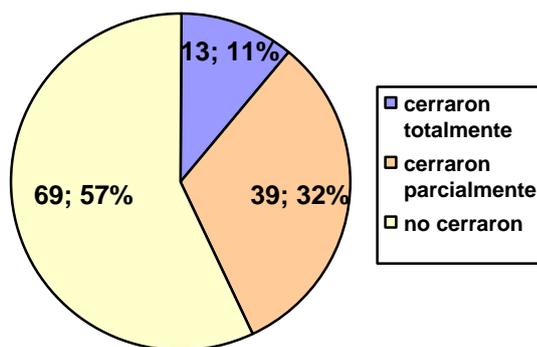
Grafico 3: Empresas que planificaron al conocer que se cerraría la circulación de la calle larga



Fuente: autor

Las empresas del sector cuando se abrió la calle larga 69 empresas no cerraron sus locales, 39 cerraron parcialmente y 13 cerraron totalmente, esto equivale 57%; 32% y 11% respectivamente. Como lo observamos en el cuadro de abajo.

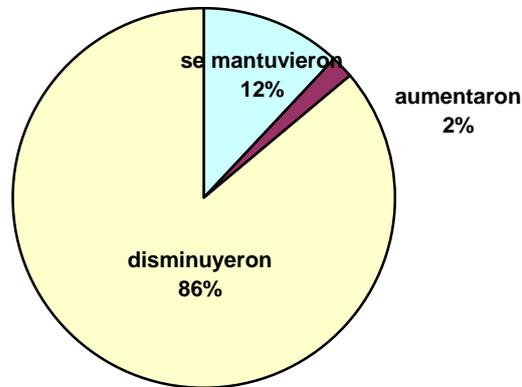
Grafico 4: Empresas que cerraron sus locales en el transcurso de la remodelación.



Fuente: el Autor

Las empresas u organizaciones con respecto a sus respectivos locales observaron que en el transcurso de la remodelación de la calle larga tanto en las ventas, en la asistencia obligatoria que tienen las personas a ciertos lugares como por ejemplo centros educativos o de información, y en la concurrencia a lugares que las personas les gusta ir pero no por obligación como por ejemplo museos. Las ventas, la asistencia, la concurrencia, disminuyó en 103 locales que representan el 86%, aumento en 3 locales que representan el 2%, se mantuvieron en 15 locales que representan 12%. Como lo observamos en el cuadro de abajo.

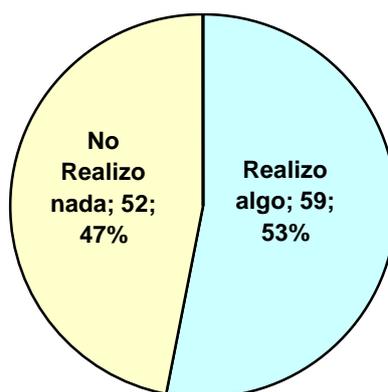
Grafico 5: VENTAS/CONCURRENCIA/ASISTENCIA DE LAS EMPRESAS DE LA CALLE LARGA.



Fuente: el Autor

Las empresas u organizaciones al ver que las ventas/asistencia/concurrencia disminuían el 53% que son 59 empresas realizo algo para poder controlar la situación de aquel momento, mientras que el restante 47% que son 52 empresas no realizo absolutamente nada para controlar la situación.

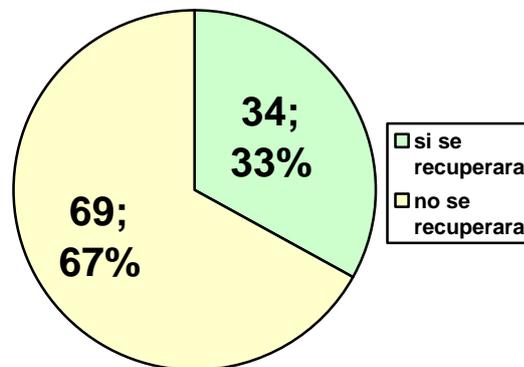
Grafico 6: Empresas que realizaron algo para controlar la situación



FUENTE: el Autor

Las empresas que consideran haber tenido pérdidas por dejar de vender, el 33% que representa a 34 empresas estima que si se recuperara lo perdido, mientras que el restante que son 69 empresas representadas por 67% opina que no se recuperara. No constan las empresas u organizaciones a las que las personas asisten a ellas por obligación o por que les gustaría y no por obligación, ejemplo una unidad educativa, un centro de información como Etapa Telecom, o el instituto de maltrato infantil de derechos humanos.

Grafico 7: Empresas con perdida de ventas y estiman que si se recuperara lo perdido



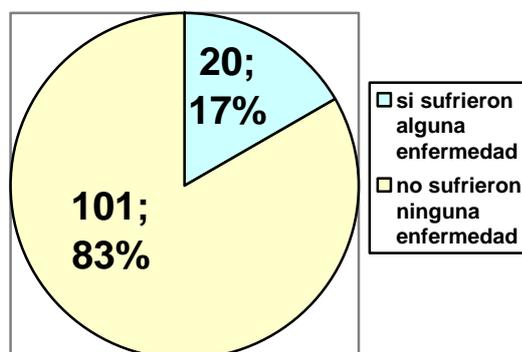
Fuente: el Autor

Las empresas al ver que obtenían pérdidas, una de sus medidas fue despedir personal. Los empleados que perdieron su trabajo por la remodelación de la calle larga suman un total de 51 personas.

Cuadro 6: personas que perdieron sus trabajos.

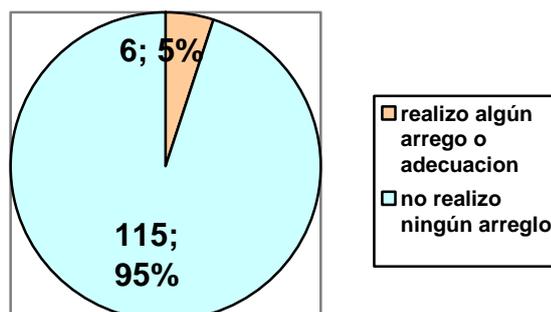
Personas que perdieron sus trabajos	51
--	----

Grafico 8: Empresas que en el transcurso de la remodelación de la calle larga su personal sufrió Enfermedades o molestias en su salud



Fuente: el Autor

Grafico 9: Empresas que realizaron arreglos por algún daño causado al momento de la remodelación de la calle larga



Fuente: Autor

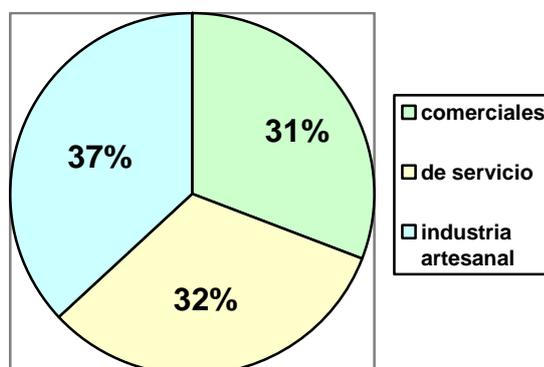
2.2.1 TABULACIÓN DE DATOS DE LAS EMPRESAS INDIVIDUALES DEL SECTOR CON PÉRDIDA DE VENTAS MENORES A \$2.500 EN EL MES POR CAUSA DE LA REMODELACIÓN DE LA CALLE LARGA

Las empresas constituidas por una sola persona y que tienen pérdidas de ventas en el mes menores a \$2.500 por causa de la remodelación de la calle larga, están divididas de acuerdo a su actividad de la siguiente manera:

Cuadro 7: Empresas individuales divididas por su actividad.

Comerciales	25	31%
Servicio	26	32%
Industria artesanal	30	37%
Total = 81	81	100%

Grafico 10: Empresas individuales según su actividad con pérdidas de ventas menores a \$2.500.

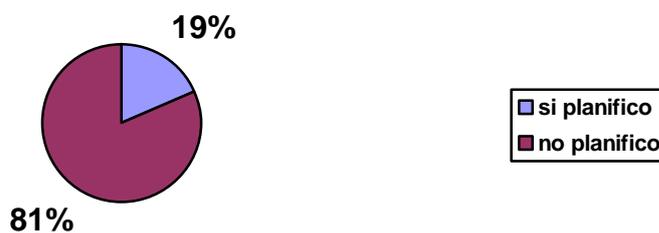


Fuente: el Autor

Una vez que estas empresas individuales conocieron que se cerraría la circulación solo el 18,52% tomo alguna planificación con respecto al cierre de la circulación de la calle larga mientras que el restante 81,48% no lo hizo. Como lo podemos observar en el cuadro de abajo.

Cuadro 8: Respuesta de los empresarios a la pregunta: ¿Una vez que conoció que se cerraría la circulación tomo alguna medida o planificación?		
no	66	81,48%
si	15	18,52%
total	81	100%

Grafico 11: Empresas individuales que planificaron al conocer que se cerraria la cirulacvion de la Calle Larga.

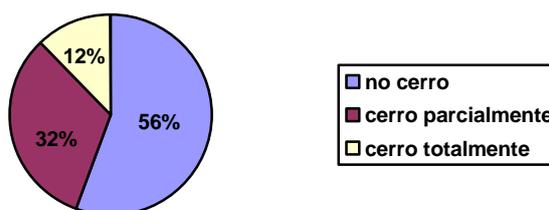


Fuente: el Autor.

Las empresas individuales que cerraron sus locales, los mantuvieron abiertos o abrieron parcialmente sus porcentajes y sus cantidades están estipuladas en el cuadro de abajo:

Cuadro 9: Por la remodelación de la Calle Larga, ¿Ha tenido que cerrar su local o empresa?		
no cerro	45	56%
cerro parcialmente	26	32%
cerro totalmente	10	12%
Total	81	100%

Grafico 12: Empresas individuales que cerraron sus locales.



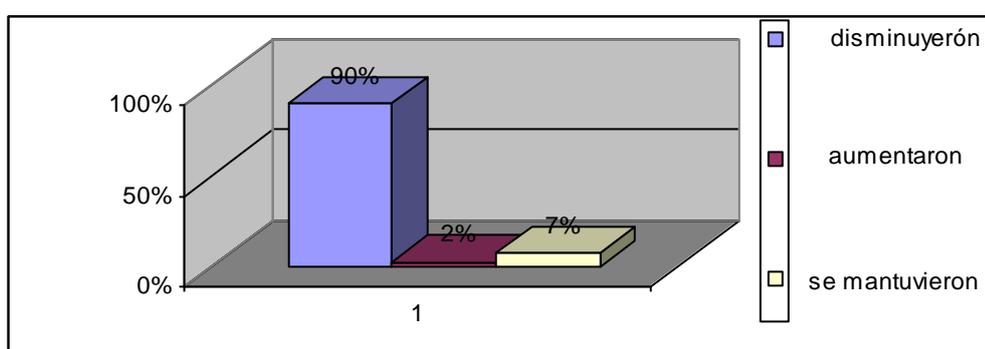
Fuente: el Autor.

El 90% de las empresas individuales con respecto a las ventas tuvieron una disminución, y las que mantuvieron sus ventas fueron las que planificaron, se trasladaron de lugar o se encontraban en la esquina de la calle larga y no fueron afectos en gran medida por la remodelación, las empresas que aumentaron sus ventas fueron dos, un restaurante de comidas que les brindaba el servicio a los trabajadores de la obra y otra empresa que por el prestigio que ha venido obteniendo por sus clientes aumento sus ventas a pesar de que el acceso de circulación estaba impedido. Los porcentajes los podemos observar en el cuadro a continuación:

Cuadro 10: Disminución de ventas en empresas individuales.

Disminuyeron	73	90%
Aumentaron	2	2%
Se mantuvieron	6	7%
total	81	100%

Grafico 13: Disminución de ventas en empresas individuales.



Fuente: el Autor

En el siguiente cuadro se puede observar la serie de datos obtenidos de las ventas que no se pudieron realizar de las empresas individuales que obtuvieron pérdida de ventas menores a \$2.500, por causa de la remodelación de la calle larga de la ciudad de Cuenca, que suma un estimación mensual de \$44.745 y por todo el periodo de duración del 20 de marzo hasta que culminó el 1 de agosto de 2006 que suman 133 días, se obtiene una pérdida de ventas estimadas de \$156.607,00 sin contar con sociedades y empresas individuales que superan las pérdidas de ventas de 2.500 mensuales durante el periodo.

Cuadro 11: Estimación de pérdida de ventas de un mes, en empresas individuales que no superan los \$2.500 de pérdida.

	valor	porcentaje		valor	porcentaje
1	\$1.000,00	60%	41	\$400,00	100%
2	\$100,00	50%	42	\$400,00	100%
3	\$300,00	100%	43	\$100,00	40%
4	\$2.000,00	50%	44	\$400,00	60%
5	\$500,00	60%	45	\$500,00	10%
6	\$560,00	60%	46	\$200,00	70%
7	\$600,00	100%	47	\$600,00	80%
8	\$120,00	95%	48	\$120,00	20%
9	\$2.400,00	50%	49	\$180,00	40%
10	\$180,00	80%	50	\$15,00	95%
11	\$480,00	60%	51	\$480,00	80%
12	\$300,00	100%	52	\$400,00	100%
13	\$480,00	50%	53	\$400,00	80%
14	\$2.400,00	70%	54	\$400,00	100%
15	\$1.920,00	60%	55	\$720,00	80%
16	\$500,00	40%	56	\$1.200,00	90%
17	\$1.440,00	100%	57	\$300,00	80%
18	\$1.680,00	100%	58	\$840,00	60%
19	\$300,00	100%	59	\$250,00	60%
20	\$1.440,00	80%	60	\$180,00	40%
21	\$2.400,00	100%	61	\$120,00	20%
22	\$1.200,00	60%	62	\$300,00	80%
23	\$1.200,00	60%	63	\$600,00	80%
24	\$480,00	50%	64	\$120,00	90%
25	\$480,00	100%	65	\$300,00	80%
26	\$480,00	70%	66	\$120,00	20%
27	\$300,00	50%	67	\$300,00	70%
28	\$2.500,00	80%	68	\$250,00	60%
29	\$240,00	25%	69	\$100,00	100%
30	\$400,00	20%	70	\$480,00	100%

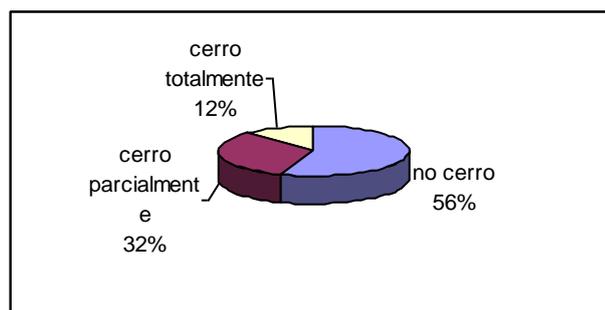
31	\$240,00	40%
32	\$960,00	90%
33	\$350,00	90%
34	\$480,00	60%
35	\$840,00	70%
36	\$600,00	70%
37	\$360,00	50%
38	\$250,00	70%
39	\$80,00	35%
40	\$250,00	75%

71	\$100,00	40%
72	\$480,00	60%
73	\$600,00	100%
74	se mantuvo	0%
75	se mantuvo	0%
76	se mantuvo	0%
77	se mantuvo	0%
78	se mantuvo	0%
79	se mantuvo	0%
80	aumentaron	0%
81	aumentaron	0%

**total de estimación de
pérdida de ventas de
un mes = \$44.745,00**

Total de pérdida de ventas estimadas por 4,40 meses aproximados que duro la obra (133 días de duración de la obra desde el 20 de marzo de 2006 hasta el 31 de julio de 2006) = \$196.878,00 estimados como pérdida de ventas en el periodo considerado.

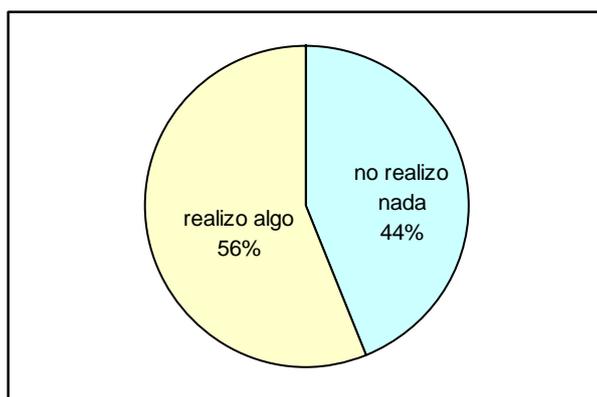
Grafico 14: Empresas individuales que mantuvieron abiertos sus lácale o lo hicieron parcialmente.



Fuente: el Autor

Las empresas individuales que obtuvieron pérdida fueron 73, de las que realizaron algo para controlar la situación fue del 56% y el restante no realizo nada que representa el 44% como podemos observar en los cuadros de abajo:

Grafico 15 y Cuadro 12: Empresas que obtuvieron pérdidas y que realizaron algo para controlar la situación.

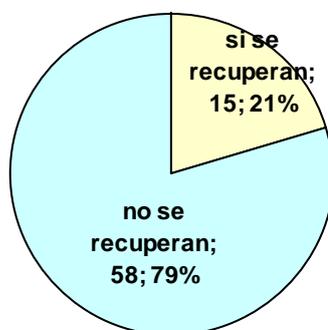


No realizo nada para controlar al situación	32
Si realizaron algo para controlar al situación	41
total	73

Fuente: el autor

Las empresas individuales ubicadas en la Calle Larga de las que obtuvieron pérdida de ventas menores a \$2500 y que estiman que si se recupera las ventas después que se de normalmente la circulación peatonal una vez abierta la calle es del 21%, mientras que el 79% opinan que no se recuperara.

Grafico 16: Opinión de las empresas individuales con pérdida de ventas menores a \$2500 mensuales y que estiman que si se recuperara las pérdidas una vez normalizada la circulación peatonal.



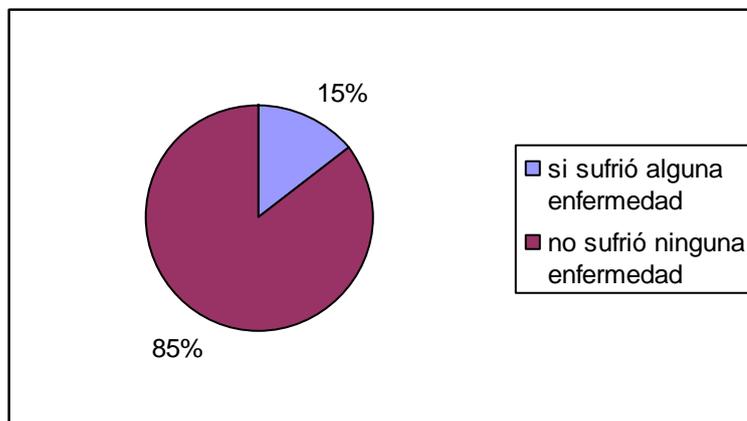
Fuente: el Autor

En el cuadro de abajo podemos observar la cantidad y el porcentaje del personal de las empresas que sufrieron o no alguna enfermedad o molestia en su salud por causa de la remodelación de la calle larga, ya que esta generaba gran cantidad de polvo que podían causar infecciones o molestias en la garganta o afecciones respiratorias de aquellas empresas individuales con pérdida de ventas menores a \$2500. De las 81 empresas individuales de este tipo, 12 tuvieron algún problema en su salud que representa el 14%, como se puede observar en los cuadros de abajo.

Cuadro 13: Personas encuestadas que sufrieron enfermedad o molestia en su salud por causa del polvo generado en el transcurso de la remodelación.

si sufrió alguna enfermedad	12	14,81%
no sufrió ninguna enfermedad	69	85,19%
total	81	

Grafico 17: Personas encuestadas que sufrieron enfermedad o molestia en su salud por causa del polvo generado en el transcurso de la remodelación.

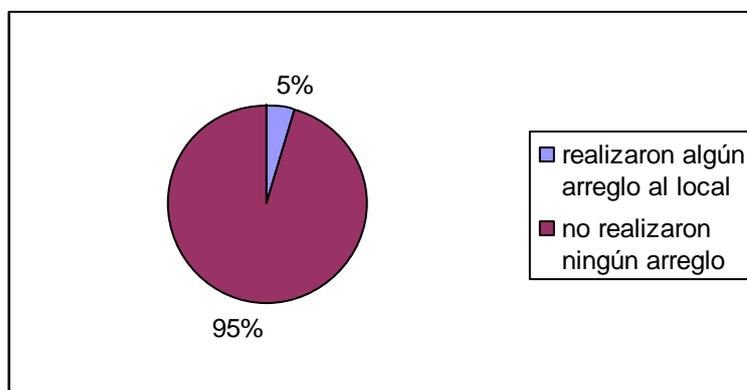


Fuente: el Autor

Cuadro 14: Empresas individuales con pérdida de ventas inferiores a \$2500, que realizaron algún arreglo o adecuación en su local causado por la remodelación de la calle larga.

realizaron algún arreglo al local	4	4,94%
no realizaron ningún arreglo	77	95,06%
total	81	100,00%

Grafico 18: Empresas individuales con pérdida de ventas inferiores a \$2500, que realizaron algún arreglo o adecuación en su local causado por la remodelación de la calle larga.



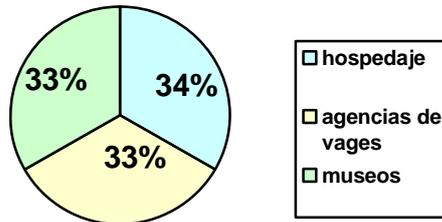
Fuente: el Autor

2.2.2. TABULACIÓN DE DATOS DE LAS EMPRESAS RELACIONADAS CON TURISMO CON FINES DE LUCRO.

Las empresas que se encuentran ubicadas en el sector de la remodelación de la calle larga que están relacionadas con el turismo y tienen fines de lucro están divididas en tres clases, de Hospedaje, Agencias de Viaje y museos. Se encontró cuatro Agencias de Viaje que representan el 33%, cuatro de Hospedaje que representan el 33% y cuatro museos con el mismo porcentaje. Como se puede observar en los cuadros de abajo.

Cuadro 15: Empresas de índole turístico		
Hospedaje	4	33%
Agencias de viaje	4	33%
Museos	4	33%
Total	12	100%

Grafico 19: Empresas relacionadas con el turismo

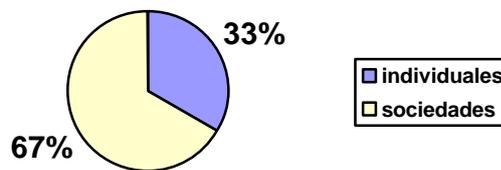


Fuente: el Autor

Las empresas que se encuentran relacionadas con el turismo, se encuentra divididas en individuales y sociedades. Las individuales representan el 33% que son 4 empresas de un total de 12, el restante son sociedades con el 67%. Como podemos observar en los cuadros de abajo.

Cuadro 16: Según el numero de propietarios		
individual	4	33%
sociedad	8	67%
total	12	

Grafico 20: Empresas de turismo según su numero de propietarios.



Fuente: el Autor

Las empresas que se encontraban ubicadas en la remodelación de la calle larga que se encontraban relacionadas con el turismo, una vez que conocieron que se cerraría la circulación solo cinco de doce empresas planificaron, que representa el 42% como se puede observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 17: Una vez que conocieron que se cerraría la circulación tomaron alguna medida o planificación.		
No planifico	7	58%
Si planifico	5	42%
total	12	

Grafico 21: Una vez que conocieron que se cerraría la circulación tomaron alguna medida o planificación.



Fuente: el Autor

Las empresas de índole turística en el transcurso de la remodelación no cerraron totalmente, 8 empresas abrieron parcialmente y 4 no cerraron, en porcentaje representan el 67% y 33% respectivamente. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 18: Ha tenido que cerrar su local o empresa.		
Totalmente	0	0%
Parcial	8	67%
no cerro	4	33%
Total	12	

Grafico 22: Ha tenido que cerrar su local o empresa.



Fuente: el Autor

Las empresas de índole turístico del sector al ver el fuerte impacto que causaba la remodelación en sus utilidades tuvieron que reducir personal de trabajo para compensar con las utilidades, 21 fueron las personas que perdieron sus trabajos al momento de la remodelación de la Calle Larga.

Cuadro 19: Empleados que perdieron su trabajo en empresas de turismo	21
---	-----------

Las empresas de índole turístico, las 12 que conforman este grupo obtuvieron una disminución en sus ventas o asistencia al local, si nos fijamos en los cuadros de abajo observaremos el rango de porcentajes en perdida de ventas de estas empresas.

Cuadro 20: Las ventas de su empresa o local en el transcurso de la remodelación	
Disminuyeron	12
Aumentaron	0
se mantuvieron	0

Fuente: el Autor

Cuadro 21: Porcentajes de pérdida de ventas/concurrencia de las empresas de índole turística.

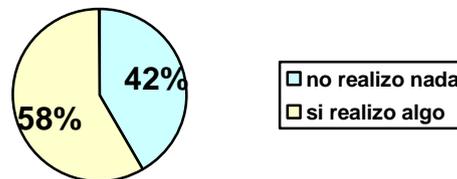
EMPRESAS	ACTIVIDAD	PORCENTAJE DE DISMINUCION EN VENTAS Y CONCURRENCIA
Hostal la escalinata	Hospedaje	50%
Casa del Barranco	Hospedaje	50%
Hotel Pachamama	Hospedaje	50%
Hotel Crespo	Hospedaje	50%
Aeromar	Agencia de Viajes	50%
Rootours	Agencia de Viajes	15%
Metropolitantours	Agencia de Viajes	50%
Ayxtravel	Agencia de Viajes	30%
Remigio Crespo	Museo	Sin estimación
Agustín Landivar	Museo	50%
Banco central	Museo	60%
Museo de los Aborígenes	Museo	70%

La estimación del Museo Remigio Crespo no está colocada en la tabla por que el encargado del museo ese momento no nos pudo dar.

Al ver las empresas de turismo que se encontraban en el sector que tenían una disminución de ventas, 7 de ellas realizaron algo para poder controlar la situación, como por ejemplo publicidad con los precios, mientras que el restante se resignó y no realizo nada. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 22: Respuesta a la pregunta: ¿Si su ventas disminuyeron que hizo usted para controlar la situación?		
nada	4	42%
si hicieron algo	7	58%
total	12	

Cuadro 23: Respuesta a la pregunta: ¿Si su ventas disminuyeron que hizo usted para controlar la situación?

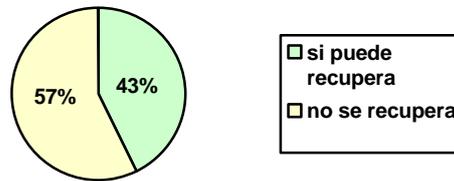


Fuente: el Autor

A los empresarios que se dedican al turismo, cuando se les pregunto que si se recuperarían las perdías 8 de los doce que se encontraron en el sector de la remodelación estaban de acuerdo que si se recuperaría las perdidas de ventas, estos representan el 67% del total, como podemos observar en los cuadros de abajo.

Cuadro 23: Respuesta a la pregunta: ¿Las pérdidas ocasionadas pueden recuperarse?		
Si pueden recuperarse	8	67%
No se puede recuperan	4	33%
total	12	

**Grafico 24: Respuesta a la pregunta:
¿Las pérdidas ocasionadas pueden recuperarse?**



Fuente: el Autor

Las doce empresas de turismo que se encontraban en el sector de la remodelación de la calle larga observaron que el turismo disminuyo y que fue perjudicial en las ventas de sus servicios, como también todas estuvieron de acuerdo en que si se mejorara el turismo una vez normalizado la circulación vehicular y peatonal. Como pueden observar en los cuadro de abajo cuando contestaron estas preguntas que se encontraba en la encuesta:

Cuadro 24. Respuesta a la pregunta: Usted en el transcurso de la remodelación ha observado si el turismo:		
diminuyo	12	100%
aumento	0	
se mantuvo	0	

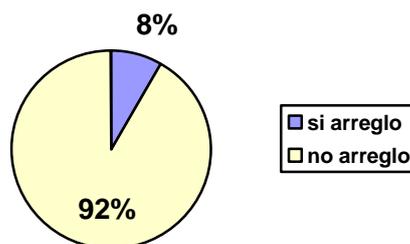
Fuente: El Autor.

Cuadro 25: Respuesta a la pregunta: ¿Cree usted que mejorara el turismo por la remodelación de la calle? larga		
si	12	100%
no	0	
total	12	

Cuando se les pregunto si tuvieron que hacer algún arreglo por causa de la remodelación solo una empresa que se dedica al turismo de hospedaje tubo que hacerlo, por que a lado de esta se encuentra una escalinata que fue ampliada para mejorar el paso de las personas y tuvo que hacer una remodelación en una parte del hotel. De acuerdo a porcentajes y cantidad se puede observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 26: Adecuaciones o arreglos por causa de la remodelación.		
si arreglo	1	8%
No arreglo	11	92%
total	12	100%

Grafico 25: Adecuaciones o arreglos por causa de la remodelación



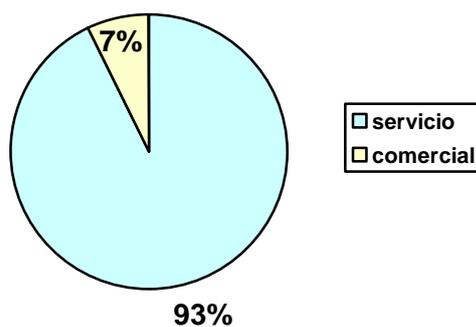
Fuente: el Autor

2.2.3 TABULACIÓN DE DATOS DE LAS SOCIEDADES CON FINES DE LUCRO.

Las sociedades con fines de lucro se han dividido en dos grupo, de servicios que representan el 93% de la población con 13 empresas y una de comercio con el restante 7%. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 27: Actividad de la Empresa en Sociedad	
servicios	13
comercio	1

Grafico 26: Actividad de la Empresa en Sociedad

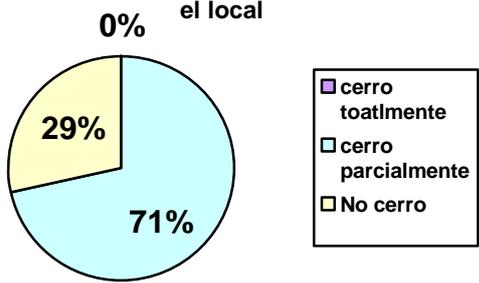


Fuente: el Autor

Las sociedades que se encontraban ubicadas en el transcurso de la remodelación de la calle larga 10 cerraron parcialmente sus locales por el impedimento de la circulación peatonal como vehicular, y cuatro no cerraron, representadas con el 71% y 29% consecutivamente. Como podemos observar en los cuadro de abajo:

Cuadro 28: Sociedades que cerraron el local	
total	0
parcial	10
No lo cerro	4

Grafico 27: Sociedades que cerraron el local

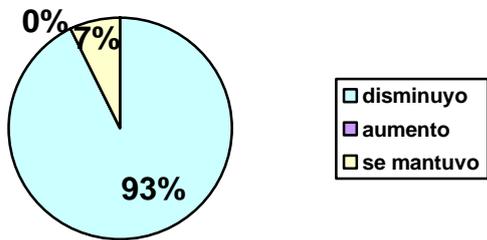


Fuente: el Autor

Las pérdidas de ventas de las sociedades con fines de lucro trece empresas de las catorce disminuyeron sus ventas, que representan el 93% y una se mantuvo por que la asistencia de sus clientes obligatoria ya que es una clínica de rehabilitación para alcohólicos y drogadictos. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 29: Ventas de las empresas en sociedad	
Disminuyo	13
Aumento	0
se mantuvo	1

Grafico 28: Ventas de las empresas en sociedad

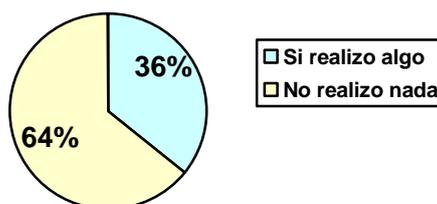


Fuente: el Autor

Al preguntar a las sociedades que tuvieron pérdida de ventas por la remodelación de la calle larga, ¿si disminuyó las ventas que hizo usted para controlar la situación?, el 64% de la población que representa a 4 sociedades no planificó a comparación de las cinco restantes que representan el 36% de la población si realizó algo para controlar la situación. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 30: Respuesta a la pregunta: ¿Si disminuyo las ventas que realizó para controlar la situación?	
hizo algo	5
no hizo nada	9

**Grafico 29: Respuesta a la pregunta:
¿Si disminuyo las ventas realizó algo
para controlar la situación?**



Fuente: el Autor.

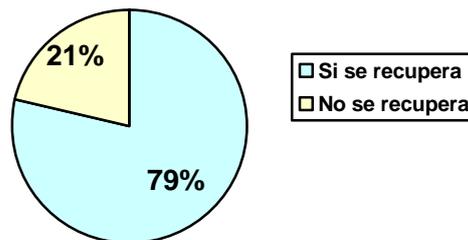
Al ver que las ventas disminuían y por consiguiente gastaban más las empresas en sociedad con fines de lucro tuvieron que despedir personal, para compensar sus gastos, a 6 empleados se les despidió por la remodelación de la calle larga.

Cuadro 31: Empleados que perdieron su trabajo en empresas de sociedad	6
--	----------

El nivel de confianza que tienen las sociedad en estimar que si se recuperaran las ventas una vez abierta la circulación de la calle larga esta representada en 11 empresas que es el 79% del total de ellas. Mientras que el restante 21% opina que no se recupera las pérdidas ocasionas por la remodelación, como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 32: Las ventas puede recuperarse	
si se recupera	11
no se recupera	3

Grafico 30: Las ventas puede recuperarse

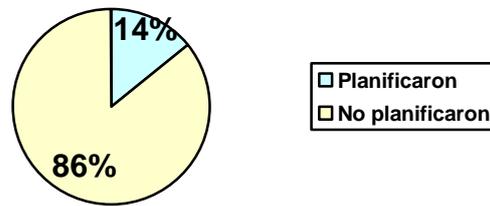


Fuente: el Autor

Un vez que conocieron las sociedades con fines de lucro que se cerraría la circulación de la calle donde se encontraban ubicados, solo dos empresas de las catorce planificaron algo para poder controlar la situación que se les venia, que representan el 14% de las sociedades con fines de lucro. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 33: Respuesta a la pregunta: ¿Una vez que conocieron que se cerraría la circulación tomaron alguna medida o planificación?	
planifico	2
no planifico	12

Grafico 31: Respuesta a la pregunta ¿Una vez que conocieron que se cerraría la circulación tomaron alguna medida o planificación?



Fuente: el Autor

2.2.4. TABULACIÓN DE DATOS DE LAS EMPRESAS DONDE LA ASISTENCIA ES OBLIGATORIA.

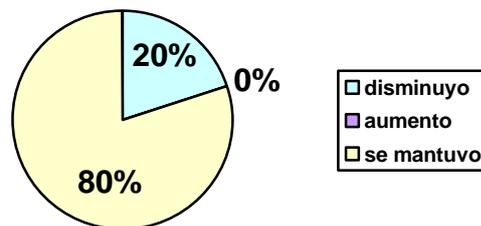
Las empresas donde la asistencia de personas es obligatoria o ya sea por que tengan que realizar algún tramite y no lo pueden hacer en otro lado, esta representada con el 9,77% del total de la población censada, que en total son 10 empresas. Como se numerara a continuación las siguientes:

1. Consultorio Jurídico Gratuito de la Universidad del Azuay.
2. Colegio Julio Matovelle.
3. Instituto de Criminología y Medicina Legal
4. Maltrato Infantil Derechos Humanos
5. Escuela Sagrado Corazón
6. CIISA, Colegio de Ingenieros en Sistemas del Azuay.
7. Subsecretaria regional de Educación del Austro.
8. Sinfónica de Cuenca.
9. Etapa Telecom.
10. Unidad a Distancia del Azuay.
11. IECE, Instituto Ecuatoriano de Créditos y Becas

Todas estas empresas donde sus clientes asisten por obligación o por que tengan que hacer algún trámite y no lo pueden hacer en otro lado, no cerraron sus puertas ya que la atención era primordial para sus clientes. Pero si disminuyo la asistencia en dos empresas que representa el 20% de esta categoría. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 34: Asistencia a las empresas.	Cantidad	
Disminuyo	2	20%
Aumento	0	0%
se mantuvo	9	80%
Total	11	

Grafico 32: Asistencia a las empresas.



Fuente: el Autor

Las empresas donde la asistencia de las personas es obligatoria que disminuyo la concurrencia estiman que si se normalizara, después de que la Calle Larga sea abierta a la circulación peatonal como vehicular. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 35: Respuesta ala pregunta: ¿Si disminuyo la asistencia, cree que se normalizara?		Porcentaje
Si se normaliza	2	100%
No se normaliza	0	
Total	2	

Fuente: el autor

Ninguna de estas empresas al conocer que se cerraría la circulación de la Calle Larga tomo alguna medida o planificación. Como podemos observar en el cuadro de abajo:

Cuadro 36: Respuesta a la pregunta: ¿Tomo alguna medida o planificaron al conocer que la calle se cerraría?	
no planifico	11
Si planifico	0
total	11

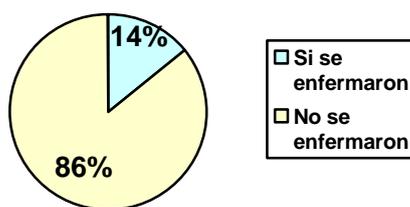
Fuente: el Autor

Las empresas de este tipo donde la asistencia es obligatoria, 4 fueron las que su personal tuvo enfermedades o molestias en su salud por causa de la cantidad de polvo que generaba la remodelación de la Calle Larga. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 37: Enfermedad o molestia causada por el polvo de la remodelación de la calle larga.	Cantidad
Si se enfermo	4
No se enfermo	7
total	10

Fuente: el autor

Grafico 33: Enfermedad o molestia causada por el polvo de la remodelación de la calle larga.



Fuente: el Autor

Ninguna de estas empresas realizó algún arreglo por daños causado por la remodelación de la Calle Larga. Como podemos observar en los cuadros de abajo:

Cuadro 38: Arreglo o adecuación en el local de la empresa.	Cantidad
Si arreglo	0
No arreglo	11
total	11

2.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado es un medio de apoyo para los gerentes en su búsqueda para la satisfacción de los clientes y el constante proceso de planear la futura dirección de su empresa, siendo así, el medio o proceso de identificar, recopilar, analizar, registrar y analizar datos sobre el mercado específico al cual la empresa u organización ofrece sus productos con el fin de mejorar la toma de decisiones, la solución de problemas y las oportunidades de marketing. Estos datos deben incluir la identificación de su posible mercado:

- El número de posibles clientes y su estimación de ingresos.
- Los gustos, intereses y posibles cambios del cliente.
- Los hábitos del consumidor.
- La observación y análisis de los competidores.
- Análisis de ventas.
- Estudio de tendencias comerciales.
- Pronósticos a corto plazo.
- Estudio de productos competidores.
- Estudio de sistema de información.
- Prueba de productos existentes.
- Y todo lo necesario para investigar opiniones y actitudes del los clientes.

La investigación de mercado aplica el método científico por lo que debe ser sistemática; seguir un orden en cada etapa del proceso de investigación, los procedimientos en las etapas son metodológicos, planeados de antemano y bien comprobados, y utilizar razonamientos lógicos exentos de prejuicios para comprobar nociones previas o hipótesis.

Los pasos del proceso de investigación de mercado pueden ser:

- 1. Establecer la necesidad de información:** el investigador debe primero identificar si la investigación que emprenderá será para identificar un problema o es para solucionarlo. El investigador debe preguntarse para que necesita la información y de acuerdo a eso desarrollarla y así facilitará la toma de decisiones.
- 2. Elaboración de un método para resolver el problema:** comprende la formulación de un objetivo o la identificación del problema; modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, y determinar qué información se necesita.
- 3. Elaboración del diseño de la investigación:** es un plan general de cómo se realizar la investigación de mercado. El esquema del diseño de la investigación debe contener como básico:
 1. Selección del tema.
 2. Justificación e importancia de la investigación.
 3. Objetivos de la investigación.
 4. Formulación del problema.
 5. Marco teórico.
 6. Hipótesis, variables, indicadores.
 7. Prueba de la hipótesis.
 8. Esquema del trabajo.
 9. Cronograma de actividades.
 10. Recursos y el presupuesto.
 11. Bibliografía.
 12. Anexos.

- 4. Recopilación de la información objetiva:** es el punto más importante de al investigación y consiste recolectar los datos para descubrir la información objetiva, comprende de un equipo de campo o personal que opere en el sitio de la investigación, como son las entrevistas personales (domiciliarias, en centros comerciales o asistidas por ; computadora), telefónicamente desde una oficina (libre y asistida por computadora), por correo (correo ordinario y encuestas en grupos de correo en hogares preseleccionados) o electrónicamente (correo electrónico o Internet).

- 5. Preparación, análisis e interpretación de datos:** La preparación de los datos consiste en tabular, clasificar, y presentar en un formato de observación útil para su examinación, revisión, si es necesario, para ser corregido. Los datos se analizan cuidadosamente y el sentido común se aplicara aquí para interpretarlos de acuerdo a la investigación objetivo, y así aportar al problema de decisión administrativa.

- 6. Preparación y presentación del informe:** es una presentación oral, escrito y con los formatos comprensibles para la administración, en la cual se respondan a las preguntas específicas del problema planteado para la investigación y se describan los métodos y el diseño, así como los procedimientos de acopio y análisis de datos que se adoptaron en la investigación, y se exponen los resultados y los principales descubrimientos.

2.4. ANÁLISIS DEL IMPACTO



Fotografía: Remodelación de la Calle Larga (del Autor)

La mayoría de empresas del sector en su mayoría son micro empresarios y pequeños artesanos que no supera las ventas netas de \$5000 dólares mensuales, no pensaron que la remodelación de la calle larga en el tramo de la calle Padre Aguirre y la Av. Huayna-Cápac les afectaría en gran medida a sus ventas, los cuales les generaba ingresos para poder cubrir sus gastos y obtener utilidades para satisfacer sus necesidades, muchas empresas se trasladaron de lugar, algunas cerraron sus puertas al público, sus dueños buscaron otros trabajos para poder mantener establecidos sus locales. Algunas personas salieron perjudicadas momentáneamente no solo económicamente sino enfermas y con problemas en su salud por la generación de polvo que producía la remodelación y muchos de sus locales no tenían mamparas para protegerse del polvo, estas personas sufrieron problemas de salud de la garganta y afecciones nasales.

La Cámara de Turismo del Azuay, considerando que el 16 de marzo de 2006 se realizaba en nuestra ciudad la elección de Miss Ecuador y que la Calle Larga es una arteria que conecta a importantes centros turísticos y hoteleros, solicitaron al Alcalde de Cuenca, ingeniero Marcelo Cabrera Palacios, disponga la prórroga de las obras

que debían empezar el lunes 13 de aquel mes y año, por lo que la obra se pospuso para el día 20 de marzo.

Muchas empresas tuvieron que planificar apresuradamente alternativas para no perder sus ventas, ni a sus clientes hicieron publicidad tanto en precio como calidad, trasladarse a un lugar de mejor acceso, abastecerse de mercadería para aquellos días en los cuales los proveedores no podría ingresar, llamar a sus clientes y avisarles de la situación en la que se encontraban, y muchas empresas tuvieron que realizar prestamos para cumplir con los gastos que generaba tanto en empleados, arriendo y obligaciones que tenían como empresas.

Muchas empresas quedaron debiendo a sus proveedores como una alternativa para mantenerse establecidos en el sitio que tenían su clientela.

También se descubrió la falta de comunicación por parte de la municipalidad de cuenca que la gran mayoría de los encuestados se quejaron, una de ellas fue la Hermana Rosaura Ruiz Castro, de las Hermanas Oblatas que administran la Escuela Sagrado Corazón que se encuentra ubicada en la Calle Larga que me comento que no tuvieron tiempo de planificar por que una semana antes la municipalidad de cuenca les avisó que se abriría la calle y el paso peatonal seria impedido. Las Hermanas Oblatas decidieron que la entrada y salida de las niñas de la escuela sea por la puerta de atrás, lo cual al evitar accidentes mayores en la Calle Larga se obtuvo por la calle de atrás que da al río un enorme trafico y el atropello de una niña que le causo una herida en una de sus piernas.

Las empresas del sector cuando se abrió la calle larga 69 empresas no cerraron sus locales, 39 cerraron parcialmente y 13 cerraron totalmente, esto equivale 57%; 32% y 11% respectivamente. Como se observa en el grafico 4.



Fotografía: Remodelación Calle Larga. (Fotografía del autor)

Otro problema para los empleados de las empresas del sector fue la falta de accesibilidad tanto a pie por la construcción, el polvo generado por la obra y el clima de invierno que se presentó en aquella época, la falta de accesibilidad también en vehículo los perjudicó económicamente ya que en gran mayoría llegaban en vehículos propios y no podían estacionar en los parqueaderos de las empresas y tuvieron que pagar parqueo en otros lugares, lo que les afectó en un promedio de \$20 mensuales.

Las empresas u organizaciones con respecto a sus respectivos locales observaron que en el transcurso de la remodelación de la calle larga tanto en las ventas, en la asistencia obligatoria que tienen las personas a ciertos lugares como por ejemplo centros educativos o de información, y en la concurrencia a lugares que las personas les gusta ir pero no por obligación como por ejemplo museos. Las ventas, la asistencia, la concurrencia, disminuyó en 103 locales que representan el 86%, aumento en 3 locales una que era un restaurante a la que iban los trabajadores de la obra y la otra una clínica terapéutica que aumentó por el prestigio que ha venido generando que representan el 2%, se mantuvieron en 15 locales que representan 12% por que planificaron algo para controlar sus ventas, se cambiaron de lugar o se

encontraban al final de la remodelación donde el ingreso no les perjudicaba. Como se observa en el gráfico 5.

Las empresas que consideran haber tenido pérdidas por dejar de vender, el 33% que representa a 34 empresas estima que si se recuperara lo perdido, mientras que el restante que son 69 empresas representadas por 67% opina que no se recuperara. No constan las empresas u organizaciones a las que las personas asisten a ellas por obligación o las que tienen que asistir por algún trámite que meramente lo tienen que hacer en esas empresas, ejemplo una unidad educativa, un centro de información como Etapa Telecom, o el instituto de maltrato infantil de derechos humanos.

En muchas de las empresas los clientes que tenían que llegar por algún trámite o negocio al lugar, llegaban molestos como nos cuenta la Asistente de Gerencia de Etapa Telecom, Jimena Farfán, como también se daban los atrasos tanto del personal como de los clientes a las empresas, la dificultad de parqueo con los vehículos.

La remodelación de la calle larga causó dos veces el corte de luz en la zona dejando sin semáforización en la de la Av. Huayna-Cápac, una vía de acceso rápido a la ciudad de Cuenca, como nos cuenta el Director del IECE Flavio Moreno y Jimena Farfán Asistente de Gerencia de Etapa Telecom.

Las personas que perdieron sus trabajos por que sus jefes tenían que reducir personal para compensar sus pérdidas, fueron 51 personas de todas las empresas del sector.

El 5% del total de empresas tuvieron que hacer arreglos en sus locales tanto en las instalaciones de agua potable ya que estas fueron instaladas rápidamente y por consecuencias mal colocadas o con fugas de agua, como en la fachada tanto en el deterioro de la pintura o empolvado de ella.

2.4.1. ANÁLISIS ECONÓMICO



Fotografía: Remodelación Calle Larga, (www.cuencanos.com)

La remodelación de la calle larga generó ingresos en \$1'200.000 aproximadamente a la ciudad de Cuenca, pero la mayoría de las empresas del sector obtuvieron pérdidas y algunas se marcharon. Estos ingresos generaron trabajo a unos 240 trabajadores que

participaron en la obra, 10 contratistas, fiscalizadores, comercializadoras y fabricas de materiales de construcción para esta obra, compensando la pérdida de ventas de los micro empresarios y el desempleo que causó a 51 personas que perdieron su trabajo.

Esta inversión por parte del Gobierno del Ecuador y de la Ilustre Municipalidad de Cuenca disminuyó la tasa de desempleo, incrementó el poder adquisitivo en la gente de Cuenca e incrementó el PIB en la ciudad de Cuenca por la producción corriente de bienes y servicios que se dio por esta obra en el periodo del inicio de la remodelación que fue el lunes 20 de marzo de 2006, hasta la culminación de la obra que fue el 31 de julio de 2006, un total de 133 días o cuatro meses y medio aproximadamente.

2.4.2. ANÁLISIS FINANCIERO



Fotografía: Remodelación Calle Larga, (el Autor)

En la remodelación de la calle larga se pudo ver el grado de eficiencia, eficacia y efectividad que tuvieron las empresas del sector al planificar tanto en su cartera, como estrategias para no perder sus utilidades. Como pudimos observar que el 19% de todas las empresas si planifico algo para controlar sus ventas mientras que el restante 81% no lo hizo, por lo que las empresas obtienen perdidas por este motivo principal que es la no planificación, siendo fundamental para cualquier empresa, tomando en ejemplo una peluquería para servir como base de discusión de esta tesis mas bien que para ilustrar la gestión eficaz o ineficaz de esta empresas del sector de la calle larga que no investigo el mercado y que se coloco una semana antes de la remodelación sin saber que se cerraría el trafico tanto vehicular como peatonal, por no investigar el mercado, no obtuvo ventas y generando perdidas por los gastos que tiene como empresas. Como se puede observar en el grafico 3.

Las empresas u organizaciones al ver que las ventas/asistencia/concurrencia disminuían, el 53% que son 59 empresas realizo algo para poder controlar la situación de aquel momento, mientras que el restante 47% que son 52 empresas no

realizo absolutamente nada para controlar la situación. Como se puede observar en el grafico 6.

Entre estas estrategias para controlar la situación de aquel momento fue el crédito comercial como herramientas de financiamiento, siendo este un crédito a corto plazo que los proveedores conceden a los negocios o empresas.

Cuadro 39. CRÉDITO COMERCIAL

Ventajas	Desventajas
Es una opción menos costosa de obtener recursos.	El riesgo de que el acreedor no cancele la deuda.
Permite agilidad a las operaciones comerciales.	Si la negociación se hace acredito se deben cancelar tasas pasivas.

Para poder financiar el presupuesto de efectivo que no fue planificado o mal planificado el cual incluían proyecciones de los ingresos y gastos mensuales de efectivo de cada departamento dentro de la empresa o negocios, los dueños buscaron otros trabajos, utilizaron ahorros de la familia, realizaron créditos en bancos o cooperativas pagando tasas de interés, y otros despidieron personal.

La elaboración de un estado de pérdidas y ganancias proyectado permite a los empresarios realizar un planteamiento de las operaciones de su empresa, ya que es necesaria la realización:

- Por el lado de los ingresos: presupuesto de ventas.
- Por el lado de los egresos. Presupuestos de fabricación, ventas, administrativos y financieros.

Para el pequeño empresario es conveniente contar con una herramienta que le permita pronosticar las necesidades de efectivo con el fin de cumplir con los planes de operación de su empresa, esta herramienta es **el flujo de caja**, también conocido como **presupuesto de caja** que permite al empresario identificar en que fecha futura tendrá necesidades de efectivo o sobrante, para tomar las decisiones convenientes.

Es conveniente también conocer en que fechas del año las ventas tienen variaciones muy fuertes como por ejemplo: navidad, día de la madre, día del padre, de los enamorados, carnaval, etc.

Un estudio de mercado y una planificación mal realizada en la creación de la empresa pueden causar problemas en el desarrollo de la misma, un posibles desfinanciamiento y dolores de cabeza para el empresario y su grupo de trabajo.

2.4.3. ANÁLISIS ECOLÓGICO



Fotografía: Remodelación Calle Larga, (el autor).

La ecología es el estudio de un individuo en su medio ambiente, las empresas fueron los individuos en este caso que fueron analizados y su medio ambiente fue el momento de la remodelación de la Calle Laga, su planificación ya la discutimos en el análisis financiero, ahora tomaremos el caso de los daños y enfermedades que sufrieron el personal que forma parte de las organizaciones.

La generación de polvo que generó la remodelación de la Calle Larga por parte de la maquinaria y el clima de ese momento con cambios de temperatura fuertes, hizo que mucha gente de las empresas se enfermaran tanto de la garganta y con afecciones respiratoria. Como podemos observar en el gráfico 8.

Muchas personal en sus empresas utilizaban mascarillas para poder cumplir con sus labores, una de las recomendaciones y quejas que tuvieron las empresas hacia la municipalidad de Cuenca fue que la obra debían hacerla por sectores y no abrir toda la calle.

El ingreso de las personas al lugar tanto a pie como vehicular fue la causa que las empresas no pudieran ofrecer sus productos y si lo hicieron los clientes no pudieron ingresar para comprarlo.

La remodelación de la Calle Larga fue un factor externo que las empresas del sector no pudieron controlar y les afectó en gran medida en sus ingresos y como consecuencia la mayoría obtuvo pérdidas que no podrán recuperar

Las empresas que consideran haber tenido pérdidas por dejar de vender, el 33% que representa a 34 empresas estima que si se recuperara lo perdido, mientras que el restante que son 69 empresas representadas por 67% opina que no se recuperara. No constan las empresas u organizaciones a las que las personas asisten a ellas por obligación o por que les gustaría y no por obligación, ejemplo una unidad educativa, un centro de información como Etapa Telecom, o el instituto de maltrato infantil de derechos humanos. Como se puede observar en el gráfico 7.

2.4.4. ANÁLISIS TURÍSTICO

Una de las estrategias de la cámara de turismo y de las empresas de turismo fue aconsejar a la municipalidad de Cuenca que la obra no se realizara en la época de vacaciones por que si les hubiese perjudicado en una mayor medida.

De esta manera, la estrategia que planificaron las empresas turísticas en conjunto se convierte en una forma para alcanzar tanto objetivos y metas en conjunto con otras empresas que están compitiendo en un mercado.

Lo que se pudo observar con las empresas que se dedican al turismo es que la reducción del turismo en la ciudad de Cuenca disminuyó por la remodelación de la Calle Larga ya que en ese momento se formaba una especie de cerca que impedía el paso de la ciudad al centro histórico.



Fuente: “Síntesis Plan Especial El Barranco de Cuenca”, (Fundación el Barranco).

Como lo dice Estela Terán de Atención al Turismo del Museo del Banco Central del Ecuador “La Remodelación de la Calle Larga afectó al turismo local en un 20% y al turismo nacional en un 15%, ya que cuando se realizaban los eventos culturales de la ciudad, la falta de parqueamiento, el polvo, la bulla, los cortes de luz y de agua que se dieron, ahuyentó a los turistas extranjeros como nacionales.”

A continuación podemos observar el antes y la propuesta del municipio de Cuenca sobre la Remodelación de Calle larga de la ciudad de Cuenca.

ANTES

3



Fotografía: ANTES DE LA PROPUESTA CALLE LARGA, (Fundación el Barranco)

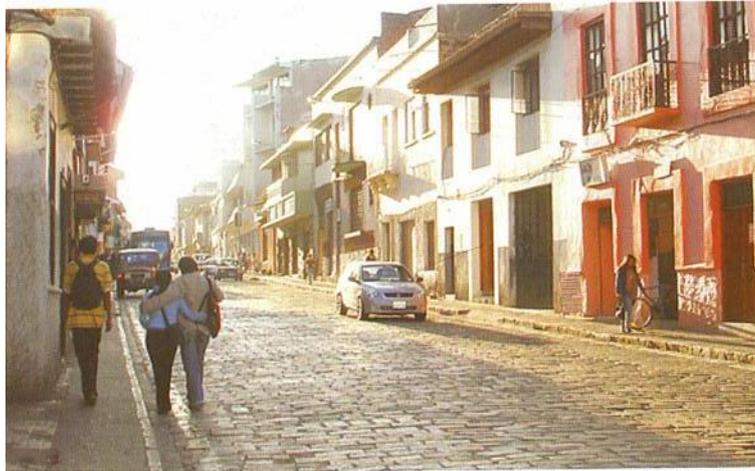
PROPUESTA



Fotografía: PROPUESTA CALLE LARGA, (Fundación el Barranco)

³ Fotografías: “FUNDACION EL BARRANCO”, Síntesis plan especial El Barranco de Cuenca.

ANTES



Fotografía: ANTES DE LA PROPUESTA CALLE LARGA, (Fundación el Barranco)

PROPUESTA



Fotografía: PROPUESTA CALLE LARGA, (Fundación el Barranco)

La diferencia que tuvo la propuesta de las fotografías con la actual remodelación fue que las veredas de la Calle Larga irían sin protección de tubos para los vehículos y estarían a un nivel más alto que la calle.

2.4.5. ANÁLISIS POLÍTICO

Las obras que se realizan en la ciudad de Cuenca como en el resto del país por las labores de nuestros políticos, alcaldes y presidente son por naturaleza y la justificación de haber sido elegidos por su gente. Labores que deben mejorar la ciudad o un país tanto en desarrollo como crecimiento económico,

Cualquier decisión que tomen nuestros gobernantes como políticas monetarias, económicas, creación de leyes o la construcción de obras públicas influyen en la marcha de una economía. Algunas medidas, como el presupuesto, afectan a todas las áreas de la economía y constituyen políticas de tipo macroeconómico. Otras afectan en exclusiva a un sector específico (como por ejemplo, la agricultura) y constituyen políticas de tipo microeconómico. Ambos tipos de medidas están interrelacionadas, puesto que cualquier decisión que afecte a la economía en su totalidad tiene efectos sobre sus distintos sectores económicos y aquella política que afecte sólo a un sector, repercute también sobre el conjunto.



CAPITULO III

VULNERABILIDAD DEL DINERO EN LAS OPERACIONES DE LAS EMPRESAS CUANDO TIENEN PROBLEMAS DE VENTAS POR FACTORES EXTERNOS.

3.1 ACTIVOS CORRIENTES

Para hablar de activos corrientes daremos un concepto sobre que son los activos de una empresa: “valores, bienes, derechos y obligaciones que tiene la empresa; relacionados con su objeto social”.

CORRIENTES

Se refiere a los grupos de cuentas que se estiman van a ser convertidas en dinero dentro de un año a partir de la fecha del Balance o Estado de Situación Inicial; y, lo conforman: disponible, inversiones, exigible y realizable. Estos están ordenados de acuerdo al grado de liquidez; es decir de forma de cómo se cree se va a convertir más rápido en dinero.

- **Disponible:** dentro de este grupo, están las cuentas de: Caja, Caja Chica y Bancos; es decir los valores que se dispone al momento.
- **Inversiones:** dentro de este grupo están las cuentas de los diferentes títulos y valores que se colocan en las instituciones financieras, tales como: Acciones, Bonos, Cédulas hipotecarias, Certificados de depósito, Depósito de ahorro a la vista, Reepos, UVC's, etc. y que tienen hasta 1 año plazo para poder convertirlos en dinero efectivo, las que generan: renta, interés o dividendo.

- **Exigible:** dentro de este grupo, están las cuentas: Clientes, Cuentas por Cobrar, Préstamos a Empleados, Documentos por Cobrar; que le adeudan a la empresa, tales como: facturas de ventas a crédito, letras de cambio, pagarés, etc.
- **Realizable:** dentro de este grupo, está básicamente la cuenta de inventario de mercaderías o productos que dispone la empresa.

Los activos corrientes son de suma importancia en cualquier negocio o empresa porque es el medio para obtener mercancía y servicios. Se requiere un cuidadoso análisis de las operaciones con activos, debido a que estos pueden ser mal invertidos.

La administración de activos generalmente se centra alrededor de dos áreas:

- **El presupuesto de efectivo:** muchos negocios preparan presupuesto de efectivo en el cual incluyen proyecciones de los ingresos y gastos mensuales de efectivo de cada departamento dentro de la organización.
- **El control contable:** es un control interno el cual se encarga de proteger los activos como bienes muebles, bodega de materiales, dinero, especies valoradas, etc. Evitando así el fraude y el robo. Un buen sistema de control interno también ayudara a alcanzar los otros objetivos del manejo eficiente del efectivo, incluyendo la contabilización precisa de las transacciones de efectivo, la anticipación de la necesidad de endeudamiento y el mantenimiento de saldos de efectivos adecuados, pero no excesivos.

3.2 ESTADO DE EFECTIVO

Este estado se realiza analizando todos los movimientos concernientes a las entradas y salidas de efectivo específicos.

El estado de flujo de efectivo es un documento que presenta el efecto que tienen las actividades operativas de inversión y de financiamiento de una empresa sobre sus flujos de efectivo a lo largo de un período contable o fiscal.

En los flujos de efectivo los equivalentes a las transferencias de dinero entre las cuentas bancarias y los equivalentes a; efectivos no aparecen, porque estas transacciones no cambian el valor del "efectivo" que se tiene.

El propósito de este Estado es mostrar la información de un periodo sobre los cobros y pagos de efectivo de una empresa.

Con este Estado el empresario o administrador puede estimar las capacidades de la empresa para generar futuros flujos de efectivo, para cumplir con sus necesidades de financiamiento.

Las actividades de una empresa pueden centrar en tres actividades:

- **Operativas:** que es el efectivo recibido de clientes, el efectivo pagado a proveedores, como el efectivo pagado por intereses.
- **De inversión:** como la venta de activos fijos, como la adquisición de activos fijos.
- **De financiamiento:** Préstamos públicos. Emisión de acciones. Pago de dividendos etc.

3.3 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Las cuentas que intervienen en la creación de Pérdidas y Ganancias o también conocido como de Ingresos y Gastos son las siguientes: compras, gastos, ventas e ingresos.

3.3.1. INGRESOS

Son todos los ingresos de efectivo, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (en un ejercicio económico). Los ingresos se clasifican, en:

- **Ingresos Operacionales.**- son consideradas las utilidades obtenidas por la venta de mercaderías.
- **Ingresos No Operacionales.**- pueden ser de dos tipos INGRESOS FINANCIEROS que son considerados básicamente las utilidades provenientes de: intereses cobrados por ventas a crédito, intereses ganados por inversiones realizadas, por diferencial cambiario, y OTROS INGRESOS que se refiere a las utilidades que no integran dentro de los grupos anteriores (Ingresos Operacionales e Ingresos Financieros) provenientes de: Arriendos Cobrados, Comisiones ganadas por ventas (generalmente en consignación), Utilidad en venta de Activos Fijos.

3.3.2. GASTOS

Son todos los egresos, que significan desembolsos de efectivo para la empresa, los que van a estar en función de su organización (en un ejercicio económico). Éstos se clasifican, en:

- **Gastos Operacionales.**- son considerados los gastos de efectivo que se utiliza en el normal desarrollo de la actividad empresarial, asignados a: sueldos y/o salarios, beneficios sociales de Ley, suministros de oficina, servicios de Agua, Luz, Teléfono, Fax, arrendamiento del local comercial, mantenimiento y reparaciones, publicidad y propaganda, depreciaciones, amortizaciones, etc.

- **Gastos No Operacionales.-** pueden ser de dos tipos GASTOS FINANCIEROS que son considerados básicamente los gastos realizados por intereses pagados por compras a crédito, intereses, comisiones y otros gastos bancarios, por diferencial cambiario, y OTROS GASTOS que se refiere a los gastos que no integran dentro de los anteriores (gastos operacionales y gastos financieros), provenientes de comisiones pagadas, pérdida en venta de Activos Fijos, etc.

3.4 PROBLEMAS DEL ADMINISTRADOR CON EL MANEJO DEL EFECTIVO

El efectivo es el dinero depositado en banco y cualquier medio de cambio, que los bancos acepten en depósitos. La mayoría de los empresarios dirían, "el número mínimo necesario".

Los ejecutivos y administrador de una empresa deben tener como motivo de un análisis permanente el manejo del efectivo, por lo que no es factible tener cifras muy bajas de dinero que permitan el desabastecimiento de mercaderías, bienes o servicios importantes para el funcionamiento, ya que la falta de dinero para la adquisición de mercadería de salida inmediata puede causar daño en la imagen de la empresa por parte de sus clientes y llegar a obteniendo la pérdida de ellos.

El manejo del efectivo significa realmente el manejo de todos los recursos financieros.

Todo administrador debe mantener el efectivo suficiente necesario para pagar sus cuentas. Una empresa o negocio que se queda sin efectivo se verá forzado a cerrar. Pero, no mantener índices altos de efectivo no es muy productivo, ya que este produce poco o ningún ingreso.

Una empresa bien gerenciala cuando tiene las entradas diarias de efectivo se depositan rápidamente en el banco. Con frecuencia una fuente principal de estas entradas diarias es el cobro de las cuentas por cobrar.

Si el negocio necesita más efectivo del que tiene en sus cuentas bancarias, este puede convertir fácilmente parte de sus títulos-valores negociables nuevamente en efectivo.

La mayoría de los empresarios antes de crear una empresa realizan estudios de mercado para ver si es factible la creación de esta. Pequeñas y medianas empresas también deben hacerlo.

La elaboración de un estado de pérdidas y ganancias proyectado permite a los empresarios realizar un planteamiento de las operaciones de su empresa, ya que es necesaria la realización:

- Por el lado de los ingresos: presupuesto de ventas.
- Por el lado de los egresos. Presupuestos de fabricación, ventas, administrativos y financieros.

Para el pequeño empresario es conveniente contar con una herramienta que le permita pronosticar las necesidades de efectivo con el fin de cumplir con los planes de operación de su empresa, esta herramienta es **el flujo de caja**, también conocido como **presupuesto de caja** que permite al empresario identificar en que fecha futura tendrá necesidades de efectivo o sobrante, para tomar las decisiones convenientes.

Es conveniente también conocer en que fechas del año las ventas tienen variaciones muy fuertes como por ejemplo: navidad, día de la madre, día del padre, de los enamorados, carnaval, etc.

Un estudio de mercado y una planificación mal realizada en la creación de la empresa pueden causar problemas en el desarrollo de la misma, un posibles desfinanciamiento y dolores de cabeza para el empresario y su grupo de trabajo.

3.5 INVERSIONES TEMPORALES

Es la colocación de las existencias de efectivo que no se necesitan para las operaciones normales del negocio en actividades distintas, en las cuales pueden estar ganando dinero o interese. Estas inversiones deben ser:

- Deben ser fácilmente negociables a un precio aproximadamente definido.
- Deben ser inversiones a corto plazo de efectivo con la idea de cuando se necesite realizarse dicho efectivo para las operaciones corrientes o las emergencias.

Las dos características principales de las inversiones temporales son:

- Negociabilidad
- Disponibilidad para su uso en el pago del pasivo circulante.

Las inversiones temporales pueden incluir:

- Valores negociables, es decir, acciones, bonos, y cédulas hipotecarias.
- Otras inversiones fácilmente negociables, tales como los pagares y las obligaciones del Gobierno.
- Depósitos a plazo en los bancos

3.6 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR A CORTO PLAZO

Las cuentas y documentos por pagar a corto plazo son una forma de financiamiento que tienen las empresas y que se convierte en obligaciones que la empresa tiene por pagar en un periodo no mayor a un año, a continuación se explicaran las mas utilizadas.

3.6.1. Crédito Comercial.

Son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a los negocios o empresas. Entre estas cuentas por pagar se encuentra la cuenta abierta, la cual permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagar por ellas en un plazo corto determinado, las Aceptaciones Comerciales, que son esencialmente cheques pagaderos al proveedor en un futuro, los Pagarés son reconocimientos formales del crédito recibido, la Consignación en la cual no hay crédito alguno y la propiedad de las mercaderías no pasa nunca al acreedor a la empresa. Entre estas también se pueden encontrar los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventarios como fuentes de recursos.

3.6.2. Crédito Bancario.

Es un tipo de financiamiento a corto plazo obtenido por medio de los bancos, y la más utilizada por las empresas. Para la obtención de este crédito la empresa debe demostrar al banco que es capaz de poderle cancelar.

Cuadro 40: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL CRÉDITO BANCARIO

Ventajas.	Desventajas.
Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades y lo cual sería ventajoso para la empresa.	Un banco sumamente estricto en las condiciones del crédito, provocaría que las operaciones de la empresa no se desarrollen correctamente y afectaría a las utilidades y rendimientos de la empresa.
Permite estabilidad en caso de falta de efectivo en la empresa.	Acarrea tasa pasiva que la empresa debe cancelar por el concepto de intereses.

3.6.3. Pagaré.

Es un título valor o instrumento financiero; documento escrito dirigida de una persona a otra, firmada por el emisor, comprometiéndose a pagar a su presentación, o en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero en unión de sus intereses a una tasa especificada a la orden y al portador. Los pagarés pueden ser al portador o endosables, en otras palabras, que se pueden transmitir a un tercero. Los pagarés pueden emitirlos individuos particulares, empresas o el Estado.

La mayor parte de los pagarés llevan intereses el cual se convierte en un gasto para el girador y un ingreso para el beneficiario.

Cuadro 41: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL PAGARÉ

Ventajas.	Desventajas.
Es pagadero en efectivo.	Puede surgir algún incumplimiento en el pago y requiera acción legal.
Hay alta seguridad de pago al momento de realizar operaciones comerciales.	

3.6.4. Línea de Crédito.

Línea de Crédito se entiende como dinero disponible en el banco, durante un período convenido de antemano. El banco esta de acuerdo en prestar a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro de cierto período, en el momento que lo solicite.

Cuadro 42: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA LÍNEA DE CREDITO

Ventajas	Desventajas
-----------------	--------------------

Es efectivo disponible con lo que la empresa puede contar.	Se debe pagar una tasa de interés cada vez que la línea de crédito se utilizada.
	Este financiamiento esta reservado para los clientes más solventes del banco, y en algunos casos pueden pedir garantía colateral antes de extender la línea de crédito.
	Se le exige a la empresa que mantenga puntual en los pagos para futuras líneas de crédito.

3.6.5. Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar.

Es cuando la empresa consigue financiar las cuentas por cobrar consiguiendo recursos para invertirlos en ella, consistiendo en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente. Es una forma de financiarse la empresa resultando menos costoso y disminuyendo el riesgo de incumplimiento. Obteniendo provecho en los costos que la empresa ahorra al no manejar sus propias operaciones de crédito, sin haber costos de cobranza, puesto que existe un agente encargado de cobrar las cuentas; como tampoco costo del departamento de crédito, como contabilidad y sueldos, la empresa puede eludir el riesgo de incumplimiento al vender las cuentas sin responsabilidad, aunque esto por lo general con más costos, y puede obtener recursos con rapidez.

Cuadro 43: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FINANCIAMIENTO POR MEDIO DE LA CUENTAS POR COBRAR.

Ventajas	Desventajas
Representa menos costos a la compañía	Se dan costos por comisiones al agente
No hay costos de cobranza	Posibilidad de intervención legal por incumplimiento del contrato
Disminuye el riesgo de cobranza	

3.6.6.- Financiamiento por medio de los Inventarios.

Es cuando se usa el inventario como garantía de un préstamo en que se confiere al acreedor el derecho de tomar posesión en caso de que la empresa deje de cumplir dicho pago. Les permite a los directores de la empresa usar el inventario de la empresa como fuente de recursos, en estos casos, como también pueden ser el Depósito en Almacén Público, el Almacenamiento en la Fábrica, el Recibo en Custodia, la Garantía Flotante y la Hipoteca.

Cuadro 44: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FINANCIAMIENTO POR MEDIO DE LOS INVENTARIOS.

Ventajas	Desventajas
Permite usar las mercaderías como herramienta de financiamiento.	Genera costo de financiamiento al deudor.
	En caso de incumplimiento puede perder el inventario de mercadería.

3.7 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR A LARGO PLAZO

Las cuentas y documentos por pagar a largo plazo son parte de los activos a largo plazo que son los adeudos por pagar con un plazo mayor a un año o al ciclo normal de trabajo de la empresa. Se originan por la necesidad de financiamiento de la empresa ya sea, para la adquisición de activos fijos, cancelación de bonos, redención de acciones preferentes, etc. Los pasivos a largo plazo dentro de las empresas más comunes son: los Préstamos hipotecarios y los Bonos u Obligaciones por pagar.

Las tablas de Amortización sirve para reflejar como se está realizando el pago de una deuda contraída mayormente por inversiones cuantiosas que la empresa desea realizar y en donde se mueve a lo que se le llaman "documentos por pagar a largo plazo", ya que, enormes cantidades de dinero no pueden ser pagados al momento, porque se daría en caso de que la empresa se quedara se podría quedar sin liquidez. Estas inversiones generan intereses y gastos, por lo tanto, se necesita llevar un control de lo que se va amortizando (es decir, pagando la deuda). Estos pago se pueden vencer, semestral, mensual o trimestralmente o en cualquier otro intervalo. Si estas cuotas continúan hasta que la deuda ha sido completamente pagada, se dice, que el préstamo está siendo totalmente amortizado. A continuación se les mostrara un ejemplo de cómo puede ser una tabla de amortización:

Los prestamos que realizan las empresas no solo pueden ser cuantiosas sino que van de acuerdo a las necesidades de al empresa y según su tamaño, la tabla de amortización que se muestra en la parte de arriba es de una micro empresa que la realizo para ampliar su negocio.

3.7.1. Hipoteca.

Es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo, sin que el inmueble salga de la posesión de su propietario.

Una hipoteca no es una obligación a pagar, ya que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el deudor no cancele dicha hipoteca, la misma le será arrebatada y pasará a manos del prestatario. Este tipo de financiamiento por lo general es realizado por medio de los bancos.

Cuadro 45: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA HIPOTECA

Ventajas.	Desventajas.
Es rentable para el prestamista ya que obtiene una ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.	Al prestamista le genera una obligación ante terceros.
Da seguridad al prestatario de no obtener pérdida al otorgar el préstamo.	Existe riesgo de surgir cierta intervención legal debido a falta de pago.
El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien.	Para el acreedor de la deuda sino la cancela tiene el riesgo de perder el bien hipotecado.
Para el acreedor es una forma de financiarse para adquirir otros activos fijos o ampliar el negocio.	

3.7.2. Acciones.

Las acciones representan la participación patrimonial o de capital que otorgan el derecho de propiedad de un accionista dentro de la organización o empresa a la que pertenece.

Miden el nivel de participación y lo que al accionista le corresponde dentro de la organización, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionista, derechos preferenciales, etc.

Las acciones pueden ser libremente negociadas en el mercado y se dividen en dos clases:

- **Acciones Comunes.** Son títulos o certificados ordinarios que acreditan a su propietario una parte o cuota del capital, los que se negocian generalmente en la bolsa de valores.
- **Acciones Preferentes.** Son títulos o certificados que emiten las empresas para captar recursos corporativos; los tenedores de estos documentos poseen ciertas preferencias.

Cuadro 46: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE NEGOCIAR LAS ACCIONES

Ventajas	Desventajas
Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso	El empleo de las acciones diluye el control de los actuales accionistas
Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión y adquisición de empresas	El costo de emisión de acciones es alto

3.7.3.-Bonos.

Es un instrumento escrito en la forma de una promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una futura fecha

determinada, en unión a los intereses a una tasa determinada y en fechas determinadas. Son documentos emitidos por instituciones bancarias y financieras del sector público y privado. Cada emisión de bonos está asegurada por una hipoteca conocida como "Escritura de Fideicomiso". Los bonos pueden ser tanto del sector público como del sector privado:

Sector Público:

- **Bonos de Estabilización Monetaria.-** Son títulos valores emitidos por el Banco Central del Ecuador, para el control del medio circulante y regulación de la liquidez de la economía.
- **Bonos del Estado.-** Bonos emitidos por el gobierno central, los recursos captados sirven para financiar el déficit fiscal.
- **Bonos de Fomento.-** Títulos emitidos para canalizar recursos hacia ciertos sectores de la economía; por ejemplo: agrícola, ganadero y pesquero a través del Banco Nacional de Fomento, se negocian entre el Banco Central y los Bancos emisores.
- **Bonos de la Corporación Financiera Nacional.-** Bonos emitidos por la Corporación Financiera Nacional, los recursos captados sirven para financiar actividades del sector industrial.
- **Bonos de Vivienda.-** Emitidos por el Banco Ecuatoriano de la Vivienda, los recursos captados sirven para financiar programas de vivienda.
- **Bonos dólares de captación interna.-** Los recursos captados sirven para financiar obras contempladas en el presupuesto nacional o para cubrir otros requerimientos del gobierno.
- **Bonos Municipales y de Consejos Provinciales.-** Bonos emitidos por estas entidades seccionales a través del Ministerio de Economía y Finanzas, recursos que sirven para financiar obras municipales y provinciales.

Sector Privado:

- **Bonos de Garantía General.**- Son emitidos con la garantía total del patrimonio del emisor.
- **Bonos de Garantía Específica.**- Son emitidos con la garantía específica de ciertos valores o activos de la empresa emisora.
- **Bonos de Prenda.**- títulos emitidos por las secciones comerciales o de ahorros de los bancos privados, los que están garantizados por el capital y reservas de propiedad de la institución emisora, recursos que sirven para financiar básicamente proyectos agrícolas, ganadores, industriales y pesqueros.

Cuadro 47: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE EMITIR BONOS

Ventajas.	Desventajas.
El empleo de los bonos no diluye el control de los actuales accionistas.	La empresa debe ser cuidadosa al momento de invertir dentro de este mercado
Mejoran la liquidez y la situación de capital de trabajo de la empresa	
Los bonos son fáciles de vender ya que sus costos son menores.	

3.7.4.-Arrendamiento.

Es un contrato que se negocia entre el propietario de uno o varios bienes y la empresa que es el arrendatario, a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, los periodos del pago de la renta pueden variar según el acuerdo entre las dos partes.

Cuadro 48: VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL ARRENDAMIENTO

Ventajas.	Desventajas.
Es en financiamiento bastante flexible para las empresas debido a las oportunidades que ofrece.	Algunas empresas usan el arrendamiento como medio para eludir las restricciones presupuestarias cuando el capital se encuentra racionado.
Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.	Un contrato de arrendamiento obliga una tasa de costo por concepto de intereses.
Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.	La principal desventaja del arrendamiento es que resulta más costoso que la compra de activo.

CONCLUSIONES

La remodelación de la Calla Larga, que se efectuó en el año 2006; desde el tramo de la calle Padre Aguirre hasta la Av. Huayna-Cápac, que consta de readoquinamiento, veredas, bordillos, obras hidrosanitarias, canalización telefónica, eléctrica, televisión por cable y semaforización, seguridad ciudadana, señalización y mitigación ambiental. Realizado para el embellecimiento de Cuenca, tuvo un impacto sobre las ventas de los negocios que se encontraban ubicados en aquel sitio. El 86% de las empresas encuestadas tuvieron una disminución en ventas de sus bienes o servicios, el 2% aumentaron y el 12% se mantuvieron. ¿A qué causas se pueden atribuir estas cifras? No exclusivamente a las obras realizadas, como vamos a ver.

Un proyecto urbanístico en la ciudad de Cuenca no se lo hace de la noche a la mañana, se planifica, se realiza estudios técnicos, se obtiene presupuestos, y las obras se avisan a la ciudadanía con anterioridad. Las empresas del sitio donde se realizó la obra tenían conocimiento acerca de una remodelación de la calle, pero muchas de ellas no sabían cuando, no se preocuparon de averiguar la fecha en la que se ejecutaría; pero en igual caso el 81% de todas las empresas encuestadas no planificaron o realizaron algo cuando conocieron que se cerraría la circulación tanto vehicular como peatonal, ya que la mayoría de empresarios pensaron que el impacto en sus ventas no sería tan fuerte.

Si dividimos a sociedades y empresas individuales, casi están en un mismo porcentaje (86% y 81% respectivamente) en nivel de falta de previsión o *NO PLANIFICACIÓN*.

Esto nos indica que la mayoría de las empresas, tanto individuales como las de sociedad, no aplicaron el principio primordial básico para el desarrollo continuo de una empresa, que es el principio de planificación.

Las empresas en sociedad del sitio del impacto son 24, a comparación con las individuales que son 109, cifras que se comprenden ya que una empresa individual es más fácil de formar, el riesgo generalmente es menor porque se utiliza un capital bajo, se toman decisiones sencillas y su control usualmente es sencillo.

Pero, ¿qué paso con las sociedades legalmente constituidas, siendo que en éstas, por su naturaleza, sus propietarios deberían tomar decisiones en consenso, y contar con una gerencia profesional? Tuvieron tiempo para planificar o generar estrategias ante la remodelación de la calle en la que se encontraban ubicados, y que paso cerrada por 133 días.

Esto nos indica que las pérdidas ocasionadas en las empresas ubicadas en el sitio del impacto, no fue solo por la remodelación de la calle Larga sino que también fue por la falta de planificación, y en general de una carencia de gestión administrativa eficaz que existe en las empresas.

Al ver los empresarios que obtenían pérdidas tomaron una fuerte decisión de despedir personal. 51 personas perdieron sus trabajos por la remodelación de la calle larga y la falta de planificación que se dio en las empresas.

El 12% del total encuestado tuvo infecciones de garganta o respiratorias por la cantidad de polvo que causó la remodelación de la Calle. Muchos empresarios se quejaron por este motivo ya que les afectó en su salud y no podían laborar normalmente, algunas empresas tuvieron que tomar decisiones como la de tapar los productos que fabricaban o vendían con plásticos para protegerlos del polvo; este percance no se lo pudo evitar por parte de los propietarios del negocio ya que la mayoría de los que sufrieron este inconveniente eran pequeños empresarios y artesanos de bajos recursos económicos que no pudieron realizar una adecuada gestión empresarial como la de cambiarse temporalmente de lugar para poder laborar. Si se compraba mascarillas para el personal tal vez se evitaba las enfermedades, pero no las pérdidas por no poder vender ya que la gente y los clientes nunca se iban a acercar a un lugar donde el polvo, el ruido y la inaccesibilidad lo impedían.

La mayoría de empresarios, pequeños comerciantes y artesanos en un 79%, y en igual proporción, empresas individuales como sociedades estiman que no podrán recuperar las pérdidas que obtuvieron por el impedimento peatonal y vehicular que se dio en la Calle Larga. Al ver los empresarios que obtenían pérdidas, el 47% de todos ellos no realizaron nada, o consideraron que no pudieron realizar algo para

controlar la situación. Al momento de la realización de las encuestas se pudo observar que la mayoría de los dueños de los pequeños negocios estaban desmotivados por las pérdidas que empezaban a tener ya les tocaba pagar arriendo, luz, personal y otros gastos, y al no poder vender no generaban ingresos. También en algunas empresas constituidas en sociedad como las individuales se resignaron y no generaron soluciones o estrategias ante este problema. Como podemos observar en esta investigación, los empresarios al ver que se da un caso como este del cierre de una calle por algunos meses se desmotivan y se resignan a absorber pérdidas. ¿Qué está sucediendo con la gestión empresarial?, ¿será solo en este sector o también estará pasando en otros sectores de la ciudad y del país?

El 67% de los empresarios que obtuvieron pérdidas estiman que no podrán recuperar las pérdidas, al momento que los encuestados nos dieron esta respuesta se les pudo observar un grado de desmotivación por la falta de ventas que tenían sus negocios. Al contrario en mi opinión si se puede recuperar las ventas con una buena Gestión Empresarial, la idea de la gestión empresarial no es sólo de bajar los costos, como lo hicieron los empresarios de la Calle Larga que en una de sus alternativas fue despedir personal, sino de generar mas utilidades buscando nuevas alternativas y otras fuentes de ingresos.

Por la falta de planificación de los empresarios y por una comunicación no tan eficaz de la Municipalidad de Cuenca, se obtuvo una estimación de pérdida de ventas de \$196.878 dólares sólo en empresas, y negocios individuales que no superan la pérdida de ventas de \$2.500, como también locales cerrados, generación de polvo en gran cantidad.

Desde el punto de vista económico se pudo percibir en la investigación que la Ilustre Municipalidad de Cuenca realiza las obras de generación urbana de acuerdo a sus proyectos y a las propuestas de su Alcalde, y la justificación de haber sido elegidos por su pueblo para que realicen obras que mejoren la ciudad tanto en desarrollo como crecimiento económico. Por ello se invirtió en la Remodelación de la Calle Larga que tuvo un costo de \$1'200.000 aproximadamente y generó trabajo alrededor de 240 personas que participaron directamente en la obra, 10 contratistas,

un número no determinado de fiscalizadores, comercializadoras y proveedores de materiales de construcción; remediando la pérdida de ventas de los micro empresarios y el desempleo que causó a 51 personas que perdieron su trabajo. Esta obra se realizó para el embellecimiento de la ciudad y para atraer el turismo, lo que nos confirman los empresarios del sitio del impacto que se encuentran relacionados con el turismo, que si mejorará; ya que Cuenca se ve cada vez más bella con las obras de regeneración urbana que realiza la ilustre municipalidad de Cuenca y generará mayores ingresos en la ciudad por parte del turismo.

Esta inversión por parte del Gobierno del Ecuador y de la Ilustre Municipalidad de Cuenca disminuyó la tasa de desempleo, incrementó el poder adquisitivo en la gente e incrementó el PIB en la ciudad de Cuenca por la producción corriente de bienes y servicios que se dio por esta obra en el periodo del inicio de la remodelación que fue desde el lunes 20 de marzo de 2006, hasta la culminación de la obra que fue el 31 de julio de 2006, un total de cuatro meses y medio aproximadamente.

CUADRO RESUMEN DEL ESTUDIO DE MERCADO

RESUMEN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS		
Investigación: influencia de la remodelación de la calle larga en los negocios ubicados en el sector.		
Preguntas	Respuestas	Porcentaje
1. Datos de Identificación de la Empresa		
b. Actividad Específica:	Comerciales	22%
	servicio	56%
	artesanales	23%
c. Según el número de propietarios:	Individuales	82%
	sociedades	18%
2. Una vez que conoció que se cerraría la circulación por motivo de remodelación de la Calle Larga, ¿usted tomo alguna medida o planificación?	Si tomo alguna planificación.	19%
	No realizo ninguna planificación.	81%
3. Por la remodelación de la Calle Larga, ¿Ha tenido que cerrar su local o empresa?	Parcial	11%
	Total	32%
	No cerro	57%
5. Con respecto a las ventas, su empresa o local en el transcurso de la remodelación:	Disminuyo	86%
	Aumento	2%
	Se mantuvo	12%
6. ¿Si sus ventas disminuyeron qué hizo usted para controlar la situación?	Si realizo algo para controlar la	53%

	situación.	
	No realizo nada para controlar la situación.	47%
7. Cantidad de personas que perdieron sus empleos personal, como una alternativa de los empresarios para controlar la situación.	51 personas	
8. ¿Considera usted que las pérdidas ocasionadas por esta causa pueden recuperarse?	Si se recuperan	32%
	No se recuperan	67%
9. ¿Ha sufrido alguna enfermedad o molestia en su salud por causa de la remodelación?	Si	17%
	No	83%
10. Empresas Turísticas que en el transcurso de la remodelación ha observado si:	Disminuyó el turismo.	100%
	Aumento el turismo.	0%
	Se mantuvo estable.	0%
11. Empresas Turísticas: ¿Cree usted que mejorará el turismo en la ciudad por la remodelación de la calle larga?	Si mejorara	100%
	No mejorara	0%
12. Ha tenido usted que hacer alguna adecuación o arreglo al local debido a algún daño causado por la remodelación	Si	5%
	No	95%

RECOMENDACIONES

Una recomendación para los empresarios es que deben aplicar el principio primordial para el desarrollo continuo de una empresa que es el principio de planificación y que nos lleva al mejoramiento continuo y desarrollo de la organización. La planeación se debe aplicar en todos los aspectos y facetas de una empresa como puede ser la planeación a corto, largo o mediano plazo, según el tiempo establecido del objetivo o meta; la planeación sobre el lugar o la zona geográfica en donde se establecerá la empresa, la planeación física, como equipo, la maquinaria de la empresa, la tecnología, etc.; la planeación funcional, que involucra las áreas funcionales de la empresa, etc. Los empresarios deben también aplicar la **GESTIÓN ADMINISTRATIVA** y el **ESPIRITU EMPRESARIAL** cuando se dan caso como es la inaccesibilidad peatonal y vehicular de la calle de la calle donde esta ubicada la empresa.

Las empresas y negocios individuales ya que son la mayoría no solo en el sitio del impacto de la remodelación de la calle Larga, sino también del país; se les recomienda que realicen un escenario de los problemas tanto internos como externos del negocio o empresa para que obtengan soluciones y planifiquen mejor su futuro en la vida empresarial, ya que no hay un control cuando se toma una mala decisión y la riqueza como el patrimonio estarían en riesgo.

También se les recomienda a los pequeños comerciantes y artesanos ante problemas de gestión administrativa busquen la asesoría profesional, y no tomar decisiones bruscas o resignarse a obtener pérdidas.

Una recomendación para la Ilustre Municipalidad de Cuenca, es que mejoren en la comunicación de los proyectos urbanísticos que realicen para la ciudad, ya que con la falta de comunicación perjudica a los empresarios y no tienen un lapso de tiempo adecuado para poder generar soluciones o estrategias y así poder controlar las pérdidas que puede generar este tipo de trabajos. Una forma sería por medio de comunicados a cada uno de los locales que se afectarían en el transcurso de una construcción o remodelación, con una anticipación no menor a tres meses.

Otra recomendación para la Ilustre Municipalidad de Cuenca como una compensación a los pequeños comerciantes y artesanos que se encuentren ubicados en un sector donde serian perjudicados momentáneamente en sus ventas por obras que realicen, es la capacitación o la creación de cursos básicos de administración de empresas para los pequeños empresarios y artesanos que no tienen un pensamiento claro de alternativas y estrategias empresariales ante eventualidades como esta, en un curso donde se hable de cómo se podría aprovechar un lugar mejorado y embellecido como es la calle donde se encuentra ubicado el negocio o la empresa. Esta alternativa también sería acogida por la gente como una labor social hacia la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA:

LEY DE COMPAÑIAS DE ECUADOR, legislación conexas-concordancias, agosto de 2005

GUEVARA, Carlos “Metodología de la Investigación”
Editorial U.P.S. Cuenca 2002

ANZOLA, Sérvulo “Curso Básico de Administración de Empresas”
Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A. 2000

Tamayo y Tamayo, Mario “El Proceso de la Investigación Científica”, 1988

ROBBINS, STEHEN P. COULTER, “Administración”.
Persón Educación, México 2000

RODRIGO VALENCIA, JOAQUIN, “Como Administrar Pequeñas Y Medianas Empresas”, Internacional Thanson Editores. México 4ª Edición 1996

BREALEY, RICHARD A, “Manual de Finanzas Corporativas”
Mc Graw-Hill 4ª Edición 1995

FARS, JOSEP, “Finanzas Operativas”
Estudio y ediciones IESSE, Barcelona 1997

MOIX, JAIME, “Practicas Administrativas”
Ediciones Don Bosco 1980

FORES, A, “Organización Empresarial, Económica y Administrativa”.
Ediciones Don Bosco 1978

http://www.elmercurio.com.ec/web/titulares.php?seccion=xJoURMC&código=EbCbhL8ABG&nuevo_mes=07&nuevo_... - 59k

www.elmercurio.com.ec/web/titulares.php?seccion=PIiPF9t&nuevo_mes=05&nuevo_ano=2006&dias=22

www.cuencanos.com

FUNDACIÓN EL BARRANCO, síntesis plan especial, alcaldía de cuenca gobierno local 2005-2009

www.ilustrados.com/publicaciones/EypFEIFAZKJorSZBD.php#facto

[WWW.productividad y eficiencia..htm](http://WWW.productividad-y-eficiencia..htm)

www.ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id11.html

www.desarrolloweb.com/articulos/1763.php

www.monografias.com/trabajos12/proadm/proadm.shtml

www.southlink.com.ar/vap/finanzas_de_la_empresa.htm

www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/20/entornomkt.htm

<http://www.monografias.com/trabajos15/nivel-ingreso/nivel-ingreso.shtml>

www.monografias.com/trabajos13/lapla/lapla.shtml

<http://www.southlink.com.ar/vap/PLANEACION-MERCADO.htm>

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2000/12/pdf/dadush.pdf>

<http://ww1.transparency.org/tilac/biblioteca/consultas/dnld/capitulo23.pdf>

<http://www.cuencanos.com/webs/noticias/detallesnoticiaporid.php?Id=6488>

http://www.elmercurio.com.ec/web/titulares.php?seccion=xJoURMC&codigo=rGqmjJFcku&nuevo_mes=07&nuevo_ano=2006&dias=07¬icias=2006-07-07

ANEXOS

UNIVERSIDAD POLITÈCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÒMICAS

Nos encontramos realizando un análisis de la influencia económica, social, turístico y ecológico en los negocios que se encuentran ubicados en el tramo de la remodelación de la Calle Larga de la ciudad de Cuenca, razón por la cual solicito su colaboración con el cuestionario detallado a continuación el mismo que espero sea respondido con la mayor sinceridad posible, puesto que será de vital apoyo para la investigación planteada.

1. Datos de Identificación de la Empresa

a. Nombre de la Empresa/Local/Propietario

_____.

b. Actividad Específica:

c. Según el número de propietarios: Individual Sociedad

2. Una vez que conoció que se cerraría la circulación por motivo de remodelación de la Calle Larga, ¿usted tomo alguna medida o planificación?

SI NO

¿Cuál? _____

3. Por la remodelación de la Calle Larga, ¿Ha tenido que cerrar su local o empresa?

Total Parcial No lo cerró

4. ¿Conoce de alguna empresa que haya tenido que cerrar definitivamente o se trasladó de ubicación para su atención?

SI Empresa/Local: _____ NO

Actividad _____

5. Con respecto a las ventas, su empresa o local en el transcurso de la remodelación:

ESTIMACIÓN PORCENTAJE

ESTIMACIÓN DOLARES

Disminuyeron _____ % U\$ _____

Aumentaron _____ % U\$ _____

Se mantuvieron _____ % U\$ _____

6. ¿Si sus ventas disminuyeron qué hizo usted para controlar la situación?

—

_____.

7. Si disminuyo personal ¿Cuántos personas perdieron sus empleos?

Nº

8. ¿Considera usted que las pérdidas ocasionadas por esta causa pueden recuperarse?

Si

No

9. ¿Ha sufrido alguna enfermedad o molestia en su salud por causa de la remodelación?

Si

No

10. Ha tenido usted que hacer alguna adecuación o arreglo al local debido a algún daño causado por la remodelación

Si

No

Gracias por su colaboración.

Sr. Jorge Luis García.

Estudiante Ing. Comercial

UNIVERSIDAD POLITÈCNICA SALESIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÒMICAS

Nos encontramos realizando un análisis de la influencia económica, social, turístico y ecológico en los negocios que se encuentran ubicados en el tramo de la remodelación de la Calle Larga de la ciudad de Cuenca, razón por la cual solicito su colaboración con el cuestionario detallado a continuación el mismo que espero sea respondido con la mayor sinceridad posible, puesto que será de vital apoyo para la investigación planteada.

1. Datos de Identificación de la Empresa

a. Nombre de la Empresa/Local/Propietario

_____.

b. Actividad Específica:

c. Según el número de propietarios: Individual Sociedad

2. Una vez que conoció que se cerraría la circulación por motivo de remodelación de la Calle Larga, ¿usted tomo alguna medida o planificación?

SI NO

¿Cuál? _____

3. Por la remodelación de la Calle Larga, ¿Ha tenido que cerrar su local o empresa?

Total Parcial No lo cerró

4. ¿Conoce de alguna empresa que haya tenido que cerrar definitivamente o se trasladó de ubicación para su atención?

SI Empresa/Local: _____ NO

Actividad _____

5. Con respecto a las ventas, su empresa o local en el transcurso de la remodelación:

ESTIMACIÓN PORCENTAJE

ESTIMACIÓN DOLARES

Disminuyeron _____ % U\$ _____

Aumentaron _____ % U\$ _____

Se mantuvieron _____ % U\$ _____

6. ¿Si sus ventas disminuyeron qué hizo usted para controlar la situación?

—

_____.

7. Si disminuyo personal ¿Cuántos personas perdieron sus empleos?

N°

8. ¿Considera usted que las pérdidas ocasionadas por esta causa pueden recuperarse?

Si No

9. ¿Ha sufrido alguna enfermedad o molestia en su salud por causa de la remodelación?

Si No

10. Usted en el transcurso de la remodelación ha observado si:

Disminuyó el turismo

Aumento el turismo

Se mantuvo estable.

11. ¿Cree usted que mejorará el turismo en la ciudad por la remodelación de la calle larga?

Si No

12. Ha tenido usted que hacer alguna adecuación o arreglo al local debido a algún daño causado por la remodelación

Si No

Gracias por su colaboración.

Sr. Jorge Luis García.

Estudiante Ing. Comercial