



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN**

TESIS DE INVESTIGACIÓN

ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL Y SU IMPACTO
SOCIOECONÓMICO EN LAS MADRES EMPRENDEDORAS DEL
SECTOR NUEVO AMANECER PARROQUIA VENUS DEL CANTÓN
QUEVEDO, AÑO 2015.

AUTOR:

JUAN MIGUEL SALVADOR FERNÁNDEZ

TUTOR:

ING. MAYRA PEÑA GALEAS

LECTOR:

MBA. MÁXIMO TUBAY MOREIRA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN COMERCIO Y
ADMINISTRACIÓN.

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2015 - 2016



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN**

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Salvador Fernández Juan Miguel**, declaro que la presente tesis de investigación aquí descrita es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica de Babahoyo Extensión en Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes al presente proyecto, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Quevedo, 15 de febrero del 2016.

SALVADOR FERNÁNDEZ JUAN MIGUEL



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN**

CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

La suscrita, Ing. Mayra Mercedes Peña Galeas, docente de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, certifica que el Egresado **Salvador Fernández Juan Miguel**, realizó la tesis de Investigación previo a la obtención del título de Ciencias de la Educación Mención Comercio y Administración. Titulada “**ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS MADRES EMPRENDEDORAS DEL SECTOR NUEVO AMANECER PARROQUIA VENUS DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015.**”, bajo mi tutoría, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Quevedo, 15 de febrero del 2016.

**ING. MAYRA PEÑA GALEAS
TUTORA TESIS DE INVESTIGACIÓN**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN**

CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE LECTOR

El suscrito, MBA. Máximo Tubay Moreira, docente de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo, certifica que el Egresado **Salvador Fernández Juan Miguel**, realizó la tesis de Investigación previo a la obtención del título de Ciencias de la Educación Mención Comercio y Administración. Titulada **“ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS MADRES EMPRENDEDORAS DEL SECTOR NUEVO AMANECER PARROQUIA VENUS DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015.”**, bajo mi tutoría, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Quevedo, 15 de febrero del 2016.

**MBA. MÁXIMO TUBAY MOREIRA
DOCENTE LECTOR**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN**

APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS MADRES EMPRENDEDORAS DEL SECTOR NUEVO AMANECER PARROQUIA VENUS DEL CANTON QUEVEDO, AÑO 2015, del estudiante Juan Miquel Salvador Fernández, egresado de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación

Para constancia firman:

LA CALIFICACIÓN DE:

EQUIVALENTE A:

MSc. Fátima Morales Intriago
DELEGADO DEL DECANO

MBA. Wilson Briones Caicedo
PROFESOR ESPECIALIZADO

MSc. Mayra Peña Galeas
DELEGADO DEL H.C.D.

Abg. Isela Berruz Mosquera
SECRETARIA

DEDICATORIA

Me gustaría dedicar este proyecto a toda mi familia. A mis padres por su comprensión y ayuda en momentos malos y buenos. Que me han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la esperanza ni desfallecer en el intento.

Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

AGRADECIMIENTO

Primero y como más importante, me gustaría agradecer sinceramente a mi tutora la Ing. Mayra Peña por su esfuerzo y dedicación, impartiendo conocimientos, orientaciones, persistencia, paciencia y motivación han sido fundamentales para mi formación académica. Ha inculcado en mí un sentido de seriedad, responsabilidad y rigor académico sin los cuales no podría tener una formación completa. A su manera, ha sido capaz de ganarse mi lealtad y admiración así sentirme agradecido al todo poderoso como es Dios.

A mis docentes compañeros, considerando su amistad, para todos ellos mis bendiciones.

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS	xii
INDICE DE ILUSTRACIONES	xiii
Tema de investigación	1
Marco contextual	2
CAPITULO I	4
1.1. Situación problemática	4
1.2. Planteamiento del problema	6
1.2.1. Problema general o básico	6
1.2.2. Sub-problemas o derivados	6
1.3. Delimitación de la investigación	7
1.3.1 Delimitación temporal	7
1.3.2 Delimitación espacial	7
1.3.3 Delimitación teórica	7
1.4. Justificación	9
1.5. Objetivos de la investigación	11
1.5.1. Objetivo general	11
1.5.2. Objetivos específicos	11
CAPITULO II	12
2. Marco teórico	12
2.1 Marco conceptual	12
2.1.1. Organización micro empresarial	12
2.1.1.1 El proceso de generación de ideas del negocio	14
2.1.1.2 Análisis de proveedores de empresas	15
2.1.1.3. Esquema de análisis de las ideas de negocios	17
2.1.1.4. Características del empresario familiar	19
2.1.1.5. Valor económico de las metas	21
2.1.1.6. Nuevas prioridades para gastar	22
2.1.1.7. Principales problemas de una pequeña empresa	24
2.1.1.8. Metas de corto plazo	27
2.1.1.9. Aspectos sobre administración	29
2.1.1.10. Sistemas de control gerencial	30
2.1.1.11. Las pequeñas empresas que llevan contabilidad	35

2.1.2.1. Impacto socioeconómico	36
2.1.2.2. Técnicas para la generalización de ideas de negocios.....	38
2.1.2.3. La propiedad intelectual	41
2.1.2.4. Planificación estratégica	42
2.1.2.5. Metas personales.....	45
2.1.2.6. Mantenimiento de oficinas analice su horario de atención	47
2.1.2.7. Sistema de información implemente un sistema de información enfocado en los objetivos que tiene la empresa	48
2.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación.....	51
TESIS 1 Universidad Laica “ELOY ALFARO” DE MANABI, Facultad De Ciencias Administrativas “Creación y administración de una empresa proveedora de recursos para la capacitación de empresarios en el sector comercial de Manta comprendido en el periodo 2010” Autoras: Briones Murillo María Gabriela, Gonzales Chumo Jessica Alexandra. Director de tesis: Ing. Antonio Chancay, Manta- Manabí- Ecuador 2012.	
2.2.1. Publicidad, mercadotecnia y ventas	52
2.2.2. Procesos de estrategia de comercialización	52
2.2.3. Posicionamiento del mercado	53
2.2.4. Segmentación del mercado.....	53
TESIS 2 Universidad Tecnológica Israel Facultad de Administración de Empresas “Diseño de un modelo de gestión de responsabilidad social para pymes” Autor: Nelson Olmedo, Tutor: Ing. José Luis Román año 2012.....	
2.2.5. Las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de quito.....	54
2.2.6. Participación de las pequeñas y medianas empresas en la generación de empleo	54
2.2.7. La responsabilidad en el ámbito legal.....	55
2.3. Postura teórica	57
2.4. Hipótesis.....	60
2.4.1. Hipótesis general o básica	60
2.4.2. Sub-hipótesis o derivadas	60
CAPITULO III.....	61
3. Metodología de la investigación	61
3.1. Modalidad de la investigación	61
3.2. Tipo de investigación.....	63
3.3. Métodos y técnicas.....	64
3.3.1. Método constructivista	64

3.3.2. Método deductivo	64
3.3.3. Método analítico	64
3.3.4. Materiales y equipos.	65
CAPITULO IV	66
4. RESULTADOS	66
4.1. Encuesta realizada a las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.	66
4.1. Encuesta realizada al líder barrial del Sector Nuevo Amanecer.	76
4.3. Conclusiones	86
4.2. Recomendaciones	87
Material de referencia	88
Bibliografía.....	88
ENCUESTA BENEFICIARIAS	93
1. Se efectúa inversiones para el mejoramiento socioeconómico en madres emprendedoras.....	93
2. Conoce algún tipo de estrategia para mantener la organización micro empresarial.....	93
3. Qué tipo de facilidad tiene para acceder a un crédito bancario.....	93
4. Recibe asesoría profesional en el proceso de planeación en el nivel socioeconómico.....	94
5. Cuenta con ayuda dentro de la organización para la estabilidad en el proceso financiero.....	94
6. El tipo de estímulo que recibe para el emprendimiento por parte de las autoridades es:	94
7. La clase de apreciación que se emplea en la dirección y proceso de producción es.....	94
8. El control de las actividades en madres emprendedoras es:.....	94
9. Reciben asesoría productiva para el crecimiento y permanencia de la microempresa	94
10. Se realiza la apreciación de equipo de trabajo en madres emprendedoras	94
ENCUESTA LIDERES BARRIALES	95
1.- Se efectúa sesiones para solicitar el mejoramiento socioeconómico en madres emprendedoras y la comunidad.	95
2.- Conoce usted algún tipo de iniciativa para mantener liderazgo en la organización micro empresarial	95
3.- Qué clase de crédito cree usted que pueden acceder las madres emprendedoras.....	95

4.- Recibe capacitación para mejorar el nivel socioeconómico en su comunidad	96
5.- Cuenta con ayuda de organizaciones para mejoras de las madres emprendedoras y la comunidad.	96
6.- El tipo de ayuda que recibe para el emprendimiento por parte de las autoridades es:	96
.....	96
7.- La clase de apreciación que se debe emplearse durante el proceso de producción es.....	96
8.- Las actividades que desarrollan las madres emprendedoras es:.....	96
9.- Cuentan con su opinión para mejorar la producción de las actividades de emprendimiento.....	96
10.- Se realizan reuniones de equipo de trabajo con las madres emprendedoras	96

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Materiales y equipos.	65
Tabla 2 Muestra	65
Tabla 3 Inversiones en mejoramiento socioeconómico.....	66
Tabla 4 Tipo de estrategia en organización microempresarial.....	67
Tabla 5 Facilidades en acceder a crédito bancario	68
Tabla 6 Asesoría profesional en procesos de planeación socioeconómico.....	69
Tabla 7 Estabilidad en los procesos financieros y organización.	70
Tabla 8 Estimulo de emprendimiento por parte de la autoridades	71
Tabla 9 Clases de apreciación en la dirección y producción.	72
Tabla 10 Control de actividades.....	73
Tabla 11 Asesoría productiva en crecimiento y permanencia microempresarial	74
Tabla 12 apreciación equipo de trabajo en emprendedoras.....	75
Tabla 13 Sesiones de mejoramiento socioeconómico	76
Tabla 14 Iniciativa en mantener liderazgo en organización microempresarial.	77
Tabla 15 Clases de crédito accesible por madres emprendedoras... 78	78
Tabla 16 Capacitación en mejorar nivel socioeconómico en comunidad.....	79
Tabla 17 Ayuda por parte de organizaciones para madres y la comunidad.....	80
Tabla 18 Ayuda al emprendimiento por las autoridades.....	81
Tabla 19 Clases de apreciación empleada en la dirección y producción.....	82
Tabla 20 Actividades que desarrollan las madres.....	83
Tabla 21 Opinión en mejorar producción actividades de emprendimiento.	84
Tabla 22 Reuniones de equipo de trabajo con madre emprendedoras.	85

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Inversiones en mejoramiento socioeconómico	66
Ilustración 2 Tipo de estrategia en organización microempresarial.	67
Ilustración 3 Facilidades en acceder a crédito bancario	68
Ilustración 4 Asesoría profesional en procesos de planeación socioeconómico.....	69
Ilustración 5 Estabilidad en los procesos financieros y organización	70
Ilustración 6 Estímulo de emprendimiento por parte de las autoridades	71
Ilustración 7 Clases de apreciación en la dirección y producción....	72
Ilustración 8 Control de actividades	73
Ilustración 9 Asesoría productiva en crecimiento y permanencia microempresarial.....	74
Ilustración 10 Apreciación equipo de trabajo en emprendedoras....	75
Ilustración 11 Sesiones de mejoramiento socioeconómico.	76
Ilustración 12 Iniciativa en mantener liderazgo en organización microempresarial.....	77
Ilustración 13 Clases de crédito accesible por madres emprendedoras.	78
Ilustración 14 Capacitación mejorar nivel socioeconómico en comunidad.....	79
Ilustración 15 Ayuda pro organizaciones para madres y la comunidad.	80
Ilustración 16 Ayuda de emprendimiento por las autoridades.....	81
Ilustración 17 Clases de apreciación empleada en dirección y producción	82
Ilustración 18 Actividades desarrolladas por las madres.....	83
Ilustración 19 opinión mejorar producción y actividades de emprendimiento.....	84
Ilustración 20 Reuniones de equipo de trabajo con madres emprendedoras.....	85

INTRODUCCIÓN

Luego de varios años de posición comercial en el mercado sobre microempresas, reflejan un porcentaje de negocios familiares y unipersonales, todos creados por esfuerzo de trabajo mancomunado en las familias. Con el deseo de incrementar sus negocios para competir en el mercado actual.

Como se puede apreciar son varios los factores motivacionales que llevan a que una familia desee crear su propia empresa. Por lo general cumplir metas principales, enfrentándose a todas las adversidades, pero sin el conocimiento de técnicas adecuadas para la permanencia de su microempresa. En el Ecuador comparten las mismas características de pequeñas empresas o microempresas con tamaños medios o grandes.

La baja inversión de capital ha presentado una serie de inconvenientes en el bajo rendimiento competitivo, con el esfuerzo de gente emprendedora en la mayoría con sus propios recursos económicos con el fin de crear y crecer en el crecimiento sin que se vea afectado su patrimonio. Entre los aspectos reflejados se encuentran el limitado número de trabajadores que ocupa, el mercado local en el que se desenvuelve, pequeños establecimientos, etc.

En el registro oficial N.- 247 del 18 de enero del 2001, se encuentra publicado el reglamento de aprobación de corporaciones y entidades económicas micro empresariales emitido por el ministerio de trabajo y empleo, entre esas se pueden destacar la formación de las microempresas formadas por un límite de socios y empleados. Con un capital operacional de 200 hasta 20.000 dólares.

Con estos antecedentes durante la investigación se realizará observaciones directas a las experiencias de familiares con sus microempresas, su inicio, administración, permanencia en el mercado,

localización, inversión y algunos otros caracteres que conlleven al crecimiento de una microempresa. En la actualidad los empresarios son renuentes a aceptar inversiones de otras personas en sus negocios sin percatarse que disminuirá su dominio empresarial, debido a la falta de financiamiento.

El propósito de la investigación es potencializar las ideas para crear y fortalecer las microempresas en familias de bajos recursos económicos, tomando decisiones acertadas, independencia, realización personal, satisfacer sus necesidades, dominando la empresa familiar con certeza y explícitas decisiones que deban cumplir.

Se trata de conocer las principales debilidades en la administración económica y productiva, proponiendo una unidad operativa al desarrollo de su gestión durante el impacto económico de las madres emprendedoras.

Tema de investigación

ORGANIZACIÓN MICROEMPRESARIAL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS MADRES EMPRENDEDORAS DEL SECTOR NUEVO AMANECER PARROQUIA VENUS DEL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015.

Marco contextual

En el cantón Quevedo parroquia Venus en el sector nuevo amanecer se encuentra un grupo de madres emprendedoras, con el objetivo de implantar su propio negocio, para mejorar las condiciones económicas conjuntamente con el apoyo incondicional de sus familias.

Esta comunidad cuenta una población aproximada de 2.000 habitantes, con grupos sociales de diferentes ideologías y condiciones económicas, donde se evidencian diferentes necesidades con la esperanza de cumplir sus expectativas. Sin el apoyo de ninguna institución pública y privada. A continuación, citaremos algunos de los autores que han investigado el tema y objeto del mismo estudio.

Según Yaimara Pérez Herrera el diseño del procedimiento para estudiar el clima organizacional en empresas, aportan una lógica estructurada para sistematizar los estudios de clima laboral en el ámbito empresarial presentando los siguientes procedimientos, constando de cuatro etapas abordadas a profundidad.

Base de estudio constituida por los elementos identificando las necesidades a partir del estudio del clima de la organización, formación del grupo de investigación, esta etapa se parte de realizar la identificación de la necesidad del estudio a partir de un diagnóstico en la organización dentro del carácter colectivo laboral analizando detalladamente las funciones desarrolladas, como el cálculo de los indicadores de eficiencia y familiarizarse con la situación real de la organización.

La observación directa, entrevistas, revisión de documentos, encuestas para obtener una visión integral de la entidad, la mayoría de las empresas calculan indicadores de eficiencia para poder evaluar los resultados que alcanzan. Cada área empresarial cuenta con un conjunto de indicadores,

objeto de estudio, productividad del trabajo, tasa de fluctuación laboral, índice de ausentismo, índice de efectividad del cumplimiento del plan de formación compuesto especialmente de la entidad, dirigentes propuestos por el consejo de dirección, trabajos que respondan a los intereses del colectivo laboral.

Según Wilson Mariño el equipo de trabajo forma parte de entrenamiento de los miembros ajenos a la empresa realiza observaciones, profundizar en cuanto a la estructura, los grupos existentes, los valores compartidos, estrategias para una buena organización. La recopilación de la información se la enfoca en la selección de las variables, confección y validación del instrumento de medición, aplicación tomando los resultados del diagnóstico realizado partiendo de las dificultades, la existencia de una corriente de opinión defendiendo las limitaciones de carácter económico, imponiendo la consolidación de un enfoque económico alternativo acompañado de nuevas necesidades del entorno.

Al principio cuesta creer en el grado de relación puede llegar a existir entre el medio ambiente y el cálculo, ya que las entidades como disciplinas que se encuentran plasmadas en virtud de la problemática presentada en las empresas actualmente ejecutadas, demostrando una fuerte influencia que ejerce el medio ambiente de la actividad económica. La búsqueda de soluciones a esta situación exige a las empresas el perfecto conocimiento del problema, implicando explicar el impacto de hoy sobre el futuro de la misma, conocer, identificar, denominar, mensurar, divulgar, reportar y comunicar. Es aquí entonces donde empieza a relacionarse el medio ambiente competitivo.

El proceso capta, registra, reporta e informa en correspondencia con el objetivo claro de medir aquellos hechos económicos que afecten a la entidad para brindar información relevante, fidedigna, confiables, oportuna, comprensible, objetiva e integra a los diferentes accionistas o usuarios.

CAPITULO I

1.1. Situación problemática

En varios países del mundo existen grupos emprendedores que representan una importante fuente económica, a pesar de enfrentar una serie de inconveniente en la estructura permanente de actividad socioeconómico conjuntamente con la administración de microempresas en diferentes sectores de la sociedad. No todas las personas tienen la capacidad de realizar cambios efectivos y duraderos en la administración, se esfuerzan por mejorar la calidad de servicio, involucrando a su familia, difundiendo al fracaso de su negocio; para la administración interna y externa.

La falta de liquidez son consecuencias que forman una serie de problemas serios a los que hay que dar respuestas y soluciones lo más acertada posibles. Ante la competitividad de mercados nacionales e internacionales, conjuntamente proporcionando algunas guías y respuestas a principales problemas que tiene una microempresa, de tal manera que puedan ser solucionadas y permitan alcanzar la meta que se haya propuesto el microempresario o emprendedor.

Para llegar a las respuestas más adecuadas, es importante iniciar un proceso de reconocimiento de la microempresa a crearse; es decir, reconocer las diferentes áreas, funciones y objetivos. De acuerdo a la investigación realizada encontramos detalladamente los principales problemas que pueden llegar a tener las diferentes áreas micro empresariales.

En el Ecuador existen organizaciones, que no cuentan con este modelo de negocios emprendedores, las microempresas surgen de un proyecto

integrador por parte de un ente organizacional. Esto se debe principalmente a líneas generales que no cuentan con un financiamiento para empezar un proyecto emprendedor. Los recursos económicos no le permiten mejorar su productividad e innovación administrativa, desde el punto de transformación de cultura como la formación a través de la exposición del producto y desarrollo interactivo de la actividad principal.

Las respuestas obtenidas en dicha investigación, incluyen una serie de problemas que se bien no afectan simultáneamente a todas las pequeñas microempresas, es necesario que sean consideradas con el propósito de establecer soluciones preventivas ante potenciales dificultades. Para el tamaño de muestra resulta el 90% de microempresas familiares no han podido permanecer ante la competitividad del mercado actual por la falta de técnicas adecuadas.

En el sector Nuevo Amanecer de la Parroquia Venus existen grupos de mujeres emprendedoras en la elaboración de ropa deportiva, casual y lencería, la cual presentan dificultades para su organización e implementación de una microempresa. Algunas vinculadas a la poca formación y técnicas de administración, para enfrentar los desafíos en el mercado actual y al nuevo sistema comercial y competitivo del medio.

Recopilamos la siguiente información de varias emprendedoras de acuerdo a sus opiniones dimos pauta a tales problemas basados a resultados, planteados en la creación de este proyecto mientras se presentan problemas de liquidez para la implementación de su negocio. Se pueden exponer acciones que deben de implementar de manera preventiva, potenciales de emprendimientos, los principales problemas y riesgos que deben considerar antes de empezar. Proporcionar algunas soluciones prácticas a los determinados problemas de núcleo familiar, de tal manera que tengan mayores elementos de juicios para resolverlo, aplicando las recomendaciones y sugerencias emitidas, permitirá disminuir la

probabilidad de problemas y tener mayores criterios para solucionar oportunamente el impacto socio económico.

1.2. Planteamiento del problema

¿Cómo la organización micro empresarial impacta en el nivel socioeconómico en las madres emprendedoras sector Nuevo Amanecer parroquia Venus del cantón Quevedo, año 2015?

1.2.1. Problema general o básico

¿Cuentan con un financiamiento para empezar una organización micro empresarial que les permita mejorar su nivel socioeconómico en el desarrollo interactivo de sus actividades productivas en las madres emprendedoras sector Nuevo Amanecer parroquia Venus del cantón Quevedo, año 2015?

1.2.2. Sub-problemas o derivados

- ✓ ¿Cómo incide el proceso de planeación en el nivel socioeconómico de madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?

- ✓ ¿Cómo incide la organización en el proceso financiero en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?

- ✓ ¿De qué manera incide la dirección en el proceso de productividad en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?

- ✓ ¿Qué medida se puede aplicar en el control de las actividades en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1 Delimitación temporal

Esta investigación se realiza en un lapso de tiempo 4 meses comprendida entre el mes de julio 10 del 2015 hasta el mes de octubre 30 del 2014, se pretendió obtener información, que ayudo a la formación de los cuatros capítulos de esta indagación

1.3.2 Delimitación espacial

El presente propósito investigativo está dirigido a conocer organización micro empresarial y su impacto socioeconómico en las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer parroquia venus del cantón Quevedo, año 2015.

1.3.3 Delimitación teórica

Alrededor del mundo se evidencian cambios con dificultades en la organización de microempresas, en su mayoría presentan déficit de financiamiento mostrando un nivel reducido en el salario dejando insostenible la carga familiar, la cual se busca gestar un programa de apoyo para pequeñas y medianas empresas (PYMES) donde juegan un papel fundamental en el desarrollo y sostenimiento de un país, sin embargo las microempresas contribuyen de manera importante a la economía, normalmente incluidas dentro de cifras muy altas presentadas por indicadores razón por el cual genera un promedio aceptable de empleo multiplicando a grandes escalas la tasa de ingresos, esto se acoge al sistema de administración, planeación, control personal y ventas registrados de manera equitativa.

En los acuerdos clasificados en las empresas públicas dan referencia a un nivel de aceptación importante a la creación y organización de grupos determinados tanto para el sector industrial y comercial, las microempresas han logrado ser la opción para muchas personas que toman la iniciativa de organizarse, viabilizando su economía en el comercio formal.

En países latinoamericanos el sector comercial ha incrementado a un 97.6% en la economía sostenible por microempresas organizadas por diferentes sectores u organizaciones, analizando la cifra podemos notar que la mayoría ocupan un sector importante generada por la unidad productiva de las personas estas se dividen por diversas matrices que constituyen un fortalecimiento en la contribución al (PIB) Producto Interno Bruto, analizando los costos de producción las mismas que resultan fácil de inferir a las fuentes de trabajo y a la simplicidad de su operación, tomando en cuenta el desarrollo del sistema administrativo, financieros, motivando a implementar modelos de mejoras en las microempresas.

En la actualidad nuestro país atraviesa cambios realmente drásticos en la economía, política y el área social en general, razón por el cual es bastante fácil encontrar un trabajo estable que nos permita descubrir a cabalidad las necesidades personales y familiares, en su mayoría poseer algún tipo de negocio que permita obtener ganancias satisfactorias para cubrir nuestras necesidades.

1.4. Justificación

El presente proyecto tiene como finalidad incentivar y mejorar las condiciones socioeconómicas a madres emprendedoras, estableciendo una estructura organizacional productiva con la finalidad de conocer las áreas administrativas.

Proyectando en el área administrativa procesos ágiles y sencillos que pueda brindar ventajas en la organización de las madres, para fortalecer el área económica, tomando en cuenta los aspectos importantes, con el uso de estrategias y previa planificación.

Que las madres participen de una estructura organizacional con la elaboración de sus productos, logrando una competitividad en el mercado en la creación de microempresas productivas, aplicando técnicas apropiadas para la participación activa de la compra y venta. En particular como emprendedoras, mejorando su capacidad de trabajo en equipo, la cual brindará expectativas conductuales y motivadoras en su organización.

Establecer una visión productiva en la creación de su microempresa, incentivadas a una excelente administración, tomando decisiones de manera planificada y organizada, presentando estrategias que orienten al camino a seguir conjuntamente a los planes de labor que debe de llevar, analizando su campo de acción, fortalezas y debilidades.

En el sector Nuevo Amanecer se pretende incentivar a la organización indicando las formas de como constituirse con pasos fundamentales para lograr su desarrollo y productividad, aplicando especialmente una formación equitativa y profesional en las madres con la finalidad que potencialicen los conocimientos y habilidades necesarias para el correcto desenvolvimiento micro empresarial.

Desde un punto de vista administrativo proyectar las áreas orientadas a canalizar los intereses, logros que aporten al crecimiento económico en la comunidad y al desarrollo humano en todos los niveles y modalidades. Estructurando sobre todo las bases de los diversos tópicos existentes en la materia de economía, satisfaciendo las necesidades logradas a los objetivos expuestos en cada una de las beneficiarias.

Indicar a las madres emprendedoras las buenas y mala decisiones que se adoptan en el liderazgo administrativo, ejecutándolas adecuadamente con herramientas fundamentales prácticos para llegar a tener varios resultados positivos y financieros en todos los aspectos que involucren a la microempresa, analizando detalladamente el (FODA) que significa Fortalezas; Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Determinar situaciones reales a fin de establecer soluciones con análisis sistémico y organizado, adicionalmente implementar estrategias, ejecuciones operativas, comerciales y financieras previamente planificadas para beneficios de la microempresa familiar y a la comunidad. Dando a conocer un conjunto de ideas que aporten a su organización con indicadores periódicos de medición en aspectos legales o tributarios, considerando asistencia de personal, horarios de atención, recursos físicos disponibles, manejo de contabilidad, formas de compras, manejo de inventarios, niveles de productividad.

Finalmente relacionar los resultados que deberán evidenciarse en el crecimiento de oportunidades para mejorar la calidad de vida, para ello se propone dar soluciones a tales problemas, fortaleciendo las debilidades organizacionales e inconvenientes que poseen al crear su propia microempresa.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Analizar la organización micro empresarial y su incidencia en el mejoramiento socioeconómico en madres emprendedoras del sector Nuevo Amanecer parroquia Venus del cantón Quevedo.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar el proceso de planeación en el nivel socioeconómico de madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- Determinar la organización en el proceso financiero en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- Verificar la dirección en los procesos de producción en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- Analizar el control de las actividades en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.

CAPITULO II

2. Marco teórico

2.1 Marco conceptual

2.1.1. Organización micro empresarial

Para iniciar con la administración de un negocio requiere de motivación, deseo y talento con previa investigación y planificación, el éxito empieza con pasos decisivos y correctos. Aunque los errores se deben corregir con disciplina y responsabilidad. La mayoría de micro empresas se dedican a la actividad comercial, transformando sus productos de calidad para mejorar una relación directa entre el productor y consumidor, como es de conocimiento las ventas se detallan de acuerdo al mercado, siendo este uno de los sectores más competitivos y que dejan un margen de utilidad, considerando riesgo en sus operaciones (Segovia, 2011).

Se entenderán como subvenciones de capital, las cantidades reconocidas a favor de la empresa, por concepto distinto de las aportaciones a realizar por socios o accionistas a fondo perdido y con carácter no regular o periódico para la sociedad perceptora, con la finalidad de favorecer las instalaciones, el inicio de las actividades o la realización de inversiones en inmovilizado o gastos de proyección plurianual. En ningún caso se considerarán como subvenciones por cuenta de capital las que se destinen a asegurar una renta mínima o a la cobertura de déficit (Editores, 2005).

Para poder formar una empresa es necesario que el aspirante a empresario posea los puntos claros para poder iniciar su caminata en la experiencia de emprender un negocio, ya que le ofrece la oportunidad de una recompensa personal financiera, la oportunidad de crecer dentro de una sociedad, de controlar su propio destino, ser independiente y trabajar autónomamente,

satisfaciendo necesidades de la comunidad, creciendo como individuo sin límite alguno más que su propio horizonte. Para este tipo de estudios es necesario citar algunos hechos de pequeños negocios que se desarrollan en países, ya que debemos buscar siempre la excelencia de los acontecimientos para poder tener guías futuristas y triunfadoras que sean ejemplo más no abusos y vivezas propias de nuestro medio (Núñez, 2006).

En Estados Unidos los pequeños negocios tienen acceso a los mercados mundiales: el 60% de los negocios que venden exitosamente fuera del país son negocios pequeños que emplean menos de 100 trabajadores. En los años 70, cerca de mil estudiantes universitarios tomaron cursos de empresarios. Ahora, varios cientos de escuelas y universidades ofrecen cursos empresariales a miles de estudiantes (Núñez, 2006).

Organizar es la parte de la administración que comprende la asignación de roles para las personas que componen una institución, se hace de una manera internacional para asegurar el logro de los objetivos propuestos. La organización ayuda a crear un ambiente propicio para el desempeño humano, se debe considerar como un medio y no un fin en sí mismo. Visto así, tendremos que considerar la organización como una empresa cooperativa donde cada persona tiene una responsabilidad para cumplir, para lograr el producto, pero esta tarea específica debe ser cumplida en forma efectiva y armoniosa de manera de lograr eficiencia (Cortes, 2006).

Quien organiza debe lograr que el grupo trabaje eficientemente como si fuera uno solo; esto encierra una idea aparentemente contradictoria. Por una parte es preciso separar las actividades que dentro de la empresa se realizan, y por otra es necesario unir de nuevo esas actividades, relacionándolas entre sí para darle significado de un todo (Cortes, 2006).

2.1.1.1 El proceso de generación de ideas del negocio

Es uno de los procesos más complejos al iniciar una empresa es la selección de la idea sobre la cual se trabajará en el negocio. Son pocas las personas que tienen la creatividad e innovación necesarias para proponer una idea diferente a las demás. El proceso de generación de una idea no tiene horario ni se ajusta a un patrón preestablecido, por lo general se produce en el momento, en el lugar y con las personas menos pensadas. La selección de la idea más propicia debe atravesar un proceso de búsqueda de oportunidades que van desde la generación de ideas simples y su análisis detallado hasta que responda a lo planificado (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Es importante que tenga acogida entre sus potenciales, la idea solo quedara en la mente del microempresario porque no podrá ponerla en práctica. Es muy común encontrarse con personas que siguen soñando con la idea de negocios que mantienen en su cabeza desde hace varios años sin haberla puesto en funcionamiento. Muchas veces se trata de ideas fenomenales que darían un resultado inmediato, lamentablemente no han sido puestas en práctica (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

La generación de la idea, por lo general, responde a una serie de intereses y oportunidades tanto personales como de mercado. A partir de este análisis podemos determinar que la idea puede surgir como consecuencia de algunos aspectos, entre ellos podemos mencionar los más importantes. Creación nueva, gustos propios, actualización técnica, habilidades personales, ser proveedor de empresas, mejoría de procesos en consumidores, recursos naturales, mano de obra calificada, vida cotidiana, mejoría a productos existentes, análisis de la comunidad (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

La idea de un negocio propio brinda la originalidad de la idea, muchas veces se piensa que ya todo está creado, sin embargo, todos los días se crea algo nuevo. Basta analizar los productos que existen en la actualidad, en la mayoría de los casos, estos productos no existían hace algunos años (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

2.1.1.2 Análisis de proveedores de empresas

Otro aspecto en el que puede trabajar un microempresario familiar está relacionado con su propia empresa. Por ejemplo, si usted como empleado de una determinada empresa se da cuenta que alguno de sus proveedores le ofrece un mal servicio o sus productos son de mala calidad, podría analizar la posibilidad de instalar una empresa similar a la de sus proveedores, eliminando las causas del mal servicio. Este hecho es particularmente importante cuando las relaciones laborales están a punto de eliminarse, sea por reducción de personal o por procesos de reorganización interna (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Análisis de los negocios de barrio usted puede realizar un análisis de los negocios existentes en su barrio y determinar aquellos que hagan falta. Este análisis debe incluir un estudio para determinar que hacen los potenciales clientes ante la falta de un determinado negocio, es decir, donde adquieren ese servicio o producto que les hace falta (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Mejoría de los procesos de las empresas si usted es empleado de una empresa y ha percatado que un determinado proceso o producto en una empresa puede ser mejorado mediante la adopción de un nuevo sistema de trabajo, puede convertirse en un experto en el tema y con seguridad su idea de mejora será considerada en su microempresa. Con el tiempo, el empresario familiar puede ofrecer el mismo servicio o producto a otras empresas, con lo cual puede crear su nueva empresa (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Ideas de negocios familiares de baja inversión en el tema anterior se analizó el proceso de generación de ideas, el cual culmina con la selección y protección de una idea. A fin de ayudarle en su selección, en este capítulo se describen 100 ideas innovadoras de negocios que pueden ser implementadas por la familia. Se han seleccionado estas 10 ideas por el hecho que no requieren de una inversión de capital muy elevada, sino solamente las ganas y la actitud positiva que pueda tener el emprendedor (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Estas ideas han sido recolectadas en algunos viajes por Chile, Perú, Argentina, Colombia y México a su vez analizando las potencialidades del mercado ecuatoriano. Como se podría observar, algunas han sido ya implementadas en Ecuador, otras han sido creadas en otros países pero aun no funcionan en Ecuador y otras son ideas originales aun no implementadas en ningún país (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

En el caso de las doctrinas que en la actualidad funcionan en Ecuador, el mercado es suficientemente grande para que otra empresa ingrese a competir por los clientes, luego lo más importante son las ganas y la actitud positiva con las que actué el dueño de la microempresa familiar. Cabe señalar que en este libro se incluyen únicamente las ideas referenciales, en caso de ser el mecanismo para microempresa que puede ser el mecanismo para elevar la calidad de vida de su familia (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Por otro lado, es indispensable que las ideas de negocios que generen los emprendedores sobre algún tipo de empresa familiar tienen que responder a una necesidad implícita del mercado, es decir las ideas de negocios familiares preseleccionadas deben tener un potencial mercado de clientes a quienes se tiene satisfacer una necesidad en particular. Paralelamente, las ideas de negocios familiares deben ser éticas y responder a principios

morales. En el caso de productos fabricados o comercializados, los artículos deben ser de la mejor calidad y excelencia.

En el caso de servicios, el microempresario familiar debe procurar que el talento o la habilidad que ofrece satisfagan las necesidades de los clientes. Debe recordar que cada día los clientes son más exigentes con las empresas, por lo que, si un servicio no cubre la necesidad del cliente, con seguridad este reemplazara a la empresa en la que adquirió su servicio inicialmente. Como es conocido los negocios éticos son los que se mantienen y perduran en el tiempo y generan una gran cantidad de recursos a sus dueños. En los negocios que no son éticos es probable que la ganancia inmediata sea alta pero no duradera y el éxito del momento se transforma en fracaso duradero (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Por lo tanto, es deber del microempresario familiar comercializar productos y ofrecer servicios de la más alta calidad posible para ganar clientes duraderos y no solo ventas del momento. Los negocios éticos generan gran cantidad de recursos duraderos a sus dueños, como se señaló en el capítulo anterior existen algunas maneras de obtener ideas de negocios. Lo importante es seleccionar una idea y ponerla en práctica, se han podido observar muchos casos en los cuales se generan excelentes ideas de negocios que se quedan en la mente del emprendedor (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

2.1.1.3. Esquema de análisis de las ideas de negocios

Para facilitar la lección y el análisis, las ideas de negocios que se presentan a continuación han sido evaluadas desde diferentes aspectos, entre los que se destacan los siguientes:

- Nombre de las ideas de negocios, se detalla brevemente el título de la idea.

- Breve descripción del negocio, en pocas palabras se describe el negocio, señalando sus principales características.
- Clientes potenciales, se señalan las características de los potenciales consumidores.
- Necesidad cubierta, de forma concisa se determinan las principales necesidades que la idea mencionada podría satisfacer entre sus potenciales clientes.
- Características del empresario familiar, características que debe cumplir el empresario familiar de tal manera que se puedan disminuir las probabilidades de ingreso de competidores (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Es preferible escoger aquellas en la que usted se sienta a gusto o tenga cierta habilidad que sea difícilmente igualada por un potencial competidor. De esta manera, la probabilidad de que otra persona instale un negocio similar será menor y usted podrá atender y captar a un mayor número de clientes.

Cabe mencionar que en este proyecto se describen ideas novedosas de negocios, es decir que no va a encontrar ideas tradicionales como la instalación de una cafetería, una tienda de barrio, una farmacia, una panadería o una ferretería. Estos son negocios con varios años de antigüedad que han producido réditos a quienes los instalaron hace varios años. Ahora el mercado es muy competitivo o las grandes cadenas empresariales han captado una buena parte de estos clientes, por lo que instalar un negocio en un mercado con demasiada competencia podría ser muy perjudicial para el microempresario familiar (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Ideas de negocios familiares a continuación se detalla cada una de las ideas de negocios, separadas en negocios relacionados con productos y con servicios. Dando que en el servicio se aprovechan las habilidades y

aptitudes de una persona la inversión en negocios familiares de servicios es mucho menor que la relacionada con productos. A continuación se especifican las ideas de negocios sobre productos, es decir negocios sobre bienes tangibles cuya característica es que el comprador o consumidor los observa físicamente antes de realizar su compra (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Exportación de artesanías breve descripción del negocio realizar un catálogo de las principales artesanías que se realizan en el país en las diferentes provincias, tales como sombreros de paja toquilla de Montecristi, madera tratada de San Antonio de Ibarra, artesanías indígenas de Otavalo o Saquisilí, etc. Y ofrecerlo a los migrantes ecuatorianos que residen en el exterior, se trabaja bajo pedido con el dinero de los clientes.

Clientes potenciales Migrantes ecuatorianos que residen en Europa y Estados Unidos. Los migrantes desean elevar su calidad de vida mediante un incremento en sus ingresos personales y han pensado en comenzar una microempresa. Se les facilitara la provisión de productos autóctonos ecuatorianos (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

2.1.1.4. Características del empresario familiar

Tener personas conocidas y de confianza tanto en el mercado internacional como en las zonas artesanales.

La comercialización de ropa confeccionada en ciudades especializadas
breve descripción del negocio realizar un catálogo de las principales confecciones textiles que se realizan en el país, blue jeans de Pelileo, textiles de Atuntaqui, artículos de cuero de Quisapincha, etc. Y ofrecerlas mediante catalogo o mediante exhibición en su casa a sus conocidos de trabajo o de barrio, mediante visitas directas a la casa del cliente. Se compra con tarjeta de crédito y se cobra de contado (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Clientes potenciales cualquier familia de las principales ciudades del Ecuador. **El** deseo de conseguir buena ropa a precios módicos y sin necesidad de trasladarse a otra provincia. Ciertas Características del empresario familiar **es** tener personas conocidas que confeccionan ropa en las diferentes ciudades y tener una red de personas conocidas a quien ofrece el producto (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Importación de productos fabricados de otros países breve descripción del negocio realizar un catálogo de las principales artesanías que se realizan en otros países donde residen migrantes ecuatorianos y ofrecerlo en las principales ciudades del Ecuador. Mantener clientes potenciales .Las características del empresario familiar es tener personas conocidas y de confianza en los países donde residen migrantes ecuatorianos y una red importante de contactos en su ciudad de residencia (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Metas a largo plazo en mi experiencia estas con las más importantes y requieren de un alto grado de perseverancia, porque el fruto de estas no se puede apreciar inmediatamente sino con el pasar de los años, por este motivo en algunas ocasiones el dinero destinado para ellas es desviado para necesidades apremiantes mensuales y por lo tanto el cumplimiento de estas metas nunca llega. A continuación, se indica algunas metas:

- La compra de un terreno
- La compra de un departamento
- La compra o la construcción de una casa
- El ahorro para la universidad de los hijos pequeños
- El establecimiento de un negocio
- La compra de un plan de jubilación personal (Mariño, c), 2010).

Como dije anteriormente lo principal en este tipo de metas es la constancia de la persona. Esta constancia debe estar a prueba de todo tipo de

circunstancias y debe ser la prioridad en el establecimiento de metas, al igual que en el caso anterior cada más debe controlar cuanto se ha avanzado en el cumplimiento de estas metas. Por lo mínimo que sea lo que se haya aprobado, en algunas ocasiones incluso es preferible obtener un préstamo para este tipo de metas; pero como analizaremos más adelante mientras más alta sea la cuota de entrada, menos será la deuda a contraer y menor el interés a pagar (Mariño, c), 2010).

Recuerde que cada persona debe trabajar por un sueño, por un anhelo, por un objetivo. Pienso que los más grandes sueños son los de tener vivienda propia, una buena educación o un negocio propio, cualquiera de ellos, haría muy contenta a la persona que trabaja por lo tanto su adquisición debe ser planificada con varios años de anticipación para que cuesten lo menos posible.

2.1.1.5. Valor económico de las metas

Como habíamos dicho este libro trata sobre las metas materiales aquellas que se pueden comprar, aquellos bienes o servicios que se desea adquirir. Por lo tanto, estas metas tienen un valor económico y deben ser expresadas de tal manera. Por ejemplo, ir a comer en cierto lugar de hamburguesas tiene un costo de \$6 por persona, por lo tanto, si son cuatro miembros de familia, esta meta tiene un costo de \$24. Si se tiene como meta del mes comprar un pantalón de marca, posiblemente esta meta cuesta \$80. Cada uno tiene sus propias metas y debe establecer si sus ingresos le permiten cubrir sus costos (Mariño, c), 2010).

Por ejemplo, si este mes una persona desea comprar un televisor que cuesta \$400 de contado, deberá tener ese dinero en efectivo para cumplir su meta, de lo contrario deberá esperar el tiempo suficiente para reunir tal cantidad. Por lo tanto, a cada meta se le debe asignar un valor, es necesario asignar un valor a las metas a corto, mediano y largo plazo. Para ello

apóyese en los ejemplos indicados a lo largo de este capítulo (Mariño, c), 2010).

Por obvias razones el número de las metas de corto plazo debe ser mayor al de las de mediano y largo plazo, justamente porque las primeras tienen un menor valor económico. Normalmente las metas de mediano y largo plazo no se las puede adquirir inmediatamente, ni tampoco el dinero alcanzar para ese efecto, por ellos es necesario establecer la cantidad mensual que se puede destinar para el cumplimiento de tales metas. Por ultimo determina el número de meses necesario para alcanzar el valor total de cada meta en función del valor mensual que piensa que podrá destinar a cada una de ellas, así por ejemplo si en el caso del automóvil la meta cuesta \$ 9.200 y se va a destinar \$250 mensuales entonces se requieren de 36.8 meses es decir aproximadamente 3 años (Mariño, c), 2010).

Continuando con el ejercicio cada persona puede establecer el monto de sus ingresos que puede destinar al pago de sus metas, ahora no importa si la cantidad es mínima, lo importante es comenzar con el proceso poco a poco, esta cantidad ira aumentando.

2.1.1.6. Nuevas prioridades para gastar

El sistema no queda allí, ahora se requiere de una extraordinaria disciplina y constancia para gastar, se señala que normalmente las personas gastan de la siguiente manera:

- a) Pago de deudas
- b) Diversión
- c) Pago de comida y bebidas
- d) Vestimenta
- e) Transporta y movilización
- f) Gastos no presupuestados

- g) Pago de servicios básicos
- h) Pagos de servicios de salud
- i) Pago de educación
- j) Ahorros (Mariño, c), 2010).

Ahora vamos a ver el consejo 62 para optimizar sus finanzas, antes le aconsejo que se nueva prioridad de gasto sea de la siguiente manera.

1. Pago de metas
2. Pago de gastos prioritarios
3. Pago de gastos no prioritarios
4. Pago de deudas

Cancele primero sus metas antes que sus gastos, este es el objetivo sus metas deben ser canceladas en primera instancia, antes que incurrir en cualquier otro desembolso de dinero. Seguramente estará pensando que esto es imposible que por responsabilidad, primero debe pagar a sus acreedores pues ellos le presionaran para el pago que seguramente se va a sentir más si destina dinero para sus metas antes que pagar sus deudas, etc. (Mariño, c), 2010).

Analicen un poco el tema ¿a nombre de quien es el cheque que usted recibe mensualmente por su sueldo? ¿Cuál es el nombre de la persona que consta como beneficiario en el rol de pagos? ¿Quién se sacrificó todo el mes para ir a trabajar y regresar cansado a su casa? ¿Quién realiza todo el esfuerzo diariamente? Y por último, la pregunta más importante ¿Quién se ganó ese dinero? Sin duda es su dinero, usted trabajo por eso el cheque esta girado a nombre suyo ¡es suyo! No de nadie más, no es de su acreedor para que lo entregue directamente; tampoco es de los bancos que esperan que les pague puntualmente (Mariño, c), 2010).

2.1.1.7. Principales problemas de una pequeña empresa

Durante los últimos meses realizamos una investigación directa en 200 microempresas de la ciudad, en los sectores norte, centro y sur de la ciudad en la que se indagaba directamente sobre las principales características y problemas de las empresas investigadas. Las respuestas obtenidas en dicha investigación incluyen una serie de problemas, que si bien no afectan simultáneamente a todas las pequeñas empresas, es necesario que sean consideradas con el propósito de establecer soluciones preventivas ante potenciales dificultades (Mariño, b), 2008).

Cabe mencionar que la metodología utilizada para la investigación consto de entrevistas y encuestas directas, en las que se empleó preguntas abiertas y cerradas, y otras de profundización acerca de los problemas encontrados. Para el tamaño de muestra de trabajo con más del 90% de nivel de confianza sobre los resultados, los cuales se detallan a continuación. En ellos puede observarse tendencias muy interesantes que a veces se convierten en serios problemas para los microempresarios (Mariño, b), 2008).

Resultado de la investigación sobre los problemas de las pequeñas empresas los resultados permiten obtener tendencias acerca de los problemas encontrados, las cuales se detallan en la primera parte de este capítulo. En la segunda parte se describen algunas situaciones problemáticas que podrían llegar a tener las empresas, pero que se podrían evitar (Mariño, b), 2008).

Principales tendencias encontradas en las encuestas, la planificación estratégica en donde el 95% de los locales comerciales son atendidos directamente por los dueños. Y el 74% de los empresarios afirman que no tienen capacitación formal sobre el manejo del negocio. El 85% de los microempresarios afirman que atienden a sus clientes en base a su

experiencia. Esto en lo que tiene que ver en la planificación estratégica (Mariño, b), 2008).

Dentro de los aspectos administrativos el 72% de los empresarios encuestados indican que trabajan en locales comerciales arrendados. El 41% de los empresarios dicen que algunos de sus principales problemas son los impuestos, ya que son demasiados y difíciles de manejar. El 90% de los empresarios indican que pagan impuestos de cualquier tipo, mientras que el 10% no cancelan ningún tipo de impuesto (Mariño, b), 2008).

El 77% de los pequeños empresarios indican que no cuentan con asesoría externa para el pago de impuestos, mientras que el 23% dicen que cuentan con algún tipo de asesoría tributaria. El 74% de los pequeños empresarios señalan que no cuentan con empleados, por lo tanto el mismo dueño hace todas las gestiones de su empresa (Mariño, b), 2008).

Dentro de los aspectos operacionales el 33% de los empresarios dicen que uno de sus principales problemas es los manejos de inventarios, ya que desconocen cómo hacerlo. El 81% de los empresarios dicen que pagan a sus proveedores antes de que el inventario se cabe en su totalidad. El 66% de las pequeñas empresas no hacen inventario físico de sus productos.

En los aspectos comerciales el 56% de los empresarios dicen que adicionalmente a impuestos e inventarios otro de sus principales problemas son las ventas y el marketing. El 87% de las pequeñas empresas no hacen entregas a domicilio. El 43% de los pequeños empresarios no conocen el nombre de sus principales clientes, es decir no cuentan con una base de datos donde se identifiquen a cada uno. El 49% de los microempresarios, cuando tienen cuentas por cobrar esperan a que sus clientes se acerquen a pagar; no hacen gestión de cobro. Por el contrario el 51% realiza algún tipo de gestión de cobro (Mariño, b), 2008).

Los pequeños empresarios afirman que aproximadamente un 13% de las cuentas por cobrar se han perdido porque los clientes han desaparecido y ya no cancelan la cuenta a crédito podrían ser consideradas como incobrables. El 100% de los pequeños empresarios consideran a los grandes almacenes como competencia directa por los cuales han perdido clientes. El 95% de los empresarios realizan algún tipo de publicidad interna, mientras que solamente el 5% hacen publicidad tanto interna como externa. El 68% de los microempresarios consideran que no tienen dinero para hacer publicidad (Mariño, b), 2008).

Dentro de los resultados financieros el 83% de los empresarios indican que no conocen la rentabilidad real que le deja cada producto o servicio. El 63% de los pequeños empresarios dicen que no tienen acceso a crédito bancario por lo que no pueden financiar sus operaciones. El 7% de los pequeños empresarios indican que han tenido que acudir a crédito con usureros, por lo que han complicado su negocio.

El 70% de los microempresarios indican que las instituciones financieras incluyen muchas dificultades para acceder a un crédito, porque no conocen el negocio de un microempresario y lo consideran igual a cualquier empresa grande. El 61% de las microempresas no llevan contabilidad ni conocen cual es el resultado financiero de su negocio (Mariño, b), 2008).

Solo el 43% de los microempresarios llevan un libro de ingresos y egresos permanentemente que permite conocer el desarrollo del negocio. El resto lo controla con el saldo de caja al final del día. El 14% de los microempresarios no llevan un registro diario de sus ventas. El 65% de los microempresarios no tienen un sueldo fijo, sino que viven del resultado final del negocio. El 81% de los microempresarios pagan los gastos familiares directamente de la caja del negocio. Como se puede observar, los principales problemas de los microempresarios son de diversa índole, por

lo que las soluciones deberán ser prácticas y de fácil aplicación (Mariño, b), 2008).

Otros problemas mencionados adicionalmente los dueños de los negocios mencionaron una serie de problemas en los cuales no se observó una marcada tendencia de repetición, pero que deben ser conocidos por todos los microempresarios para implementar estrategias que los eviten.

Entre los principales, se pueden mencionar siguientes problemas divididos de manera similar de acuerdo a la clasificación de las funciones empresariales (Mariño, b), 2008).

2.1.1.8. Metas de corto plazo

Son aquellas que se pueden conseguir en el transcurso de los siguientes meses y que normalmente no implican una cantidad fuerte de dinero. Van complejas veamos algunos ejemplos:

- Comprar el adorno para la casa en determinado almacén.
- Cambiar las llantas del auto.
- Comprar el pantalón de cierta marca.
- Cambiar la olla de presión que hace falta (Mariño, c), 2010).

Como se puede apreciar, estas metas se pueden referir a gastos prioritarios o a uno que otro “lujito”. Esto es lo interesante; usted se está premiando por su trabajo, está complaciéndose como le dije al inicio, no se trata de ahorrar hay que disfrutar el dinero. Estas metas pueden ser determinadas al inicio de cada mes, en base a las necesidades de cada familia, ensaye haga la prueba con la suya. Determine al inicio de cada mes que cosas desea comprar, a donde desea ir, etc.

Eso sí escoja adecuadamente cada meta; no vaya a ser que se dedique solamente a los “lujos” y deje de lado las prioridades (Mariño, c), 2010).

Estas metas no deben ser determinadas si no se complementan con metas a mediano y sobre todo, a largo plazo. El futuro del trabajo debe verse en cosas que duren con el tiempo, no en cosas temporales.

Metas de mediano plazo son metas que requieren de un poco más de esfuerzo. Su tiempo de obtención es de varios meses y por este motivo su valor monetario es mayor.

Algunas de ellas son las siguientes:

- Comprar un computador.
- Cambiar la cocina.
- Comprar un nuevo juego de comedor.
- Pagar el semestre de la universidad.
- Ir de vacaciones a países vecinos.
- Viajar a conocer Europa.
- Comprar un automóvil.
- Arreglar el sistema de agua de la casa (Mariño, c), 2010).

Como se puede apreciar estas metas tiene un costo más elevado, por lo que requieren de una planificación más detallada. Uno de los aspectos básicos en la fijación de estas metas es establecer si una determinada compra es realmente necesaria. Por ejemplo, siempre habrá que preguntarse si cambiar el televisor por uno de mayor tamaño y tecnología realmente es necesario o simplemente es satisfacer el gusto de algún miembro de la familia (Mariño, c), 2010).

Se debe analizar este aspecto muy objetivo y honestamente ya que de lo contrario lo más usual es que se pague por un artículo grande, al que no se le va a sacar el máximo provecho y se lo utilizara solamente pocas veces. Se debe pensar muy detenidamente en estas compras antes de tomar la decisión de adquirir un artículo de estos, una vez decidida la meta a mediano plazo, lo importante es determinar cómo se la va a conseguir y

mes a mes controlar el cumplimiento de su meta, es básico mantener la constancia y la perseverancia para alcanzarla (Mariño, c), 2010).

Por ejemplo, si para la compra de un computador requiere \$600 se debe determinar mes a mes cuanto le falta para alcanzar esta cifra. Uno de los aspectos más interesantes de este sistema es que conforme se acercan a la meta, la persona se sentirá más segura de sí misma y una vez que la alcance, sentirá la satisfacción de saber que si lo pudo hacer (Mariño, c), 2010).

Como se puede apreciar estas metas tienen un costo más elevado, por lo que requieren de una planificación más detallada, uno de los aspectos básicos en la fijación de estas metas es establecer si una determinada compra es realmente necesaria. Por ejemplo, siempre habrá que preguntarse si cambiar el televisor por uno de mayor tamaño y tecnología realmente es necesario o simplemente es para satisfacer el gusto de algún miembro de la familia. Se debe analizar este aspecto muy objetivo ya que de lo contrario lo más usual es que se pague por un artículo grande, al que no se le va a sacar el máximo provecho y se lo utiliza solamente en estas compras antes de tomar la decisión de adquirir un artículo de estos (Mariño, c), 2010).

Una vez decidida la meta a mediano plazo, lo importante es determinar cómo se la va a conseguir y mes a mes controlar el cumplimiento de su meta, es básico mantener la constancia y la perseverancia para alcanzarla.

2.1.1.9. Aspectos sobre administración

La administración tiene que ver con procurar y proveer los recursos suficientes para que las personas puedan realizar sus funciones de manera eficiente, por lo tanto el objetivo de la administración es crear el ambiente

laboral para que una persona o grupo de personas puedan realizar sus actividades sin contratiempos (Mariño, d), 2008).

Se mencionó que el dueño de la empresa debe realizar una planificación estratégica de su crecimiento, en la que se deben establecer una serie de estrategias y planes de acción para cumplir con los objetivos establecidos. En consecuencia, las actividades administrativas deben ir de la mano con esta planificación estratégica, en la planificación del crecimiento se deben analizar los aspectos administrativos involucrados (equipos y mobiliario, permisos de las autoridades, sistemas de información etc.) veamos entonces algunas estrategias que se deben considerar cuando una empresa desea crecer. Es posible que existan otras dependiendo del giro del negocio, en tal caso las deberá implementar según su criterio e información al respecto (Mariño, d), 2008).

2.1.1.10. Sistemas de control gerencial

Como se mencionó en el capítulo anterior el dueño de la empresa debe establecer un sistema de control interno integral, así como controles específicos para cada aspecto organizacional. Con base en ello y considerando el contenido de los capítulos 1 y 2 veamos a continuación 100 técnicas de control interno aplicables a las pequeñas empresas, partiremos del análisis del sistema de control interno gerencial; es decir el que rige para toda la empresa considerando la clasificación de controles que se mencionó en el primer capítulo de este libro. Los siguientes son algunos ejemplos de controles generales que pueden ser establecidos por la gerencia en un micro o pequeña empresa (Mariño, e), 2010).

Controles organizacionales uno de los propósitos de los gerentes de las pequeñas empresas es asegurar el cumplimiento de los objetivos empresariales en su cumplimiento, esto significa cuidar la rentabilidad y la liquidez de la empresa para cumplir las obligaciones con los proveedores,

el físico, el personal, entre otros y que con el excelente derivado se decida por el crecimiento empresarial (Mariño, e), 2010).

Para ello es necesario la implementación de ciertas medidas de control interno que faciliten el cumplimiento de estos propósitos y eviten los riesgos derivados de una falta de controles. A continuación, veamos algunos de los sistemas de control gerencial.

1. **Establecer objetivos empresariales** como el dueño de la empresa debe establecer objetivos empresariales de corto, mediano y largo plazo, los cuales deben ser cuantificables y alcanzables considerando aspectos de requerimientos de inversión, legales e impositivos, inflacionarios, entre otros. Esta será la guía de la empresa y deberá constar en un documento que sirva para controlar la empresa y el impacto de las decisiones. Usted tendrá que revisar este documento constantemente.
2. **Realizar e implementar una planificación estratégica** paralelamente al aspecto anterior debe realizar un análisis de la empresa en su conjunto: el entorno, la competencia, los factores críticos de éxito, las debilidades internas, las oportunidades y amenazas del mercado. Es decir, realizar una planificación estratégica de la empresa y cumplirla a cabalidad. Si bien este proceso no es usual en las pequeñas empresas, por lo menos se debe manejar un breve documento de los resultados de esta planificación y los planes de acción por adoptar.

De igual manera debe llevar un sistema de control y monitoreo de su planificación para verificar si va de la mano con las decisiones adoptadas.

3. **Proteger físicamente los activos** es indispensable que los activos de la empresa se encuentren protegidos contra eventuales circunstancias tales como robos, apropiaciones ilícitas, daños por accidentes, etc. Para ello necesita implementar medidas mínimas de control, como tener puertas de acceso con las debidas medidas de seguridad nocturna, evitar que el inventario esté al alcance de todos quienes entran; adquirir estrategias de exhibición con cerrojo y espejos, impedir accesos al área de caja, alarmas, etc. En pocas palabras, cuidar los recursos de la empresa con elementos físicos que dificulten el acceso a áreas de valor. Para tener mejor información al respecto, puede visitar otras empresas y analizar sus sistemas de seguridad.

4. **Contratar pólizas de seguros** en concordancia con el aspecto anterior, es necesario proteger los activos de la compañía contra incendios, robos u otras circunstancias que se pueden traducirse en pérdidas económicas para la empresa. Adopte medidas de protección adecuadas contra este tipo de eventualidades: contrate una póliza de seguros que minimice estas pérdidas. Para ello debe cotizar los precios de estas pólizas y sobre todo determinar cuál sería el monto máximo que podría perder en caso de siniestro, para determinar el monto asegurado.

5. **Establecer un plan de contingencia** en las pequeñas empresas este es una de las acciones menos prácticas. Se trata de determinar un plan de contingencia, es decir, que hacer en caso de desastre, pérdida de información, ausencia definitiva del dueño de la empresa u otra eventualidad. Por ejemplo, ¿Qué pasaría con la empresa si se perdiera el libro de ventas y cuentas por cobrar?, ¿Qué pasaría si la computadora donde está la información de la empresa se daña por un virus?

Antes de que esto suceda, es necesario contar con un plan de contingencia que, en este caso, podría ser sacar una copia de este libro cada semana o tener un respaldo magnético de la información contenida en la computadora. Como vemos este tema es muy importante para que la empresa continúe sus actividades sin ningún inconveniente.

6. **Dar instrucciones por escrito** es fundamental que establezca políticas e instrucciones gerenciales a toda la empresa. Para ello es básico que registre estas instrucciones por escrito y así, se conozcan claramente las responsabilidades de cada departamento o persona. Asimismo, pueden establecer todo tipo manual de funciones o procedimientos, de esta manera las políticas de control serán permanentes, ya que normalmente una institución verbal tiende a ser olvidada con el tiempo.

7. **Realizar el presupuesto empresarial** una de las mejores técnicas de control interno es la preparación e implementación de un presupuesto empresarial que determina los objetivos de ventas, rentabilidad, costos y gastos de la empresa. Para poder controlarlo este presupuesto debe estar lo suficientemente detallado y ser coherente con el plan anual, adicionalmente tiene que considerar aspectos tales como las tendencias del mercado, las ventas, el margen de ganancia en cada producto y el detalle pormenorizado de gastos, entre otros.

Paralelamente debe establecer como norma la comparación y la realización de un análisis de las variaciones resultantes, a fin de establecer y adoptar medidas adecuadas y oportunas.

8. **Realizar un análisis mensual de resultados** para controlar el desenvolvimiento empresarial, realice un análisis de los resultados

mensuales con estos balances mensuales, puede evaluar los principales indicadores tales como ventas, costos, gastos o rentabilidad. Las variaciones de cada uno de ellos tendrán un significado muy importante.

Con estos datos puede hacer un estudio de los fondos de la empresa, es decir un comparativo mes a mes de su origen y destino. Para ello examine sus estados de cuenta y fije sus ingresos y egresos. Establezca diferencias en los principales ítems: ventas, materia prima, mano de obra, compra de inventarios, etc. Recuerde incluir todos los desembolsos realizados: préstamos pagados, compra de activos o pago de gastos personales. El análisis mensual de sus resultados financieros le permitirá conocer con exactitud el estado de su economía empresarial.

9. **Realizar una proyección de sus fondos** de igual manera puede realizar una proyección de flujo de fondos, es decir un estimado del presupuesto de ventas, costos y gastos, en función del dinero que recibirá o desembolsará considerando préstamos por pagar o recibir y cualquier otro egreso pendiente. Lo importante es que, al inicio del mes, establezca una proyección diaria de ingresos. Costos y gastos incluya el día real de desembolso, por ejemplo: el día 15 tendrá que pagar las obligaciones con el IESS, la quincena empresarial o una cuenta de proveedores.

Solamente así podrá tomar medidas oportunas sobre la liquidez de su empresa, sin tener que pasar por sustos o inconvenientes por falta de dinero.

10. **Restringir el acceso a la información empresarial** como política empresarial debe restringir el acceso a la información gerencial confidencial en otras palabras, prohibir el acceso a los registros

importantes de la compañía tales como contratos, cuadros contables, saldos bancarios y cualquier información que deba mantenerse en la más estricta reserva

Este tema es importante porque así protegerá los secretos del negocio y evitará que gente malintencionada los use indebidamente. Con toda la información derivada del análisis de los temas mencionados, usted podrá controlar la empresa de forma global, el siguiente paso es determinar las estrategias para implementar estos controles en el menor tiempo posible. Obviamente, esto depende de la situación de cada empresa, el proceso es complejo y requiere de un análisis detallado y objetivo para elegir las medidas más apropiadas a cada caso (Mariño, e), 2010).

Controles de aspectos específicos antes de pasar al análisis detallado de los controles internos aplicables a cada uno de los rubros contables de la pequeña empresa, debemos hacer hincapié en que no todos los rubros tienen la misma importancia en este tipo de empresas, algunos de ellos deben ser tratados con mayor profundidad que otros (Mariño, e), 2010).

Cabe mencionar que cada tipo de pequeña empresa lleva la contabilidad de acuerdo con las normas establecidas mientras que otras solamente lo hacen de una forma básica que se limita a un libro de ingresos y egresos.

2.1.1.11. Las pequeñas empresas que llevan contabilidad

Si efectuamos un breve recorrido por los estados financieros de las empresas pequeñas que llevan contabilidad, podemos indicar que los más importantes y de mayor utilización son el balance general y el estado de pérdidas y ganancias. El primero indica la situación financiera de la empresa en una fecha determinada, además los recursos que posee sus obligaciones con terceras personas y con sus dueños. Divida todo esto en Activos, Pasivos y Patrimonio, respectivamente. De acuerdo con su

liquidez, es decir con su capacidad para transformarse en efectivo (Mariño, e), 2010).

Las empresas que no llevan contabilidad en lo que se refiere a las empresas que no llevan contabilidad, por lo menos deben llevar un Libro de Ingresos y Egresos de la empresa. Se trata de un control detallado diferente al de las empresas obligadas a llevar contabilidad.

En consecuencia, el sistema de control interno debe centrarse en los ingresos, la compra de inventarios, las cuentas por cobrar y demás rubros importantes que indican cuanto recibe o gasta la empresa (Mariño, e), 2010).

2.1.2.1. Impacto socioeconómico

La metodología para esta variable es cuantificar el impacto socio económico que son rigurosas y se basan al uso de técnicas, estándares contrastados académicamente en la valoración de métodos que permiten analizar los diferentes impactos que se producen en la actividad productiva. El impacto directo corresponde a la producción y empleo generado de aquellos sectores que son receptores directos de inversiones que se inician en la organización, desplegándose de nuevas infraestructuras, así no se ven afectados por reformas y normativas regularizadoras creadas por entes públicos (Brochure, 2015)

Actividades económicas de urbanización tiene como protagonista a la población mundial, entender su dinámica que permite conocer su evolución y distribución de indicadores obtenidos a través de los censos. Existen varios factores que influyen en la dinámica poblacional de un país. El crecimiento económico ha obtenido a partir de las diferentes cantidades de productividad a lo largo de la actividad. Puede ser negativa si la cantidad

de defunciones que supera la cantidad de estructura socioeconómica (Arquetipo, 2004).

En los últimos años se ha creado grupos en el área financiera debido a factores de regulación, los tipos de interés y los cambios que se añaden a proyectos que fortalecen la estabilidad económica, analizando los riesgos que se presentan en los créditos. Esta norma se relaciona a todas las entidades, principalmente de mantenerse informado de las aportaciones que se realizan en las organizaciones, es importantes conocer el mercado, políticas y competencias que se presenten en cada una de las áreas contables (Bernestein, 2006)

Satisfacer gustos y preferencias de una persona cuando alguna persona tiene un gusto personal, una afición o un anhelo puede fabricar un producto u ofrecer un servicio que satisfaga estos sueños y anhelos. Por lo general, este gusto es compartido por algunas personas así esta nueva idea de negocios puede satisfacer las preferencias de estas. Lo importante es que otras personas tengan el mismo gusto o afición caso contrario la empresa solo satisfará a su dueño y no al mercado (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Actualización de avances tecnológicos una persona puede actualizarse mediante la lectura de revistas o libros, asistencia a cursos, exposiciones o conferencias, etc. Lo cual puede provocar una idea derivada de su aprendizaje. De hechos una de las empresas más grandes del mundo, analizando las necesidades de información y de avances tecnológicos de una buena cantidad de usuarios mediante un producto o servicio que cubra esta necesidad (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Aprovechar ciertas habilidades personales uno de estos grandes secretos para crear una microempresa con altas probabilidades de éxito es aprovechar las destrezas y habilidades de su fundador debería tratar de

iniciar su negocio familiar en algo relacionado con su fortaleza. Lo importante de este aspecto es que, por lo general, las habilidades y destrezas personales se plasman en productos o servicios de excelente calidad, ya que se los realiza con mucho amor y eficiencia. El resultado obvio será un producto que apreciarán los consumidores (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Aprovechar los recursos naturales conociendo que una de las ventajas de nuestro país son los recursos naturales, por su variedad y belleza, el futuro empresario familiar puede aprovecharlos con el fin de establecer una empresa de turismo que permita ofrecerlos a los potenciales clientes. En el caso del Ecuador, poseemos una cantidad de recursos naturales que aún no han sido explotados adecuadamente (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Analizar las situaciones de la vida cotidiana si usted como futuro empresario logra analizar cada minuto en un día de la vida de las personas más cercanas, está en capacidad de determinar las necesidades y productos que podrían mejorar la calidad de dichas personas, y que aún no han sido creados. Analice detenidamente cada situación de la vida diaria y encontrará muchos requerimientos no satisfechos, este sistema permitirá detectar la potencialidad de productos sustentados a los que existen en la actualidad. Hay muchas otras alternativas para crear una empresa familiar. Usted puede tener algunos otros en su mente y los podría implementar. Lo importante es que de donde provenga la idea de negocios usted la sepa poner en práctica, caso contrario solo será un sueño (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

2.1.2.2. Técnicas para la generalización de ideas de negocios

Nuestra experiencia nos indica que no existe una técnica única para la generación de ideas de negocios. Cualquier técnica que tenga será bienvenida, siempre y cuando su idea de negocios pueda ser aplicada. A

continuación, se detallan y explican algunas de las técnicas más utilizadas que facilitarían la creación de ideas de negocios familiares (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Esta técnica consiste en reunir una serie de personas o su entorno familiar más cercano y preguntarle sus gustos o preferencias para crear una empresa familiar. Se incentiva a los participantes para que indiquen las ideas que tengan en mente, independientemente de si pueden ser aplicadas o parecen irrealizables, se anotan en una hoja todas las ideas, sin importar sus pros y contras. Una vez culminadas las ideas, se señalan sus pros y contras y se escogen aquellas ideas de negocios que resulten más atractivas sean éticas y tengan un potencial de consumidores interesante (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Modificar la realidad consiste en reunir un grupo de personas que sean lo suficientemente creativas para modificar la realidad a partir de ideas absurdas derivadas de la cotidianidad. La técnica parte de una frase básica: “supongamos que...”, entonces las ideas de negocios comienzan a surgir. De igual manera, se anotan todas las ideas, se las analiza y se las escoge aquella idea que pueda ser susceptible de implementación lo que tampoco puede desecharse una idea sin que antes haya sido analizada con detenimiento (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Fuentes especializadas otro método para generar ideas de negocios puede ser la investigación sobre el tema, entre ellas se puede destacar.

- Libros especializados en ideas de negocios, para lo cual se podría investigar.
- Conferencias o seminarios cuyo objetivo sea crear ideas de negocios.
- Revistas de emprendimiento especializadas en ideas de negocios.
- Consultas en internet (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Selección de ideas una vez detectada las oportunidades para el nuevo negocio, viene el proceso de selección de la idea que más convenga y satisfaga al microempresario. Es importante que el administrador reduzca las ideas de negocios preseleccionadas a un máximo de cinco. Obviamente las ideas preseleccionadas deben ser aquellas que cumplan requisitos mínimos de ética y moralidad (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Para todas las ideas preseleccionadas se deberán analizar los siguientes aspectos:

Recursos necesarios: que tan fácil es obtener los recursos necesarios para poner en práctica la idea. Este tema incluye maquinarias, materias primas, inventarios, etc. Sea mediante recursos propios o mediante la ayuda de terceros.

Restricciones: existen a primera vista restricciones legales, técnicas y morales que impiden su implementación.

Experiencia previa: se tiene experiencia en el negocio.

Conocimientos: se conoce el negocio y la forma como se puede implementar (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Habilidades y destrezas: le gustaría hacer este negocio familiar porque tiene habilidades para ello.

Barreras de entrada: una vez que instale el negocio, que fácil es que otras personas copien el negocio.

Demanda: existen varios clientes que estarían interesados en adquirir el producto o servicio.

Precio y costo: se puede calcular cuánto estaría dispuesto a pagar los clientes por este servicio y cuánto costaría comprar o fabricar el producto.

Utilidad: a primera vista se aprecia un margen de utilidad aceptable para el microempresario.

El proceso consiste en dar una valoración a los factores mencionados hasta determinar la idea de negocios que obtenga el mayor puntaje. En este análisis ponderado, es importante resaltar la objetividad porque una

persona puede estar enamorada de una idea y no ver la realidad existente alrededor de ella.

Una vez analizadas las ideas preseleccionadas, el microempresario familiar debe escoger aquellas que tengan las mayores probabilidades de éxito. Antes de implementar una idea, el microempresario debe realizar un plan de negocios, que le indicara con cierto grado de precisión los resultados esperados en el negocio. Recuerde que muchos negocios han fracasado porque solo han llegado a este punto y el empresario ha creído que con esta información era suficiente (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Este plan de negocios consiste en analizar y escribir en detalle los recursos y costos requeridos para una empresa. Adicionalmente, se hace una estimación de las ventas proyectadas y se obtiene un presupuesto financiero para establecer si la empresa generara utilidades o pérdidas. Antes de implementar una nueva empresa, se puede reducir la incertidumbre y el riesgo mediante la elaboración de un plan de negocios. De ser posible, un empresario debe realizar un prototipo del producto o servicio para determinar su factibilidad en la realidad y los problemas con que podría encontrarse.

2.1.2.3. La propiedad intelectual

Una vez seleccionada la idea que se va a poner en práctica, el microempresario debe considerar la posibilidad de proteger su idea, en especial si esta es original. En Ecuador, desde 1998, existe la Ley de Propiedad Intelectual que permite al actor intelectual de una idea protegerla y adquirir los derechos exclusivos de su explotación. La protección de la idea es de vital importancia a fin de evitar que otras personas utilicen una idea creada por otra persona. Esta ley regula, entre otros aspectos, los relacionados con los derechos de autor, la propiedad industrial y las obtenciones vegetales (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

En todos los nuevos negocios es importante que el empresario consulte con un abogado especialista en registros y patentes para analizar su situación y los pasos a seguir para proteger los aspectos involucrados en su nuevo negocio. Este abogado le indicara las instituciones que debería visitar para proteger su idea, el proceso a seguir y sus costos, todo dependerá del giro del negocio que desee instalar. El proceso de creación de un negocio involucra generar ideas novedosas que permitan que el nuevo empresario familiar pueda aprovechar las diferentes oportunidades que le provee el mercado (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

Para generar estas nuevas ideas de negocios, se deben considerar las diferentes situaciones personales y del mercado, y las técnicas de generación de nuevas ideas. Posteriormente, se deben seleccionar las ideas de negocios mediante un sistema de ponderación que permita evaluarlas, analizarlas y seleccionar aquellas que tengan una mayor probabilidad de éxito (Mariño, Procesos de ideas, 2008).

2.1.2.4. Planificación estratégica

- las microempresas en general no tienen estrategias a mediano y largo plazo.
- Existe una forma tradicional de manejo de negocio, que incluye una resistencia al cambio una pasividad y comodidad del dueño de la empresa.
- El negocio sirve para el sustento diario; no se tiene una planificación de mayor plazo.
- La cultura de manejo financiero es del momento o del día.
- Es un negocio de alto riesgo para los microempresarios, ya que no se cuida la salud física no existen planes de seguro social, no hay vacaciones ni beneficios como los tienen las personas en relación de dependencia.

- Pocas veces las nuevas generaciones continúan con el negocio; no les es atractivo.
- Normalmente las microempresas tradicionales carecen de creatividad e innovación para hacer algo diferente a su competencia (Mariño, b), 2008).

Ejecución administrativa

- Se percibe una alta inseguridad provocada por la delincuencia.
- Los microempresarios no tienen un nivel de capacidad dirigido y focalizado hacia la realidad micro empresarial.
- Existe una resistencia a la tecnología.
- La mueblería en la mayoría de las microempresas es tradicional. No existe un concepto de renovación, ya que se considera a la readecuación como un gasto.
- Dependiendo del negocio, se trabaja en jornadas de 12 hasta 15 horas diarias, incluidos sábados y domingos.
- Existe una desprotección del microempresario en temas tributarios, laborales y societarios.
- Se percibe cierto abuso de las autoridades en su control a la pequeña empresa, aprovechando su desconocimiento y escasa asesoría legal.
- Las cuentas se llevan en su pequeño cuaderno de apuntes. Si se pierde no sería posible distinguir los ingresos ya que es el único sitio donde se anotan las cuentas (Mariño, b), 2008).

Ejecución operacional

- No existe control
- Técnico y por escrito de los inventarios. Los controles a veces se limitan a la verificación visual.

- Existe una falta total de control de los auto-consumidores de los productos ofrecidos.
- Algunos microempresarios indican que los proveedores limitan el crecimiento de la microempresa, ya que les hacen acumular inventario innecesario se ven obligados a comprar y sus adquisiciones se basan en indicadores que solo aquellos conocen.
- Al ser negocios pequeños, tienen una alta dependencia de proveedores lo cual es aprovechado por estos, quienes imponen sus reglas y políticas (Mariño, b), 2008).

Ejecución comercial

- Se habla mucho de la competencia, pero no se analizan detenidamente sus estrategias ni se realiza un análisis del entorno circundante a la microempresa.
- Los proveedores ofrecen publicidad, pero la pequeña empresa debe dar algo a cambio, por ejemplo, un espacio de exhibición, menores descuentos, etc.
- En la microempresa la mayoría de veces el cliente compra estrictamente lo que necesita, sin que exista posibilidad de una compra de impulso.
- Los negocios pequeños suelen ser percibidos como negocios de precios altos, muy superiores a los de los grandes almacenes.
- Los empresarios indican que los grandes almacenes les quitaron definitivamente clientes y ventas (Mariño, b), 2008).

Resultado financiero

- Las microempresas no aplican técnicas financieras por desconocimiento y por falta de centros especializados de manejo micro empresarial.

- No se registran todos los gastos o egresos, por lo que no se tienen idea real de cuánto ganan.
- Existe una tendencia a privilegiar el gasto familiar, por lo que se destina muchos fondos en lugar de reinvertirlos en el negocio.
- Las microempresas asumen las pérdidas en caso de robo de mercadería (Mariño, b), 2008).

2.1.2.5. Metas personales

En el capítulo anterior se analizó detenidamente las finanzas personales con el fin de optimizarlas de la mejor manera. Esto es posible, pero falta una de las partes más importantes del proceso: la motivación para hacerlo. Pregúntese cuál es el objetivo de hacer todo esto. La respuesta aparentemente es simple “para vivir mejor” (Mariño, c), 2010).

La respuesta debe ir más allá. ¿Qué nos motiva para realizar toda esta tarea de optimización? ¿Para que trabajamos todos los días con ahínco? Analizando más detenidamente, una respuesta completa debería ser: “Para alcanzar las metas familiares” (Mariño, c), 2010).

Como le había mencionado antes, no se trata de llegar a ahorrar, ahorrar y ahorrar, y solamente pensar en el dinero. No se trata de acumular grandes cantidades en el banco ni de vivir apasionado por el dinero. Si este es su caso lo mejor es que no pierda tiempo leyendo este texto, pues en realidad este trata sobre cómo utilizar el dinero para alcanzar sus metas y tener un verdadero motivo para esforzarse y trabajar diariamente (Mariño, c), 2010).

Exactamente esta es la motivación que le ha de obligar a hacer bien las cosas; las metas que se propongan. Estas metas deben ser concretas, tangibles y medibles. Si no cumplen estas características, no son metas sino propósitos loables más no concretos (Mariño, c), 2010).

Cada vez que menciono este tema, recuerdo todos aquellos ofrecimientos y deseos cada vez que comienza un nuevo año. En la nostalgia del año que termina y la esperanza del nuevo año, se hacen algunas promesas y se plantean propósitos. Pocas de estas metas se logran cumplir y en la mayoría de casos, estos propósitos se repiten año tras año pero nunca se concretan (Mariño, c), 2010).

¿Por qué no se logran alcanzarlos? ¿Por qué cada vez se tiene una excusa para no conseguirlos? Justamente es porque no son específicos y sobre todo porque no existe un plan de acción determinado para cumplirlos. Por lo tanto, ¿Qué pasaría si se establece un plan de acción detallado más a mes? (Mariño, c), 2010).

Muy probablemente las metas se cumplirían. Imagínese ahora que usted percibe que su meta se acerca cada día y que, conforme trabaja puede sentir que muy pronto la cumplirá. ¿Cómo se sentiría? ¿Con cuantas ganas iría a trabajar? ¿Cómo se levantaría día a día? ¿Cuánto llegaría a apreciar el trabajo que tiene? Como las respuestas son obvias, la autoestima y la seguridad se elevarían considerablemente con todos los beneficios en el carácter, en el humor, en las ganas de hacer las tareas, etc. (Mariño, c), 2010).

Por todo esto, es muy importante la fijación de metas. Además, el manejo financiero tiene que ser realizado de la mejor manera para que se cumplan en el mejor tiempo posible. En este capítulo vamos a referirnos exclusivamente a las metas tangibles y al logro de objetivos que se pueda visualizar físicamente, por ejemplo: la compra de un automóvil, la adquisición de un negocio, una casa, un viaje al exterior, etc. Es decir, aquellas metas que requieren de un esfuerzo económico y un buen manejo financiero. No nos vamos a referir a metas intangibles, no requieren del uso de fondos, si una persona desea alcanzar un éxito completo. Por lo dicho vamos a tratar las metas materiales, aquellas que se pueden comprar. Como primer paso hay que determinarlas. Para ello es necesario dividir las

de acuerdo al tiempo, en deudas de corto, mediano y largo plazo (Mariño, c), 2010).

2.1.2.6. Mantenimiento de oficinas analice su horario de atención

Considere si los horarios de atención que usted tiene son los mismos que necesitan sus clientes, para ello determine exactamente en qué momento desearían sus clientes ser atendidos. Un ejemplo cuando nuestros hijos están haciendo los deberes de fin de semana el día domingo y necesitan una hoja o una cartulina, normalmente las papelerías del barrio se encuentran cerradas y no tenemos donde acudir (Mariño, d), 2008).

Proteja los productos de su local ninguna persona podría decir que no está expuesta a que “amigos de lo ajeno” ingresen a su local comercial y lo roben, para evitar estos malos momentos, debe proteger adecuadamente los nuevos locales mediante medidas de seguridad que minimicen esta posibilidad. Lamentablemente algunas empresas han tenido que cerrar sus puertas porque fueron víctimas de un asalto, perdieron su producto y no pudieron cancelar las obligaciones pendientes. Como administradores es nuestra obligación evitar que esta situación suceda (Mariño, d), 2008).

Negocie con los proveedores de insumos y útiles de oficina normalmente una empresa tiene un monto destinado a los insumos y útiles de oficina y limpieza. Si ha decidido que es hora de que su empresa crezca, entonces debería acercarse a sus proveedores para negociar un mejor precio y plazo. Así generara ahorros que ayudaran a su liquidez empresarial. Negocie con sus proveedores de insumos y útiles un mejor precio por la compra de mayor volumen (Mariño, d), 2008).

Evite los celulares de última tecnología es muy común en las empresas en crecimiento solicitar a los proveedores de telefonía celular nuevos paquetes por el incremento de nuevos usuarios. Valiéndose de esta

situación y en su afán de incrementar sus ventas, estas ofrecen planes empresariales que incluyen aparatos celulares de última tecnología. Al final el valor de estos nuevos teléfonos está incluido en las facturas mensuales, lo más óptimo en el afán de ahorrar gastos es indicarles que solamente necesitan el servicio sin actualización de equipos (Mariño, d), 2008).

Cuando solicite productos del crecimiento nuevos planes de telefonía celular, evite comprar equipos nuevos que no necesita. Recuerde que el objetivo de un teléfono es exclusivamente comunicar. Planifique y cancele oportunamente los servicios básicos para crecer debe considerar los requerimientos básicos de estos servicios; disponibilidad de teléfonos, líneas telefónicas, capacidad de la luz eléctrica, etc. Todos estos aspectos, aunque parecen obvios, en algunas ocasiones se descuidan y no se puede abrir un nuevo local por falta de cualquiera de estos servicios, también muchas veces por descuido se deja de cancelar el pago de estos servicios y los cortan. Esto impide efectuar ciertas tareas o hacerlo con eficiencia hasta perjudicar el cierre de ventas (Mariño, d), 2008).

La planificación del crecimiento también debe considerar los requerimientos necesarios en cuanto a servicios básicos. Planifique el trabajo diario de los tramites fuera de la oficina ante el crecimiento las labores de mensajería se incrementan, hay mayores tramites que realizar fuera de la oficina. Trate de que estos no afecten su horario de atención al cliente y procure hacerlos muy en la mañana o al finalizar la tarde, a fin de optimizar el tiempo (Mariño, d), 2008).

2.1.2.7. Sistema de información implemente un sistema de información enfocado en los objetivos que tiene la empresa

Con el fin de monitorear y evaluar el crecimiento empresarial, es necesario implementar un sistema de información que permita al dueño de la empresa conocer con detalle la información que necesita para poder administrar. Lo

importante es tener un sistema de información, aunque sea un cuaderno en el que se anoten las citas de la empresa (monto de ventas, monto de compras, desembolsos realizados, principales productos, proveedores, etc.) es muy importante contar con esta información para tomar decisiones (Mariño, d), 2008).

A fin de evaluar el crecimiento es básico contar con un sistema que provea información para analizar y tomar decisiones oportunas. Mobiliario y equipos adquiera los recursos físicos considerando su nivel de uso real y especificaciones técnicas realmente necesarias normalmente para el crecimiento se va a necesitar una mayor cantidad de equipos y mobiliario. Para ello se necesita conocer la cantidad de lo que se requiere y especialmente, las especificaciones técnicas reales de cada uno de estos requerimientos, a fin de evitar compras excesivas o insuficientes, es muy común adquirir productos de última tecnología o muebles demasiado grandes, que podrían originar pérdida de recursos (Mariño, d), 2008).

Antes de adquirir el mobiliario y equipo necesario para el crecimiento, es necesario establecer sus especificaciones técnicas y adquirirlos en función de ellas. **Adquiera los mobiliarios y equipos a crédito al mayor plazo posible** trate de que estas compras sean a crédito, con un plazo lo más largo posible ya que la inversión para el crecimiento puede ser muy elevada y el mobiliario y los equipos tiene una vida útil de varios años, por lo que deben ser financiados en el largo plazo. De esta manera asegura que los ingresos de la empresa se destinen a los costos y gastos operacionales que generan liquidez inmediata (Mariño, d), 2008).

Obligaciones legales cumpla honestamente sus obligaciones tributarias y de índole legal las empresas del tamaño que sean tienen una serie de obligaciones de tipo legal, en lo relativo a tributación, seguridad social, municipales, etc. Que se bien representan un egreso de liquidez

para la empresa que en muchos casos, no se dispone es necesario cumplirlas inapelablemente (Mariño, d), 2008).

En mi experiencia he podido observar empresas que no han podido crecer porque tenían obligaciones fiscales atrasadas que luego tuvieron que cancelar con recargos, lo que impidió que este dinero sea destinado para el crecimiento. Peores son los casos en los que por falta de pago de estas obligaciones, han sido clausurados temporal o definitivamente sus locales lo que es sumamente perjudicial para la empresa (Mariño, d), 2008).

Asegure el éxito de su negocio registre su marca o cualquier aspecto intangible cuando una empresa inicia su crecimiento genera una mejor imagen empresarial, su marca comienza a ser reconocida en el mercado y esto genera ingresos; muchos competidores podrían estar interesados en ellos. Por lo tanto, para asegurar su crecimiento sobre todo si se trata de la apertura de otros locales comerciales, es muy importante realizar el registro de su marca ante las autoridades competentes. Este registro también puede ser de una metodología, de un proceso, de fórmulas químicas, etc. Consulte con abogados especialistas en registros y marcas para que le guíen en este proceso (Mariño, d), 2008).

Conclusión las tareas de apoyo administrativo implican la ejecución de una cantidad importante de actividades administrativas, entre las que se pueden destacar el mantenimiento de las oficinas o locales comerciales, las tareas de mensajería, el cumplimiento de obligaciones fiscales, el registro de marcas y patentes, el funcionamiento del sistema de información, la provisión y utilización de mobiliario y equipo. Todos estos aspectos deben ser atendidos con oportunidad como parte de la planificación del crecimiento empresarial para evitar problemas futuros y a su vez asegurarlo (Mariño, d), 2008).

2.2. Marco referencial sobre la problemática de investigación

TESIS 1 Universidad Laica “ELOY ALFARO” DE MANABI, Facultad De Ciencias Administrativas “Creación y administración de una empresa proveedora de recursos para la capacitación de empresarios en el sector comercial de Manta comprendido en el periodo 2010” Autoras: Briones Murillo María Gabriela, Gonzales Chumo Jessica Alexandra. **Director de tesis:** Ing. Antonio Chancay, **Manta- Manabí- Ecuador 2012.**

La creación de la empresa proveedora de recursos para la captación de empresarios se justifica porque se busca que los pequeños y medianos empresarios tengan una capacitación elemental la cual necesita urgentemente, ya que la mayoría posee nociones de administración, marketing o tributación. Otra de las razones es por medio de estas instrucciones los empresarios podrán expandir sus negocios y con esto también se producirá un desarrollo en la economía local (Briones Maria, 2010).

El proyecto está dirigido a la ciudadanía, específicamente al sector comercial que es quien maneja el área más importante de movimiento económico de la localidad. Se sustentara por medio de inversión local, que deseen impulsar captaciones mediante el servicio que generan las utilidades, este plan de captación tendrá un proceso de gestión en la actividad comercial (Briones Maria, 2010).

Benchmarking “define el comportamiento administrativo consistente en la comparación sistemática de productos y procesos de producción de una empresa con respecto a los de sus competidores, persiguiendo el fin de utilizar en la propia empresa lo que en las otras den resultados óptimos” (Briones Maria, 2010).

2.2.1. Publicidad, mercadotecnia y ventas

El programa presenta una perspectiva integrada del proceso de comunicar mensajes de marketing para promover productos, ideas, servicios, personas, causas y eventos. Lo que incluye conocimiento en: gerencia de marketing, marketing de gestión, conducta del consumidor, Neuromarketing, marketing internacional, Trade marketing, marketing de servicio, estrategias de precios y ventas, se enfoca hacia la estrategia de mercadeo y el direccionamiento estratégico. Contempla formulación de metas, formulación de estrategias y de programas (Briones & Gonzales, 2010).

Según Philip Kotler, “la cuestión clave a la hora de entender los mercados es comprender a los clientes y a la conducta de los compradores” profesor de marketing internacional de la escuela de negocios Kellogg, ideó un modelo de conducta de compradores de los mercados de consumo que enfatiza, el mecanismo de respuesta al estímulo, mediante el cual los compradores reaccionan a la comercialización y a los estímulos del entorno. Dependiendo de las características personales y estímulos que darán resultados particulares (Kotler, 2008).

2.2.2. Procesos de estrategia de comercialización

Análisis el proceso debe pasar por diversos pasos para estar en el mercado.

Primero se debe analizar el mercado y los clientes para saber qué es lo que le gusta de acuerdo al proyecto segmentar el mercado, clasificarlos a las

edades y gustos de cada uno, cumpliendo con los objetivos de la empresa (Briones & Gonzales, 2010).

2.2.3. Posicionamiento del mercado

La comercialización difiere de la venta; esto supone analizar necesidades identificando clientes idóneos mediante la productividad y comercialización incluye aspectos cualitativos y cuantitativos frente a la demanda y las ventas (Briones & Gonzales, 2010).

2.2.4. Segmentación del mercado

Se define como grupos de compradores lo suficientemente grande con un conjunto de necesidades y preferencias, el que se puede apuntar con un variado mix comercial, el ajuste comercial a fin de abordar resultados en aumento de costo. Por tanto generar beneficios con mayor participación de mercado y también deberá ser posible abordar segmentos eficazmente (Briones & Gonzales, 2010).

TESIS 2 Universidad Tecnológica Israel Facultad de Administración de Empresas “Diseño de un modelo de gestión de responsabilidad social para pymes” Autor: Nelson Olmedo, Tutor: Ing. José Luis Román año 2012

El tema central se constituye a la gestión de responsabilidad social para pymes.

Capítulo I abarca por objetividad la concepción universal de este principio y consecuentemente poder desarrollar el mencionado contexto.

El capítulo II se interpreta diagnóstico de las pequeñas y medianas empresas, con el objeto de conocer sus definiciones, surgimientos, evolución, relevancia económica, social y cultural, posteriormente se determina el marco legal. En el capítulo referente se anexa la creación de

modelo de responsabilidad social, analizando el estudio investigativo en la práctica administrativa (Olmedo, 2012).

2.2.5. Las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito.

La ciudad de Quito es la segunda más poblada del país; el denominado distrito metropolitano de Quito comprende una población de 2.000.000 de habitantes razón por la cual aglomera gran cantidad de habitantes convirtiéndola en un eje de economía del Ecuador (Jativa, 2007).

La importancia del desarrollo de las pymes se fundamenta en que fortalece al sector productivo. Cada vez más empresas dejan de ser pequeñas o medianas para convertirse en grandes empresas, además estas fomentan competencia y competitividad, la cual se observa como motor dinámico en la economía (Jativa, 2007).

Según (Vargas, 2009) es común observar el comercio informal debido a esto se han establecido reformas en las que se impulsa a la creación de la pequeña empresa o pymes, interesando al comerciante a reglamentar y conformar su empresa porque la capital de la República del Ecuador hoy es una metrópolis emprendedora, la cual representa un mercado amigable a la inversión y el sector productivo para el desarrollo de la región y del país (Olmedo, 2012).

2.2.6. Participación de las pequeñas y medianas empresas en la generación de empleo

Según (Marchan, 2006) “La pymes constituye el gran motor de empleo debido a que provee trabajo a gran parte de la población, proporcionando un porcentaje anual del 75% de la obra urbana de acuerdo a las cifras de ingresos contables de microempresas”.

Para su financiamiento, la mayoría de microempresas (67,1%) inicia en sus actividades gracias a sus ahorros personales, mientras que los préstamos a familiares y amigos (12,6%) en instituciones financieras formales (8%), suelen ser la segunda parte de financiamiento utilizada por las microempresas. Es importante resaltar, que el (97%) de los microempresarios que solicitaron un crédito mantuvieron la tasa de éxito anteriormente mencionada (Olmedo, 2012).

Es importante que exista el hábito del ahorro en la sociedad ecuatoriana, sobre todo que este ahorro se canalice a efectuar nuevas inversiones, ya que este es el único camino que permitirá alcanzar un salto de mejor calidad de vida a los habitantes de país (Olmedo, 2012).

En cuanto al marco legal, la ley de fomento de la pequeña industria establecida en 1993, es la encargada de normar al sector de la pequeña empresa **(Guía sobre responsabilidad social 2012)**.

Esto otorgamiento de beneficios como de gradación de impuestos, siempre y cuando sean autorizadas por el comité interministerial de fomento para acogerse a los beneficios de la ley. Actualmente busca ser sustituida por la ley de creación, promoción y fomento de micro, pequeñas y medianas empresas, la cual busca simplificar los trámites de la actividad empresarial a través de la súper intendencia de compañías, creación de un consejo superior de mi pymes y exoneración tributario. Sin embargo, en caso de ser aplicada debido a la ley tributaria deroga la reformatoria a la equidad tributaria (Olmedo, 2012).

2.2.7. La responsabilidad en el ámbito legal

Responsabilidad social en el encargo de identificar los problemas de interés público como: medio ambiente, carencia, desigualdad de ingresos, atención de salud, hambre, desnutrición e ignorancia que competen a todo

tipo de estructuras, para emprender acciones que generen impactos positivos en la sociedad. Pluralidad, sustentabilidad y ética, siendo la meta el desarrollo sustentable del ser humano y su entorno (Guilbert, 2012).

2.3. Postura teórica

Según Briones María Sostiene que la empresa requiere de recursos para la capacitación de sus administradores tanto pequeños y medianos empresarios de forma elemental y urgente, ya que la mayoría de ellos no poseen las mismas nociones de administración, marketing o tributación y las técnicas necesarias para implementar en sus negocios.

Otras razones porque por medio de estas instituciones los empresarios podrán expandir su negocio y con esto también se producirá un desarrollo en la economía local y socio económico, este plan de capacitación tiene un proceso de duración iniciando estrategias adecuadas a la proyección de pequeñas y medianas empresas.

En la actualidad la especialidad también a las temáticas que sirven para distintas áreas de una organización, manteniendo una línea a estándares y practicas competitivas incorporadas a la experiencia de este oficio donde se fomenta la integración de grupos con un amplio conocimiento sobre técnicas, métodos y herramientas que prioricen los recursos de mano de obra.

Para comprender a los objetivos de la organización, distinguiendo los tipos de compradores que se generan en la administración y consumo de transferencias, identificando las satisfacciones y necesidades ligadas a la venta de un producto. Manteniendo la diferencia entre el comercio inmediato, intermediación financiera, servicios de microempresas, administración publica etc.

Según Wilson Mariño El fin de una microempresa es buscar la oferta y demanda que corresponde a las competencias, para alcanzar la distinción significativa en el contexto del mercado analizando los siguientes criterios. Beneficios adicionales para el cliente, demanda de beneficios, valor agregado del producto, calidad, gusto del cliente, incremento de costos y utilidades.

Por objetividad la concepción universal de principios y consecuencias al poder desarrollar el contexto, e interpretación diagnóstica de las pequeñas y medianas empresas. Es conocer surgimientos, evolución, relevancia económica, social y cultural, posteriormente a la determinación de un marco legal, referente a la creación de modelo de microempresas para mejorar la actividad socio económica analizando el estudio en la práctica administrativa.

El éxito de su negocio se registra su marca y la responsabilidad con cualquier aspecto intangible, en la cual una empresa inicia su crecimiento debe generar una mejor imagen empresarial, para ser reconocida en el mercado y esto generara ingresos; muchos competidores podrían estar interesados en ellos. Por lo tanto, para asegurar su crecimiento sobre todo si se trata de la apertura de otros locales comerciales, es muy importante realizar el registro de su marca ante las autoridades competentes. Este registro también puede ser de una metodología, de un proceso, etc.

Realizando el inicio de la administración de un negocio requiere de motivación, deseo y talento con previa investigación y planificación, el éxito empieza con pasos decisivos y correctos. Aunque los errores se deben corregir con disciplina y responsabilidad. La mayoría de micro empresas se dedican a la actividad comercial, transformando sus productos de calidad para mejorar una relación directa entre el productor y consumidor, como es de conocimiento las ventas se detallan de acuerdo al mercado, siendo este

uno de los sectores más competitivos y que dejan un margen de utilidad, considerando riesgo en sus operaciones.

Para poder formar una empresa es necesario que el aspirante posea los puntos claros para poder iniciar su caminata en la experiencia de emprender un negocio, ya que le ofrece la oportunidad de una recompensa personal financiera, la oportunidad de crecer dentro de una sociedad, de controlar su propio destino, ser independiente y trabajar autónomamente, satisfaciendo necesidades de la comunidad, creciendo como individuo sin límite alguno más que su propio horizonte.

Para este tipo de estudios es necesario citar algunos hechos de pequeños negocios que se desarrollan en países, ya que debemos buscar siempre la excelencia de los acontecimientos para poder tener guías futuristas y triunfadoras que sean ejemplo más no abusos y vivezas propias de nuestro medio.

En Estados Unidos los pequeños negocios tienen acceso a los mercados mundiales: el 60% de los negocios que venden exitosamente fuera del país son negocios pequeños que emplean menos de 100 trabajadores. En los años 70, cerca de mil estudiantes universitarios tomaron cursos de empresarios. Ahora, varios cientos de escuelas y universidades ofrecen cursos empresariales a miles de estudiante.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general o básica

El desempeño de la organización microempresarial se relaciona directamente con el impacto socioeconómico en las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer Parroquia Venus del Cantón Quevedo, año 2015.

2.4.2. Sub-hipótesis o derivadas

- El nivel de conocimiento de planificación se relaciona con las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer.
- La organización se relaciona con las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer.
- La dirección en la producción se relaciona con las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer.
- El control de las actividades se relaciona con las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer.

CAPITULO III

3. Metodología de la investigación

3.1. Modalidad de la investigación

La Modalidad general del estudio realizado en esta investigación es teórica y práctica donde cada información obtenida en el campo experimental, justifica el avance del conocimiento adquirido, en la indagación realizada se encuentra constituida en una forma cualitativa y cuantitativa, que lo plantee en el Sector Nuevo Amanecer de la Parroquia Venus del cantón Quevedo Provincia de los Ríos.

En este proyecto doy a conocer los tipos de encuestas que consiste en obtener una opinión general, a una población que carece de ciertos conocimientos específicos de individuos en cuanto a características o hechos determinados en la materia, casos típicos que se estudian a profundidad mediante entrevistas, pruebas, observación continua, etc.,

Se sustentan atreves de estudios exploratorios-descriptivos, aprovechando cada información adquirida descubriendo variables que generan una investigación clara y precisa despejando dudas en cada uno de las madres emprendedoras.

Cabe destacar que podemos verificar las ventajas y desventajas que tienen cada uno de las madres emprendedoras en el conocimiento de la elaboración del producto, la cual nos permite examinar cada una de las habilidades y evaluaciones realizadas en cada una de las participantes, previo a análisis a su impacto socioeconómico, para luego fortalecer cada una de las debilidades y convertirlas en oportunidades con la creación de microempresas. Al cumplimiento de las necesidades que son prioritarias para las familias del sector y de la sociedad.

Analizando los procesos más complejos para iniciar una empresa con la selección de ideas sobre el cual se mantendrá la actividad socioeconómica. Priorizando la creatividad e innovación necesarias para proponer una idea diferente a la sociedad. Recordando que una idea no tiene horario ni se ajusta a un patrón preestablecido, por lo general se produce en el momento, en el lugar y con las personas menos pensadas. La selección de la idea más propicia debe atravesar un proceso de búsqueda de oportunidades que van desde la generación de ideas simples y su análisis detallado hasta que responda a lo planificado.

La metodología más destacada está en la variable es cuantificar el impacto socioeconómico que son rigurosas y se basan al uso de técnicas, estándares contrastados académicamente en la valoración de métodos que permiten analizar los diferentes impactos que se producen en la actividad productiva. El impacto directo corresponde a la producción y empleo generado de aquellos sectores que son receptores directos de inversiones que se inician en la organización, desplegándose de nuevas infraestructuras, así no se ven afectados por reformas y normativas regularizadoras creadas por entes públicos.

3.2. Tipo de investigación

Los tipos a emplearse son los siguientes: Descriptiva, Explicativa y Participativa.

Descriptivo: se efectuará la descripción de las falencias, que se producen en la organización, conjuntamente con las opiniones de las participantes de la comunidad.

Explicativa: permitirá relacionar las ideas obtenidas por parte de las madres, describiendo los aspectos importantes y acercarnos al problema, encontrando las causas del mismo.

Participativa: permitirá el estudio de los problemas que se origina en la creación de micro empresas, con el objetivo de buscar solución y mejorar el nivel de vida de las personas involucradas.

El propósito central es contribuir a la generación de procesos de organización e integración en las madres. Con procesos que permitan orientar y organizar a las madres en la Administración Empresarial. Convirtiéndose en bases sólidas, operativas que promuevan la integración en su microempresa.

3.3. Métodos y técnicas

3.3.1. Método constructivista

Se enfatiza la enseñanza hacia el aprendizaje, procurando que las madres emprendedoras construyan los conceptos, descubriendo hechos y se apropie de los datos estableciendo espacios en la investigación con muy buenos resultados en el área del aprendizaje.

3.3.2. Método deductivo

Trabajar con este método de la deducción generare la particularidad, deduciendo por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

3.3.3. Método analítico

En este método lo podemos conocer que trabaja de lo particular a lo general también es la observación y examen de un hecho. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno con objetivos que se estudia para comprender su esencia. Este método nos permite conocer más del objeto de estudio, y análisis de hechos.

3.3.4. Materiales y equipos.

Tabla 1 Materiales y equipos.

Materiales	Equipos
Hojas	Computadora
Lápiz	Impresora
Esferos	Pendrive
Papelotes	Proyector
Marcadores	
Folletos	
Libros	

Tabla 2 Muestra

En visto de la que la población no pasa de 120 personas no se requiere calcular la muestra.

ESTRATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Líder barrial	1	5%
Comunidad beneficiaria	119	95%
TOTAL	120	100%

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Encuesta realizada a las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.

Tabla 3 Inversiones en mejoramiento socioeconómico.

Variable	Frecuencia
Si	90
No	10
A veces	19
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 1 Inversiones en mejoramiento socioeconómico



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la primera pregunta establecida, radica en un 76% de las madres emprendedoras encuestadas Si cuentan con inversiones para mejorar su situación socioeconómica, mientras que el 8% opinan que no y el 16% opina a veces.

Tabla 4 Tipo de estrategia en organización microempresarial

Variable	Frecuencia
Si	40
No	79
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 2 Tipo de estrategia en organización microempresarial.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la segunda pregunta establecida, radica en un 34% de las madres emprendedoras encuestadas si conocen algún tipo de estrategia en organización micro empresarial y el 66% no tiene ningún tipo de conocimiento en estrategia.

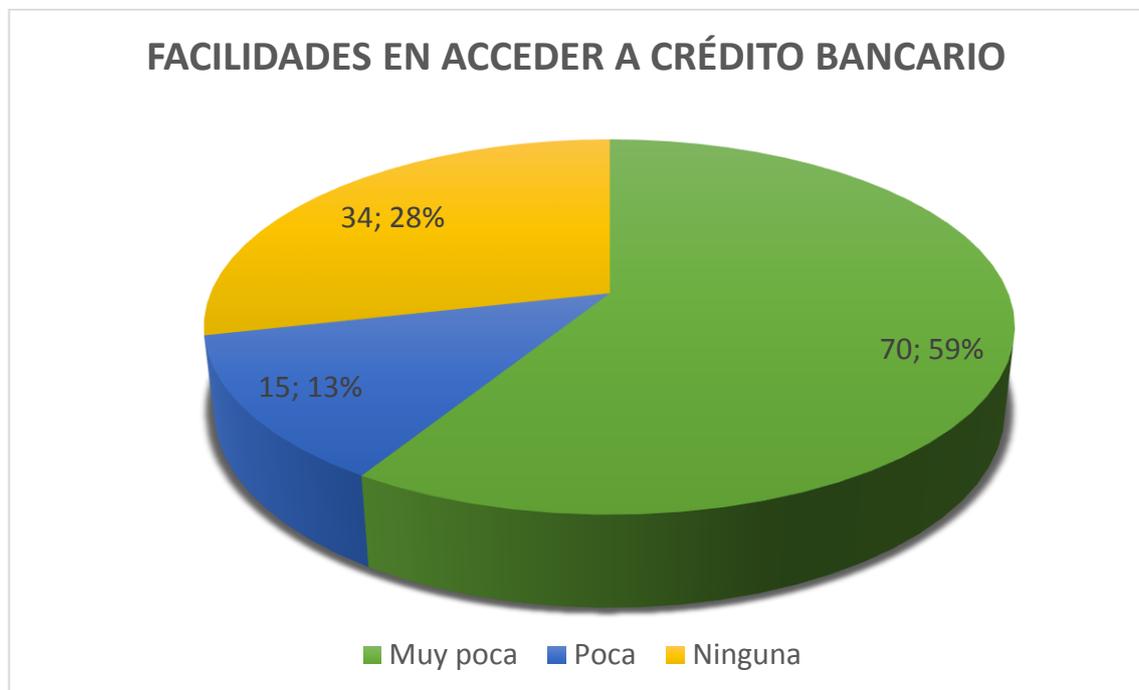
Tabla 5 Facilidades en acceder a crédito bancario

Variable	Frecuencia
Muy poca	70
Poca	15
Ninguna	34
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 3 Facilidades en acceder a crédito bancario



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la tercera pregunta establecida, radica en un 59% de las madres emprendedoras encuestadas Si tienen facilidad al acceder a un crédito bancario, mientras que el 13% no cuentan con facilidad y el 28% ninguna.

Tabla 6 Asesoría profesional en procesos de planeación socioeconómico.

Variable	Frecuencia
Si	30
No	60
A veces	29
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández

Ilustración 4 Asesoría profesional en procesos de planeación socioeconómico.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández

De acuerdo a la cuarta pregunta establecida, radica en un 25% de las madres emprendedoras encuestadas si cuentan con asesoría profesional en el proceso de planeación socioeconómico, mientras que el 51% no cuenta con asesoría y el 24% a veces.

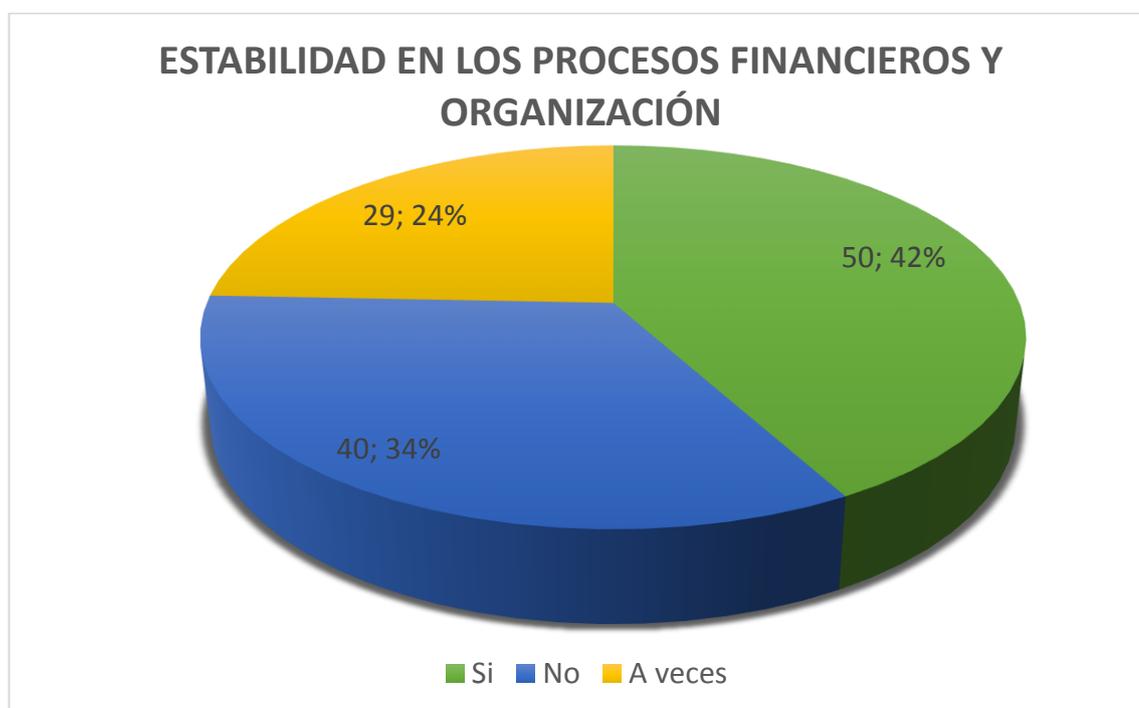
Tabla 7 Estabilidad en los procesos financieros y organización.

Variable	Frecuencia
Si	50
No	40
A veces	29
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 5 Estabilidad en los procesos financieros y organización



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la quinta pregunta establecida, radica en un 42% de las madres emprendedoras encuestadas si cuentan con estabilidad en los procesos financieros y organización, mientras que el 34% no cuenta con estabilidad y el 24% a veces.

Tabla 8 Estimulo de emprendimiento por parte de la autoridades

Variable	Frecuencia
Activo	60
Pasivo	59
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 6 Estímulo de emprendimiento por parte de las autoridades



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la sexta pregunta establecida, radica en un 50% de las madres emprendedoras encuestadas tiene un estímulo activo de emprendimiento por parte de las autoridades y el otro 50% cuentan con un estímulo pasivo.

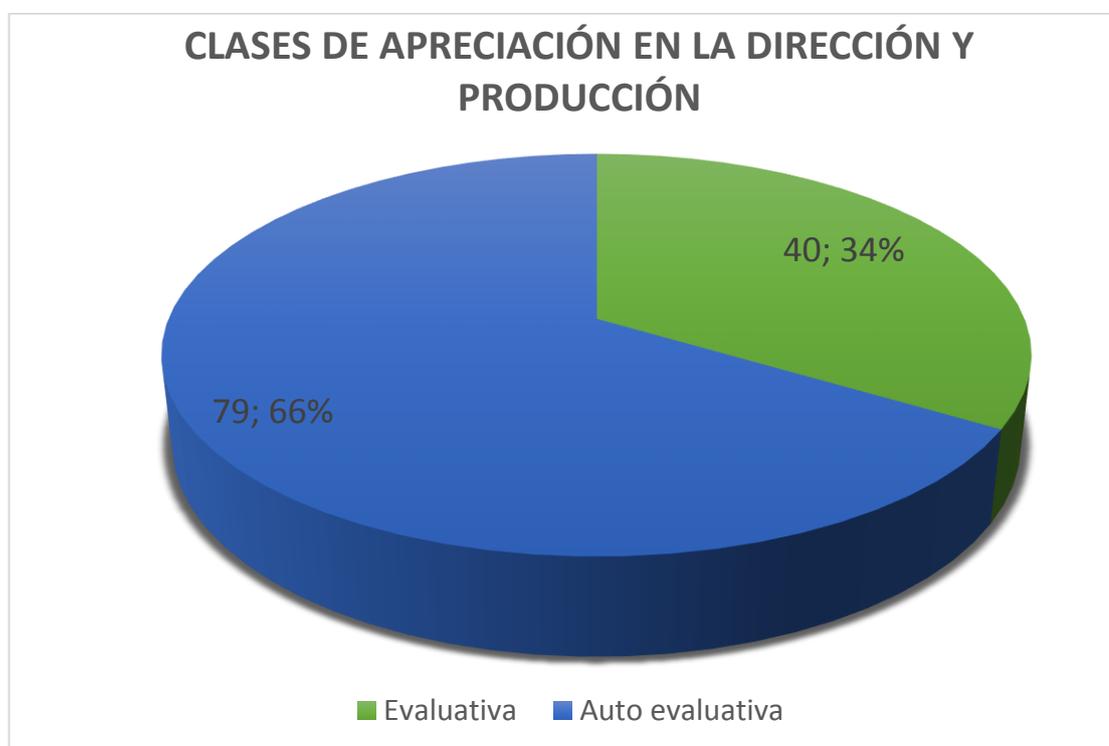
Tabla 9 Clases de apreciación en la dirección y producción.

Variable	Frecuencia
Evaluativa	40
Auto evaluativa	79
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 7 Clases de apreciación en la dirección y producción.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la séptima pregunta establecida, radica en un 34% de las madres emprendedoras encuestadas tiene una clase de apreciación evaluativa en la dirección y producción y el 66% cuentan con una clase auto evaluativa.

Tabla 10 Control de actividades

Variable	Frecuencia
Eficiente	40
Deficiente	40
Regular	39
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 8 Control de actividades



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la octava pregunta establecida, radica en un 33% de las madres emprendedoras encuestadas si encuentran un control de actividades eficiente, mientras que el 34% cuenta con un deficiente control y el 33% regular.

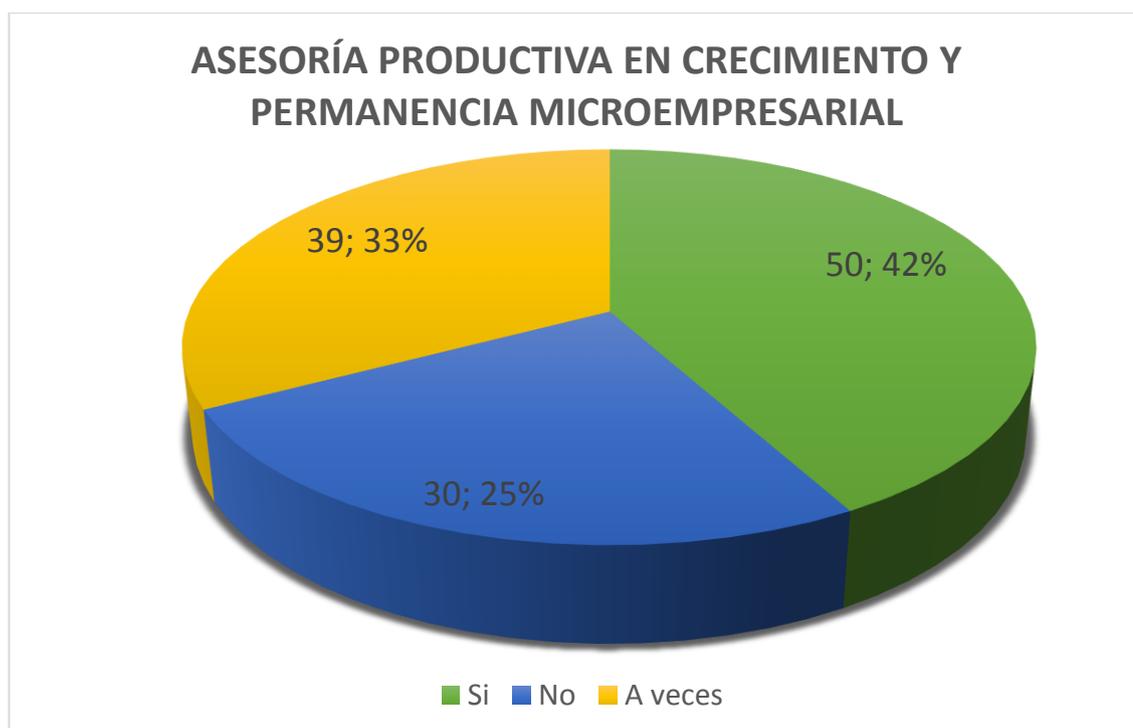
Tabla 11 Asesoría productiva en crecimiento y permanencia microempresarial

Variable	Frecuencia
Si	50
No	30
A veces	39
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 9 Asesoría productiva en crecimiento y permanencia microempresarial.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la novena pregunta establecida, radica en un 42% de las madres emprendedoras encuestadas si cuentan con asesoría productiva en crecimiento y permanencia microempresarial, mientras que el 25% no cuenta con asesoría y el 33% a veces.

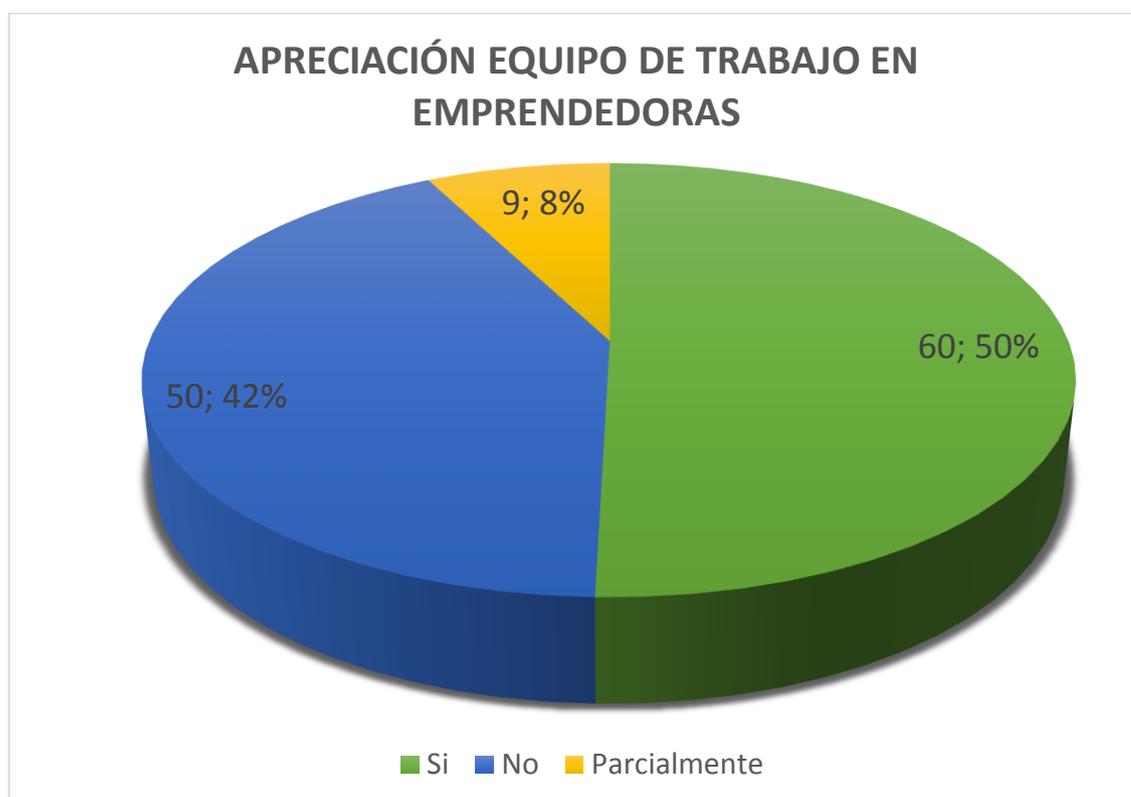
Tabla 12 apreciación equipo de trabajo en emprendedoras.

Variable	Frecuencia
Si	60
No	50
Parcialmente	9
Total	119

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 10 Apreciación equipo de trabajo en emprendedoras.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la décima pregunta establecida, radica en un 50% de las madres emprendedoras encuestadas si tienen apreciación de equipo de trabajo en emprendedoras, mientras que el 42% no cuenta con apreciación de equipo y el 8% parcialmente.

4.1. Encuesta realizada al líder barrial del Sector Nuevo Amanecer.

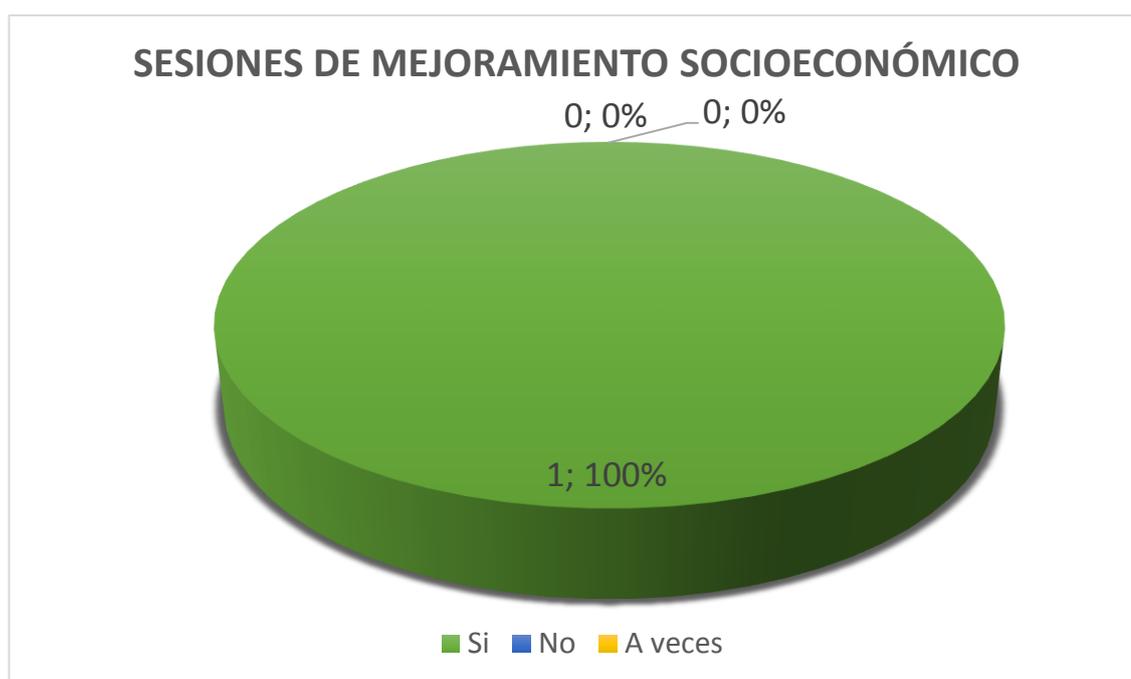
Tabla 13 Sesiones de mejoramiento socioeconómico

Variable	Frecuencia
Si	1
No	0
A veces	0
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 11 Sesiones de mejoramiento socioeconómico.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la primera pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que si tienen sesiones de mejoramiento socioeconómico.

Tabla 14 Iniciativa en mantener liderazgo en organización microempresarial.

Variable	Frecuencia
Si	0
No	0
Poco	1
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández

Ilustración 12 Iniciativa en mantener liderazgo en organización microempresarial..



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández

De acuerdo a la segunda pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que cuenta con poca iniciativa en mantener liderazgo en organización micro empresarial.

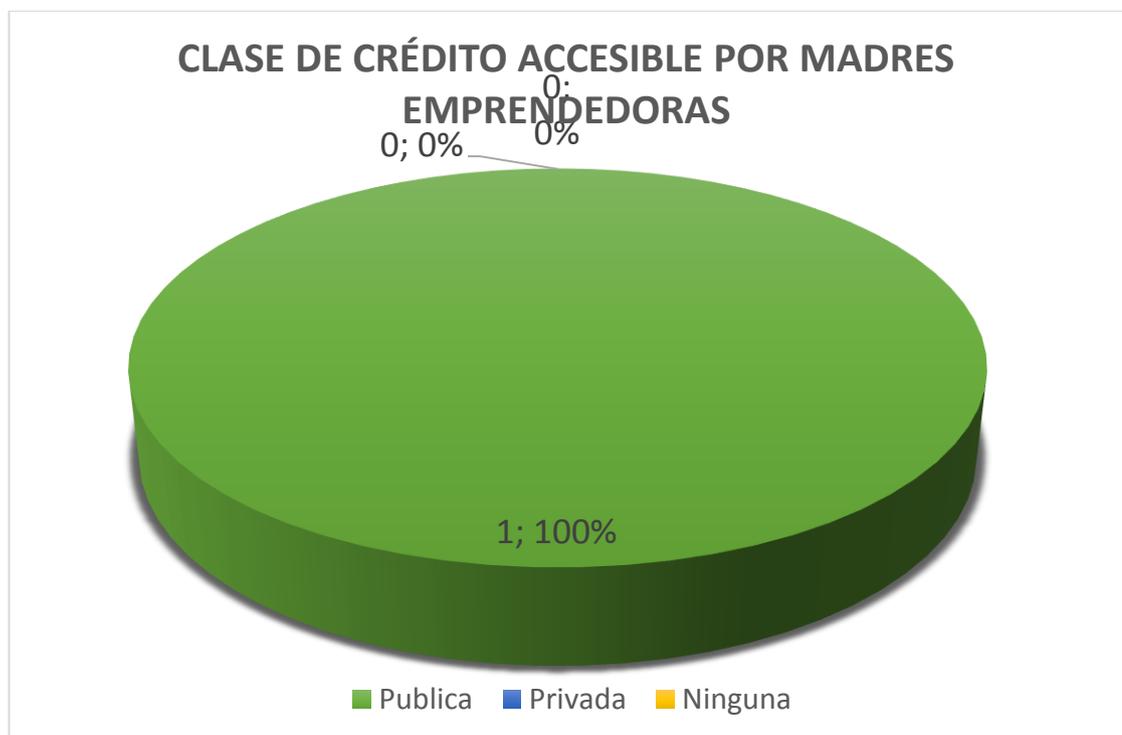
Tabla 15 Clases de crédito accesible por madres emprendedoras.

Variable	Frecuencia
Publica	1
Privada	0
Ninguna	0
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 13 Clases de crédito accesible por madres emprendedoras.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la tercera pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que las madres emprendedoras pueden acceder a un crédito publico accesible.

Tabla 16 Capacitación en mejorar nivel socioeconómico en comunidad.

Variable	Frecuencia
Si	0
No	1
A veces	0
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 14 Capacitación mejorar nivel socioeconómico en comunidad.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la cuarta pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que no recibe capacitación para mejorar el nivel socioeconómico en la comunidad.

Tabla 17 Ayuda por parte de organizaciones para madres y la comunidad.

Variable	Frecuencia
Si	0
No	1
A veces	0
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 15 Ayuda pro organizaciones para madres y la comunidad.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la quinta pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que a veces tiene ayuda por parte de organizaciones en beneficio de las madres emprendedoras y la comunidad en general.

Tabla 18 Ayuda al emprendimiento por las autoridades.

Variable	Frecuencia
Activo	0
Pasivo	1
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 16 Ayuda de emprendimiento por las autoridades.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la sexta pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que es pasivo la ayuda de emprendimiento por parte de las autoridades en beneficio de las madres emprendedoras y la comunidad.

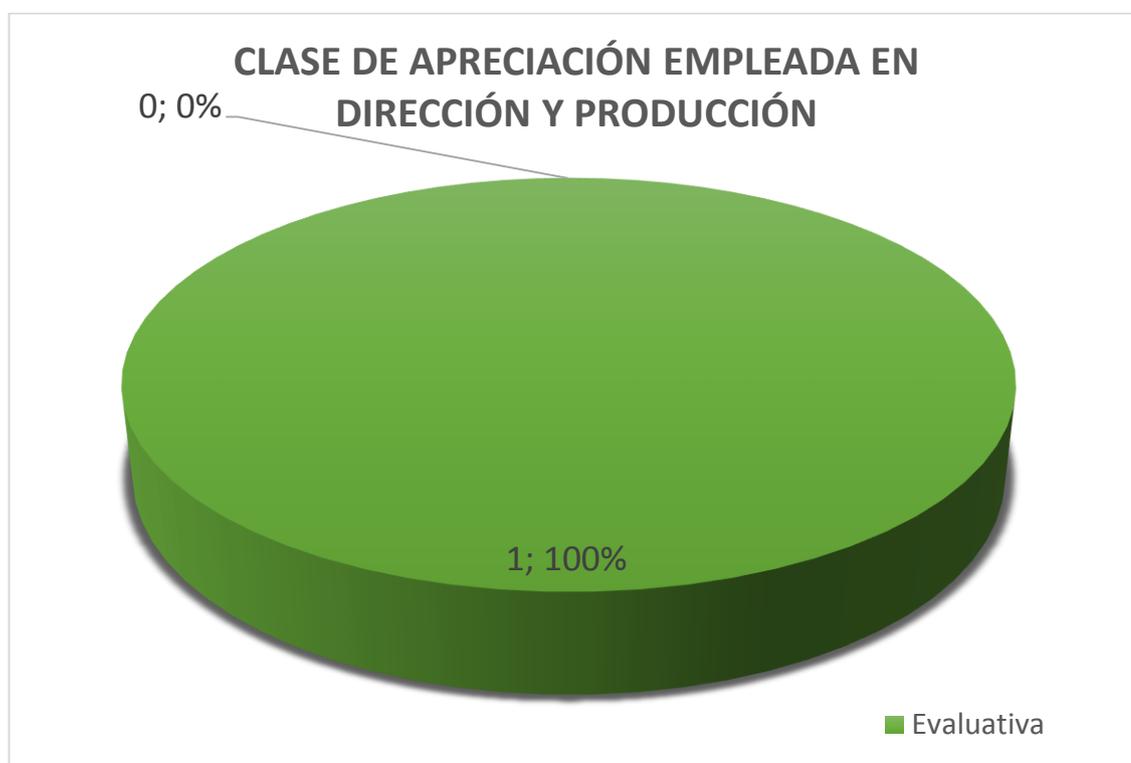
Tabla 19 Clases de apreciación empleada en la dirección y producción.

Variable	Frecuencia
Evaluativa	1
Auto evaluativa	0
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 17 Clases de apreciación empleada en dirección y producción



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la séptima pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que la clase de apreciación empleada en la dirección es evaluativa en producción.

Tabla 20 Actividades que desarrollan las madres.

Variable	Frecuencia
Eficiente	1
Deficiente	0
Regular	0
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 18 Actividades desarrolladas por las madres.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la octava pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que las actividades desarrolladas por las madres emprendedoras son eficientes.

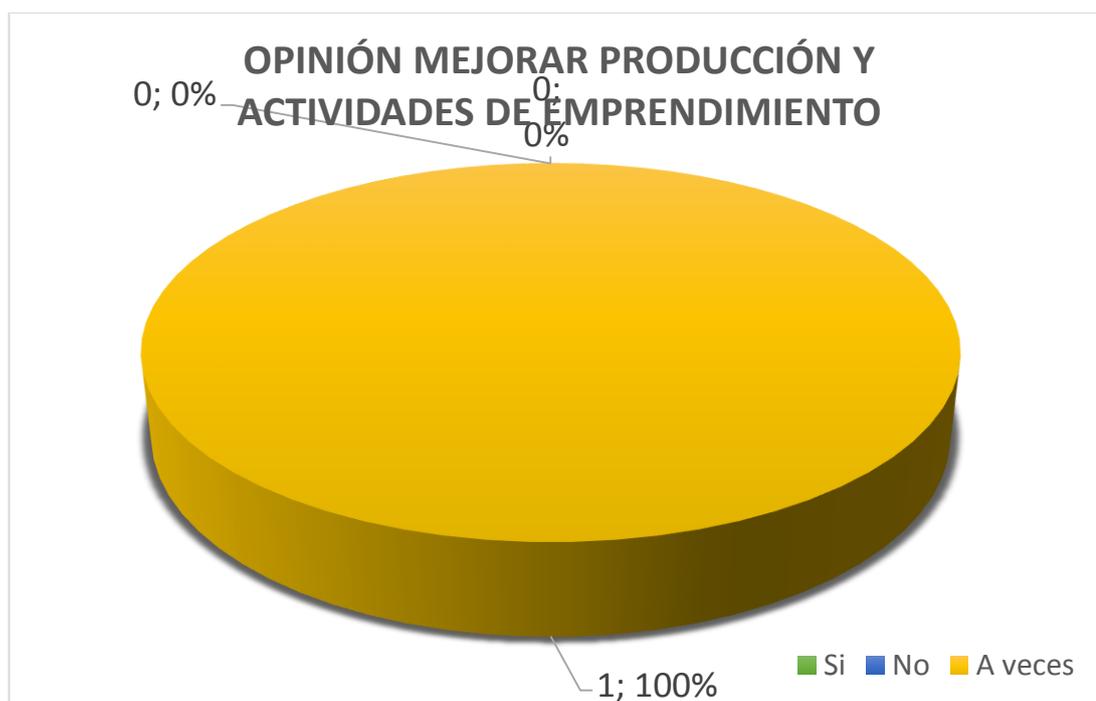
Tabla 21 Opinión en mejorar producción actividades de emprendimiento.

Variable	Frecuencia
Si	0
No	0
A veces	1
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 19 opinión mejorar producción y actividades de emprendimiento.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la novena pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que a veces toman en cuenta su opinión para mejorar la producción en actividades de emprendimiento.

Tabla 22 Reuniones de equipo de trabajo con madre emprendedoras.

Variable	Frecuencia
Si	0
No	0
Parcialmente	1
Total	1

Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

Ilustración 20 Reuniones de equipo de trabajo con madres emprendedoras.



Fuente: Encuesta.

Elaboración: Juan Salvador Fernández.

De acuerdo a la décima pregunta establecida, radica en un 100% del líder barrial encuestado responde que parcialmente tienen reuniones de equipo de trabajo con madres emprendedoras.

4.3. Conclusiones

- Se concluye que durante el proceso de planeación en el nivel socioeconómico no son acertadas para la independencia en cada una de las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- La organización en el proceso financiero presenta déficit, en la sostenibilidad de mercado ante las instituciones públicas y privadas, para el índice de la economía que se maneja en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- La falta de liquidez son consecuencias que forman una serie de problemas, ante la competitividad de mercados nacionales e internacionales que permitan alcanzar la meta de producción en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- La falta de control en las actividades de micro empresas a crearse en sus funciones no son las indicadas para la administración interna y externa en las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.

4.2. Recomendaciones

- Trabajar durante el proceso de planeación ejecutando estrategias que mejoren el nivel socioeconómico, con asistencia y asesoría primordial para hacer efectivo la independencia en cada una de las madres emprendedoras.
- Que las organizaciones se fortalezcan en el proceso financiero con el apoyo de instituciones públicas y privadas, para mejorar el índice de la economía en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- Brindar información que manejen el capital de productividad y mantener una liquidez sólida, para mejorar la competitividad de mercados nacionales e internacionales y permitan alcanzar la meta de producción en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.
- Es importante iniciar un proceso de control en las actividades de micro empresas a crearse en funciones principales, en cada una de las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer.

Material de referencia

Bibliografía

- Arquetipo, G. (2004). *Enciclopedia general basica clasa tematica ilustrada*. Colombia: ARQUETIPO.
- Bernestein, L. A. (2006). *Analisis de los estados financieros* (Vol. Capitulo 7). IRWIN.
- Briones Maria, G. J. (2010). Creacion y administracion de una empresa proveedora de recursos para la capacitacion de empresarios en el sector comercial de Manta comprendido en el periodo 2010. *Tesis*, 8-9. Manta, Manabi, Ecuador: TULEAM-02-0019TESIS BAJADA.PDF(PROTEGIDO) - ADOBE READER. Recuperado el 8 de Septiembre de 2015
- Briones, M., & Gonzales, J. (2010). Creación y administración de una empresa proveedora de recusros para la capacitacion de empresarios en el sector comercial de Manta. 24-37-40-41-43. Manta, Manabí, Ecuador. Recuperado el 08 de Septiembre de 2015
- Brochure. (16 de Mayo de 2015). *www.google.com*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de *www.pwc.es/es_ES/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico-pdf*.
- Cortes, U. (2006). *Organizacion y administración educativa* (PROPAD ed.). (PROPAD, Ed., & CODEU, Trad.) CODEU, PROPAD.
- Editores. (2005). Contabilidad general modulos tematicos. En L. Editores, *Elaboración de las cuentas anuales, normas de valoración, criterios contables, informatica en contabilidad* (Didactica Multimedia, S.A. ed., Vol. 3, pág. 229). ECUADOR: Didactica Multimedia, S.A.
- Guilbert. (2012). La responsabilidad en el ambito legal. Ecuador. Recuperado el 8 de Septiembre de 2015
- Jativa. (2007). Las pequeñas y medianas empresasen la ciudad de Quito. 17. Ecuador. Recuperado el 8 de Sesptiembre de 2015

- Kotler, P. (2008). Como diseñar un plan de negocios. *Graham friend y Stefan Zehle, the economist*, (págs. 115-116-119). Recuperado el 8 de Septiembre de 2015
- Marchan. (2006). Participación de las pequeñas y medianas empresas en la generación de empleo. Ecuador. Recuperado el 8 de Septiembre de 2015
- Mariño, W. (2008). Aspectos sobre administración. En W. Mariño, *100 Tecnicas para que tu pequeño negocio crezca* (Primera ed., Vol. 5, pág. 81; 90). Quito, Ecuador: AGUILAR.
- Mariño, W. (2008). El proceso de generacion de ideas del negocio familiar. En W. Mariño, *100 Negocios familiares de baja inversión* (Primera ed., Vol. 1, pág. 61; 91). Quito, Ecuador: AGUILAR.
- Mariño, W. (2008). Principales problemas en una pequeña empresa. En W. Mariño, *100 Respuestas a los problemas de la pequeña empresa* (Primera ed., Vol. 6, pág. 29; 45). Quito, Ecuador: AGUILAR.
- Mariño, W. (2010). Metas personales. En W. Mariño, *100 Tecnicas para gestionar una pequeña empresa* (Primera ed., Vol. 9, pág. 63; 76). Quito, Ecuador: AGUILAR.
- Mariño, W. (2010). Sistemas de control gerencial. En W. Mariño, *100 Formas de cuidar el dinero de la pequeña empresa* (Primera ed., Vol. 8, pág. 45; 58). Quito, Ecuador: AGUILAR.
- Núñez, R. P. (2006). POR QUE EMPRESARIO. En I. R. Núñez, & PROPAD (Ed.), *Desarrollo de la mentalidad empresarial* (F. Docente, Trad., PROPAD, CODEU ed., pág. 7). CODEU. Recuperado el 20 de 05 de 2015
- Olmedo, N. (21 de Junio de 2012). Diseño de un modelo de gestión de responsabilidad social para Pymes. 14-42-48-51. Ecuador. Recuperado el 8 de Septiembre de 2015
- Segovia, F. C. (11 de 02 de 2011). *www.google.com*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de *www.monografias.com*.administracion y finanzas.

ANEXOS

Organización Microempresarial y su impacto socioeconómico en las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer parroquia venus del Cantón Quevedo, año 2015.

Tema	Problema GENERAL	Objetivo General	Variables	indicadores	SUB PROBLEMAS DERIVADOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
Organización Microempresarial y su impacto socioeconómico en las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer parroquia venus del Cantón Quevedo, año 2015.	¿Cómo la organización microempresarial impacta en el nivel socioeconómico en las madres emprendedoras sector Nuevo Amanecer parroquia Venus del cantón Quevedo, año 2015?	Analizar la organización microempresarial y su incidencia en el mejoramiento socioeconómico en madres emprendedoras del sector Nuevo Amanecer parroquia Venus del cantón Quevedo, año 2015.	Organización microempresarial	PLANEACIÓN	¿Cómo incide el proceso de planeación en el nivel socioeconómico de madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?	Identificar el proceso de planeación en el nivel socioeconómico de madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer
				ORGANIZACIÓN	¿Cómo incide la organización en el proceso financiero en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?	Determinar la organización en el proceso financiero en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer
			DIRECCIÓN	¿De qué manera incide la dirección en el proceso de productividad en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?	Identificar la dirección en los procesos de producción en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer	
			CONTROL	¿Qué manera se relaciona el control de las actividades microempresariales con el nivel socioeconómico en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer?	Analizar la relación del control de las actividades microempresariales con el nivel socioeconómico en madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer	
			Socioeconómico			

HIPOTESIS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	COMPONETES METODOLOGICOS			COMPONETES REFERENCIALES	
		VARIABLES	UNIDAD DE ANALISIS	CONECTOR ES LOGICOS	EL ESPACIO	EL TIEMPO
La organización microempresarial se relaciona directamente con el impacto socioeconómico en las madres emprendedoras del Sector Nuevo Amanecer Parroquia Venus del Cantón Quevedo, año 2015.	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de planeación se relaciona directamente con el nivel socioeconómico de las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer. • La organización se relaciona directamente con el proceso financiero de las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer. • La dirección se relaciona directamente con el proceso de producción de las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer. • El control de las actividades microempresariales se relaciona directamente con el nivel socioeconómico de las madres emprendedoras del sector nuevo amanecer. 	<p>Organización microempresarial</p> <p>Impacto socioeconómico</p>	<p>Madres beneficiarias</p> <p>Familia en general</p>	Se relaciona directamente	Sector Nuevo Amanecer Parroquia Venus del Cantón Quevedo	2015.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA BENEFICIARIAS

A continuación, se presenta un conjunto de ítems sobre la organización microempresarial y su impacto socioeconómico en las madres emprendedoras, que responderán con toda sinceridad, ya que de ello depende que los resultados de esta investigación sean objetivos y puedan contribuir con el mejoramiento de la calidad de formación profesional de la institución.

1. Se efectúa inversiones para el mejoramiento socioeconómico en madres emprendedoras

a) Si b) No c) A veces

2. Conoce algún tipo de estrategia para mantener la organización microempresarial

a) SI b) No

3. Qué tipo de facilidad tiene para acceder a un crédito bancario

a) Muy poca b) Poca c) Ninguna

4. Recibe asesoría profesional en el proceso de planeación en el nivel socioeconómico

a) Si b) No c) A veces

5. Cuenta con ayuda dentro de la organización para la estabilidad en el proceso financiero

a) Si b) No c) A veces

6. El tipo de estímulo que recibe para el emprendimiento por parte de las autoridades es:

a) Activo b) Pasivo

7. La clase de apreciación que se emplea en la dirección y proceso de producción es

a) evaluativa

b) auto evaluativa

8. El control de las actividades en madres emprendedoras es:

a) Eficiente

b) Deficiente

c) Regular

9. Reciben asesoría productiva para el crecimiento y permanencia de la microempresa

a) Si b) No c) A veces

10. Se realiza la apreciación de equipo de trabajo en madres emprendedoras

a) Si b) No c) Parcialmente



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO EXTENSIÓN EN QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
MENCIÓN EN COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA LIDERES BARRIALES

A continuación, se presenta un conjunto de ítems sobre la organización microempresarial y su impacto socioeconómico en las madres emprendedoras a líderes barriales del sector nuevo amanecer parroquia venus del cantón Quevedo, que responderán con toda sinceridad, ya que de ello depende que los resultados de esta investigación sean objetivos y puedan contribuir con el mejoramiento de la calidad de formación profesional de la institución.

1.- Se efectúa sesiones para solicitar el mejoramiento socioeconómico en madres emprendedoras y la comunidad.

b) Si b) No c) A veces

2.- Conoce usted algún tipo de iniciativa para mantener liderazgo en la organización micro empresarial

b) Si b) No c) Poco

3.- Qué clase de crédito cree usted que pueden acceder las madres emprendedoras

b) Publica b) Privada c) Ninguna

4.- Recibe capacitación para mejorar el nivel socioeconómico en su comunidad

b) Si b) No c) A veces

5.- Cuenta con ayuda de organizaciones para mejoras de las madres emprendedoras y la comunidad.

b) Si b) No c) A veces

6.- El tipo de ayuda que recibe para el emprendimiento por parte de las autoridades es:

b) Activo b) Pasivo

7.- La clase de apreciación que se debe emplearse durante el proceso de producción es

c) evaluativa
d) auto evaluativa

8.- Las actividades que desarrollan las madres emprendedoras es:

d) Eficiente
e) Deficiente
f) Regular

9.- Cuentan con su opinión para mejorar la producción de las actividades de emprendimiento.

b) Si b) No c) A veces

10.- Se realizan reuniones de equipo de trabajo con las madres emprendedoras

b) Si b) No c) Parcialmente

Encuesta realizada a las madres emprendedoras





reuniones con el Líder Barrial y las Madres Emprendedoras.

