



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

NOVIEMBRE 2021 -MARZO 2022

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

LICENCIADO/A EN COMERCIO

TEMA:

**DESARROLLO ECONÓMICO EN LA MICROEMPRESA CASA DE DISEÑO Y
CONFECCIÓN MARIELA MODA EN LA PARROQUIA “LA UNIÓN”**

ENGRESADO:

MINDIOLA SAN ANDRES DEYALIT SOYOMARA

TUTOR:

ING.DIEGO ANDRES PAZMIÑO ROMERO

AÑO 2022

Contenido

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	5
OBJETIVOS.....	6
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	7
MARCO CONCEPTUAL.....	8
MARCO METODOLÓGICO.....	18
RESULTADOS.....	19
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	21
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES.....	24
References.....	25

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La microempresa casa de diseño y confección Mariela Moda fue creada por su propietaria la Lic. Mariela San Andrés Riquero, quien decidió emprender en el año 2010 en la parroquia La Unión perteneciente al cantón Babahoyo, convirtiéndose en una microempresaria, quien formo parte del proceso de vinculación con la sociedad de la Universidad Técnica de Babahoyo, siendo ella una de los beneficiarios donde se pudo conocer de su negocio y las falencias que presentaba, lo cual dio motivo a realizar el presente proyecto de investigación.

La falta de personal es un factor problemático que se generó tras la pandemia covid-19, debido a que la rentabilidad económica de la microempresa se vio afectada ocasionando el despido de las trabajadoras, actualmente dispone de una sola persona que trabaja medio tiempo siendo desfavorable para realizar las diferentes actividades que conlleva el negocio como lo es la atención al cliente, manejo de redes sociales, ayudante de costura entre otras.

Dentro de la microempresa no poseen una cultura financiera que le ayude a realizar un buen comercio, obteniéndose de créditos mediante instituciones financieras por temor al endeudamiento, debido que su propietaria ha construido todo con capital propio para el desarrollo de sus operaciones comerciales sin un financiamiento que permita el crecimiento de su negocio y sustento económico para así satisfacer necesidades de sus clientes e incidir en el desarrollo económico local de la parroquia.

Asimismo la deficiente información que posee sobre la correcta administración de operaciones y el uso de estrategias de marketing para alcanzar su desarrollo empresarial, ha ocasiono una rentabilidad estática en donde se mantienen igual que al iniciar tomando decisiones de manera empírica desconociendo procesos administrativos y el uso del

marketing visto que no se implementan herramientas digitales causando por temporadas un bajo nivel de ventas manteniendo la conformidad y estancamiento de la microempresa, dejando olvidada la visualización de crecer y cumplir los objetivos comerciales lo cual no es aceptable.

La microempresa ofrece precios económicos en la confección de prendas por lo cual ha obtenido una rentabilidad económica favorable pero ha ocasionado también una sobredemanda de confección de prendas en épocas festivas, tanto así que no se llega a cumplir con todas las prendas demandadas generando inconformidad para el cliente, esto ha perjudicado a la microempresa debido a que el cliente insatisfecho da su opinión y se queja por la falta de incumplimiento del negocio haciendo que la opinión que tienen otras personas sobre esto, también sea desfavorable para la microempresa, porque se perderá a clientes potenciales y la credibilidad de la misma, puesto que el cliente espera que se cumpla con el plazo de entrega acordado, llegando incluso a dejar de hacer cosas que tiene pendientes por preferir quedarse a esperar su prenda.

JUSTIFICACIÓN

Se desarrolla el presente proyecto de investigación con el motivo de conocer la administración de la microempresa casa de diseño y confección Mariela moda situada en la parroquia la unión, por lo cual es importante saber que las microempresas hoy en día son el mayor sustento de la economía tanto a nivel local como de un país, debido a que estas microempresas comienzan como un emprendimiento de alguna idea y son creadas por la visión de superación u oportunidad de algún emprendedor quienes toman decisiones forma empírica y carecen de procedimientos técnicos para el cumplimiento de objetivos.

La información sobre la administración de operaciones forma parte del desarrollo micro empresarial de un emprendimiento permitiéndole obtener con el tiempo una mayor rentabilidad económica, dejando atrás el conformismo por parte de la propietaria de seguir manejando el negocio de igual manera sin innovar y acoger nuevas estrategias que le permitan el crecimiento y la aportación del desarrollo local de la Parroquia.

Además el desarrollo de la investigación no solo beneficiara a la propietaria de la microempresa Mariela Moda, también aportará aquellos emprendedores que al iniciar un negocio quieren el desarrollo micro empresarial, pero mantienen el conformismo sin basarse en algún proceso administrativo permitiendo la planeación y toma de decisiones adecuada ante situaciones problemáticas y es ahí donde el negocio no ha tenido la acogida esperada ocasionando el estancamiento o el cierre del mismo sin obtener éxito.

OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar el nivel de administración de operaciones para el desarrollo económico de la microempresa casa de diseño y confección Mariela Moda en la parroquia La Unión.

Objetivos Específicos

- Analizar la incidencia de preparación de la propietaria para el éxito y correcta administración de la microempresa.
- Evaluar la carencia de recursos humanos para el crecimiento de la microempresa.
- Medir los resultados de las estrategias de marketing para incrementar la rentabilidad de la microempresa.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio de caso se encuentra desarrollado en la línea de investigación “Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control” ya que se relaciona estrictamente para conocer la administración de operaciones dentro de la microempresa que inhiben el desarrollo económico de la misma, en base a la sublínea el “Desarrollo Local y Emprendimiento Sostenible y Sustentable” puesto que la microempresa desarrolla sus actividades comerciales de manera independiente, contribuyendo en el desarrollo local de la parroquia teniendo la capacidad de generar empleos.

MARCO CONCEPTUAL

Con la finalidad de tener conocimientos solidos que permitan establecer los lineamientos de la investigación a continuación se presenta los siguientes antecedentes.

Proceso administrativo

(Lopez, Economipedia.com, 2019) “El proceso administrativo es un conjunto de etapas (planificación, organización, dirección y control) cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa u organización de la forma más eficiente posible”

El seguimiento para tener una buena administración micro empresarial debe ser realizado mediante un proceso en donde exista una planificación, organización, dirección y control con el propósito de alcanzar los objetivos de manera eficiente dentro de la microempresa.

Administración de operaciones

(Universidad Internacional del Ecuador Guayaquil , 2020, pág. 10) El término “Operaciones” se tomó como una expresión que abarca tanto las acciones en el campo de fabricación como en el de servicios. Así que nuestro vocablo adecuado será “Dirección de Operaciones”, en el cual incluimos a cualquier tipo de empresa, independiente de su dedicación, tamaño o propiedad también define la Dirección de Operaciones como la planeación y aplicación de todos los recursos que una organización posee para obtener sus bienes y servicios creando valor para el cliente. Aquí “planear y aplicar” no se refieren exclusivamente a la consecución de recursos, sino además y sobre todo al uso de estos recursos según las estrategias de la organización.

La administración de operaciones no es solo las acciones que se realizan en el campo de trabajo también consiste en direccionar todas las operaciones mediante una planeación y aplicación de todos los recursos que dispone una empresa sin importar su tamaño para obtener sus bienes y servicios añadiendo valor hacia el cliente.

Planeación

Para (Quiroa, 2021) “la planeación se fijan los objetivos y metas que se esperan alcanzar. Adicionalmente, se definen las políticas y los procedimientos que se van a implementar para guiar las actividades que se realizarán en el futuro de una organización”

La planificación es la primera fase del proceso administrativo en la cual se establecerán estrategias que permitan a los emprendimientos lograr los objetivos y las metas deseadas con el transcurso del tiempo, pero la planificación de estrategias ayudara a tener mejores resultados.

Organización

Arguello Pazmiño, Llumiguano Poma, Gavilanes Cardenas, & Torres Ordoñez (2020) mencionan que la organización es “El conjunto de reglas, estructuras, cargos y comportamiento que han de respetar todos los involucrados que se encuentren dentro de la empresa” (p.23)

La organización es la manera de trabajar correctamente en conjunto de todos los integrantes de una empresa estableciendo las tareas por cumplir aumentan la productividad y eficiencia de cada miembro trabajador.

Integración

Integrar es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalan como necesarios para el adecuado funcionamiento de la Obra de Construcción. También se permite definir departamentos o áreas de trabajo más específicos sobre las tareas que se van a desarrollar. De esta manera se especializa al equipo y se puede brindar un servicio más profesional a los clientes. Esta estrategia es esencial para producir una jerarquía en la organización de la empresa, vinculando equipos con departamentos (Herrera, 2019)

Dirección

Para Arguello Pazmiño, Llumiguano Poma, Gavilanes Cardenas, & Torres Ordoñez, (2020) la dirección es “Proceso continuo, que consiste en gestionar los diversos recursos productivos de la empresa, con la finalidad de alcanzar los objetivos marcados con la mayor eficiencia posible” (p.9)

De esta manera se concluyen todos los procesos estableciendo un plan estratégico mediante el cual se cumpla a cabalidad y con disciplina las funciones otorgadas a cada trabajador.

Control

“El control en el proceso administrativo es la etapa clave que permite a las organizaciones poder mejorar y rectificar, sobre aquellos posibles errores que se hayan podido generar en las distintas fases de trabajo” (Argudo, 2018)

Es la última fase del proceso administrativo, debe existir un control de todo el proceso administrativo para poder identificar problemas inesperados y buscar soluciones adecuadas obteniendo una mejor continua y lograr el éxito.

Microempresa

Según (Di Pace, 2020) “Su importancia radica en su capacidad de generar el desarrollo del mercado interno, necesario para adquirir el volumen de producción suficiente y comenzar en una segunda etapa a generar saldos exportables e incrementar los ingresos”

Para (Soonets, 2019) Con frecuencia, los emprendimientos inician como microempresas y posteriormente evolucionan a estructuras de mucho mayor tamaño. Otras veces, sin embargo, permanecen de poco tamaño, pero bien llevados puede ser negocios igualmente rentables. Tener una microempresa no significa ser menos o ganar menos. A veces es un paso en el desarrollo y a veces es sencillamente la estructura adecuada que te permite cumplir tus objetivos

Las microempresas o conocida como pymes son importantes siendo ellas la principal fuente económica colaborando con el desarrollo local y del país además de generar empleos se constituyen por un número pequeño de trabajadores, por lo general no sobrepasan las 10 o 15 personas estas microempresas suelen nacer de una idea, que se convierte en proyecto emprendedor y con ayuda de instituciones financieras pueden lograr el crecimiento de la misma.

Financiamiento

Representa una inversión en activos para alcanzar un objetivo económico, es la consecuencia de identificar una oportunidad de negocio, representa el diseño y puesta en marcha de planes de marketing para poder atraer clientes, es seleccionar personas que estén identificadas con el proyecto empresarial. Es garantizar la liquidez en corto plazo y la rentabilidad en el largo plazo, es tener capacidad para

adaptarse a los cambios del entorno a través de la innovación para no ser desplazada en el mercado cada vez más competitivo (Beltran Lopez, Sansores Guerrero, & Gómez, 2020, pág. 71).

El financiamiento dentro de los emprendimientos representa una inversión de recursos materiales y humanos con el objetivo de establecer un beneficio económico donde se garantiza la liquidez a corto plazo y la rentabilidad a un largo plazo, así mismo tener capacidad de innovar de acuerdo a los cambios que se dan en el entorno teniendo capacidad competitiva (Beltran Lopez, Sansores Guerrero, & Gómez, 2020)

Comercio y teorías económicas

El comercio es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos. Éste se desarrolla en un ámbito de ferias, muestras y mercados, cuya actividad tiende a exhibir el producto terminado y a favorecer su difusión y venta, lo que conocemos como comercialización (Pérez, 2021)

Para algunos autores como (Quintana, Rodriguez , Briones, Molina , & Bedor, 2021) señala que, a través de los años, el comercio exterior ha sido, es y será esencial para el desarrollo económico de los países y que por su historia el comercio internacional necesita en pleno desarrollo de las teorías económicas, que destacan en la transferencia de bienes y servicios entre estados. La importancia de las teorías

económica en el comercio exterior de barreras comerciales entre países, dinamizando las relaciones comerciales y el desarrollo económico, tecnológico, político, social y cultural entre los países. Estas teorías económicas garantizan el desarrollo sostenible y sustentable de los países.

Consiste en la acción de la compra-venta de bienes o servicios, realizar una negociación para satisfacer necesidades tanto del comprador como del vendedor la comercialización se la realiza en distintos campos ya sean plazas, establecimientos, ferias con el fin de obtener rentabilidad económica ayudando al desarrollo local y del país.

Estrategias de comercialización

“Las estrategias de comercialización van cambiando, se van modernizando fundamentalmente adaptándose a la nueva vida digital, de investigar y obviamente de comprar” (Cestau Liz, 2020).

Mediante las estrategias de comercialización las microempresas tienen la capacidad de adaptarse a los nuevos cambios modernizados principalmente acogiendo la era digital saber manejarla será de mucho valor.

Emprendedor

“Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad de negocio y la pone en práctica con la intención de convertirla en un modelo empresarial” (Duro Limia, 2019).

La persona emprendedora es aquella que identifica necesidades del mercado y visualiza una oportunidad de negocio poniéndola en marcha con el fin de lograr un modelo empresarial mayor.

Desempeño gerencial

Los gerentes de hoy saben que nada permanece constante. El cambio y la habilidad para estos adaptarse están ocupando un papel importante en las nuevas estructuras y estrategias organizacionales, la sociedad y las empresas tiene un nuevo reto y es el conocimiento como el nuevo paradigma, que cambiara sustancialmente la manera como las organizaciones diseñaran toda su estructura, tanto, comercial como productiva y financiera, y sobre todo la manera de desarrollar el capital intelectual como fuente de generación de valor en las empresas (Ospina Montoya, 2021)

El desempeño gerencial no solo consiste en dar órdenes para estas sean cumplidas el gerente debe tener muchas habilidades al igual que su personal de trabajo permitiéndole realizar una estructura organizacional adecuada llevando un control sobre las operaciones productivas y financieras desarrollando la capacidad intelectual del recurso humano.

Recursos humanos

El capital humano es el activo más valioso para cualquier organización, y debido a que cada persona cuenta con un perfil y habilidades determinadas, se requiere que esta área cumpla con una correcta gestión. Ahí radica su importancia. Además, gracias al trabajo que se adelanta desde esta área, se construye una identidad, se define la cultura organizacional, y se desarrollan objetivos de cara a unificar la visión empresarial (Adecco , 2021)

El capital humano o recurso humano es un factor clave para el éxito de una microempresa debido a que están al iniciar como emprendimiento disponen de muy poco personal pero conforme estas vayan creciendo fomentan empleo.

Desarrollo económico

(Universidad del Zulia., 2020) señala que “En la actualidad los conceptos de crecimiento económico y desarrollo económico son objeto de frecuentes discusiones cuando se usan para caracterizar y calificar los cambios que se producen en la economía de un país o de una región determinada”.

“El desarrollo está ligado al sustento y la expansión económica de modo tal que garantice el bienestar, se mantenga la prosperidad y satisfaga las necesidades personales o sociales de las personas” (Equipo editorial,Etece, 2021).

Rentabilidad

Para (Ortega Verdugo, 2020) Una empresa puede tener un resultado positivo y ser rentable, y aun así no ser viable desde el punto de vista financiero. Los ingresos se tienen que convertir en cobros para poder pagar las inversiones y los gastos en los que necesitamos incurrir para el desarrollo del negocio. Para ello, la empresa deberá acudir a la financiación que le equilibre y proporcione la caja necesaria para poder operar (Pág. 10)

Según (Valor, 2019) “La idea de rentabilidad financiera está relacionada con los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado. Lo que hace la rentabilidad financiera, en definitiva, es reflejar el rendimiento de las inversiones”

Un negocio rentable es bueno es así como se va aportando al desarrollo económico local o de un país los negocios nacen con una idea para llevarla a cabo se invierte con la finalidad de obtener ganancias que sean rentables para seguir con el negocio mas no el cierre del mismo.

Fidelización de los clientes

La fidelización de clientes es el conjunto de estrategias, técnicas y acciones que una empresa lleva a cabo con el fin de retener clientes y hacer que estos opten por comprar sus productos o servicios de forma habitual.

Indica (Botín, 2021) Fidelizar implica un esfuerzo considerable a nivel de marketing, ventas y servicio al cliente. Sobre todo, porque esta tarea se debe enfocar a transformar, desde un punto de vista estratégico, la lealtad de los clientes en un canal de promoción ‘natural’ para un determinado negocio o marca.

Expresa (Cestau Liz, 2020) La implementación de una estrategia que incremente la retención de clientes rentables, a través de una aportación de valor sostenida, es un valor claramente cuantificable. La lealtad representa más negocio de cada cliente satisfecho, así como un negocio adicional a través de las referencias hacia potenciales clientes, en un círculo virtuoso que es fundamental desarrollar

El satisfacer a un cliente sus necesidades es de gran valor para la empresa no solo se tendrá un cliente satisfecho también se tiene buena reputación de la empresa y se ganara la retención de esos clientes generando referencias positivas a la sociedad quienes serán los clientes potenciales.

Innovación

Para (González, 2020) La innovación es una herramienta que permite a las organizaciones adaptarse a estos cambios, para satisfacer continuamente necesidades de forma viable y eficiente. Es por ello por lo que la administración debe estar continuamente experimentando e innovando con el objetivo de incrementar su eficiencia y ofrecer mejores servicios

Marketing

Define (González, 2020) “El marketing ayuda a una empresa a detectar una necesidad que tenemos, a buscar la manera de satisfacerla y a comunicarnos efectivamente que existe esa forma de satisfacer nuestra necesidad”

Se sabe que la implementación del marketing en los pequeños negocios es de gran utilidad permitiendo obtener información sobre las nuevas necesidades, exigencias de los clientes también ayuda a visualizar oportunidades en el mercado sin ser satisfechas.

Administración del marketing

(Mesquita, 2018) Menciona que, para la administración del marketing, lo que difiere el estudio del marketing para la publicidad y lo que esos cursos superiores o técnicos enseñan, es que la publicidad prepara el material con el que mejor se comunicará la marca con el público. Estos serán los responsables de crear el proyecto, el concepto y la pieza. Sea este un folder, una pieza de marketing digital o incluso una publicidad.

La administración de marketing actúa antes y después de que esa creación suceda. Los profesionales responsables de esa área deben entender al consumidor, lo que este quiere, lo que necesita, como el producto está adecuado a eso.

MARCO METODOLÓGICO

La presente metodología utilizada es el método descriptivo utilizando técnicas e instrumentos que ayuden a la recolección, análisis y procesamiento de datos obtenidos.

Técnicas

- **Encuesta:** realizada a los clientes de la microempresa casa de diseño y confección Mariela Moda.
- **Entrevista:** realizada a la Lcda. Mariela San Andrés propietaria de microempresa Mariela Moda.

Instrumentos

- **Ficha de encuesta:** Se elaboran preguntas a clientes con opciones múltiples para la recolección de datos, mediante el cual se elaboran tablas estadísticas con sus respectivos análisis aportando la mayor cantidad de información sobre la perspectiva que tienen de la microempresa.
- **Cuestionario de entrevista:** Son preguntas directas a la propietaria quien conoce sobre la realidad existente de la microempresa con la finalidad que aporte a mejorar las problemáticas, para así obtener los resultados y llegar a las conclusiones contundentes.

RESULTADOS

Tabla 1

Resultados de la entrevista realizada a la gerente de la microempresa Mariela Moda

ORDE	PREGUNTAS	DATOS RELEVANTES
N		ENCONTRADOS
1	¿Cuán necesario es contratar personal para realizar las diferentes actividades que demanda su microempresa, por qué?	Es necesario la contratación de personal porque sola no se puede realizar todas las labores en su totalidad.
2	¿Cuánto tiempo le dedica usted a las tareas que demanda el taller de costura?	Todo el que sea necesario por las tardes se hacen los moldes y cortes y se cose en las madrugadas.
3	¿Cómo ve la rentabilidad económica de su microempresa?	Favorable se cuenta con muchos clientes fieles de todas partes gracias a la calidad y precio.
4	¿Considera usted implementar alguna estrategia económica que permita reforzar la rentabilidad de su microempresa?	Creo que, si es factible implementar ese tipo de estrategias, pero no me arriesgo a tomar esas medidas como préstamos o asociaciones
5	¿Cuáles cree usted que son los procesos de planificación de estrategias para el crecimiento y desarrollo de su negocio?	Yo considero que en la planificación solo aplico estrategias como el bajo precio y a veces la publicidad en redes
6	¿Cuál es el inconveniente más representativo que ha tenido por parte de los clientes en el servicio de costura?	El retraso en la entrega de prendas a mis clientas porque no se dispone de personal
7	¿Cómo maneja la administración de operaciones para el beneficio de su microempresa?	Yo llevo el control de todo, pero no siempre tomo acciones de mejora

Fuente: entrevista realizada a la propietaria de la microempresa Mariela Moda.

Elaborado por: Mindiola San Andrés Deyalit Soyomara.

Tabla 2 Demora en la entrega de prendas

Opciones	Frecuencias	%
Siempre	0	0%
frecuentemente	0	0%
A veces	15	50%
Rara vez	5	17%
Nunca	10	33%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de la microempresa Mariela Moda.

Elaborado por: Mindiola San Andrés Deyalit Soyomara

Tabla 3 Apreciación acerca de los precios

Opciones	Frecuencias	%
Muy caro	0	0%
Caro	0	0%
Costoso	0	0%
Económico	30	100%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de la microempresa Mariela Moda.

Elaborado por: Mindiola San Andrés Deyalit Soyomara.

Tabla 4 Aspectos esenciales para satisfacción de clientes y éxito del negocio.

Opciones	Frecuencias	%
Atención al cliente	0	0%
Aumento de personal	20	67%
Ampliar instalaciones	3	10%
Financiamiento	7	23%
Otros	0	0%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de la microempresa Mariela Moda.

Elaborado por: Mindiola San Andrés Deyalit Soyomara.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A través de la información que se recolecte mediante la técnica e instrumento empleado se podrá obtener los datos necesarios para esta investigación, los cuales serán detallados en las tablas, se realizara el análisis correspondiente para establecer conclusiones validas:

De acuerdo al resultado obtenido en la tabla 1 realizada a la propietaria se puede constatar la carencia de recursos humanos que tiene y como esta situación afecta el rendimiento de la microempresa, de igual manera el conformismo de su propietaria ha sido un impedimento para crecer y desarrollar su microempresa debido a que desde su inicio se toman decisiones de manera intuitiva o por experiencia sin tener una planificación adecuada indicando que hay una falta de procesos de planificación en la microempresa dando así una insuficiente labor para brindar a los clientes.

Así mismo, una de las cosas más determinantes para la microempresa es sin duda alguna su ubicación estableciéndose en una avenida principal lo cual ha permitido la atracción y demanda de clientes siendo el precio y buena calidad en sus prendas un factor importante para el crecimiento de su negocio además la propietaria supo manifestar que en las épocas festivas son las mejores fechas en venta ya que existe una gran demanda pero así mismo existe inconformidad de parte de los clientes en la demora de entrega de prendas debido a la llegada de nuevos clientes que también son atendidos y a la falta de personal para cumplir todas las actividades se pudo notar la deficiente administración de operaciones .

De la misma manera se pudo notar que la microempresa fue creada a base de ahorros obtenidos por su propietaria que decidió emprender la misma que con el tiempo ha ido creando una buena rentabilidad económica, pero se ha mantenido estática absteniéndose

de institución financiera o asociación que permita a la microempresa tener una mejor rentabilidad y desarrollo económico.

Al aplicar las encuestas a los clientes de la microempresa se obtienen los siguientes datos:

Según los resultados establecidos en la tabla 2, desde la perspectiva de los clientes no siempre existe demora en la entrega de prenda esto suele ocurrir a veces, pero no de forma intencional sucede al no disponer de suficiente personal durante las épocas festivas donde la propietaria se satura de trabajo, teniendo retraso en realizar las diferentes actividades que tiene la microempresa, debido a la llegada de nuevos clientes ocasionando inconformidad en la espera y el retraso de prendas a los demás clientes.

En la tabla 3 al analizar los resultados se puede visualizar que todos los clientes coincidieron con los precios que maneja la microempresa que son económicos accesible para toda persona, una de las clientes fieles con mayor frecuencia en confeccionar ropa supo añadir que los precios varían un poco dependiendo del diseño y costo de la tela pero que su propietaria siempre da opciones ante el precio mayor y busca ajustar el presupuesto del cliente al diseño que le es pedido, optando por telas más económicas pero de buena calidad satisfaciendo al cliente.

De acuerdo a la tabla 4 con los resultados en base a los aspectos a mejorar un 67% de clientas creen que sería más adecuado el aumento de personal para beneficio de la microempresa, debido a que mejoraría el proceso de entrega asignando labores al personal y así poder satisfacer las necesidades del cliente; sin embargo un 23% de las clientas cree necesario implementar algún tipo de financiamiento como método de éxito para el negocio y un 10% mencionado que sería bueno la ampliación de las instalaciones de la microempresa como beneficio de la misma y sus clientas.

CONCLUSIONES

La microempresa casa de diseño y confección Mariela se ha visto afectada en consecuencia de una deficiente administración de sus operaciones por parte de la propietaria manteniendo el conformismo durante mucho tiempo, puesto que existe una rentabilidad económica favorable pero mínima para el crecimiento de la misma debido a que no se toman decisiones que aporten al desarrollo de la microempresa, absteniéndose de acceder institución financiera o asociación para incrementar el rendimiento del negocio además de fomentar empleo.

Uno de los factores importantes, es el recurso humano dado que los empleados son un pilar fundamental dentro de un negocio y en la microempresa no se dispone de personal, ocasionando la demora en la actividades a realizar, retrasando la entrega de prendas e incomodidad de espera en los clientes, pero se debe reconocer que su propietaria siendo la persona encargada de cumplir con la administración y labores dentro de la microempresa, ha conseguido brindar prendas de calidad y buen precio lo cual ha producido obtener buena demanda y acogida en la localidad además la fidelidad de algunas clientas.

La manera en que la microempresa lleva sus estrategias ante la competencia ha sido establecida por su propietaria de forma empírica o por intuición, sin realizar una planificación de marketing adecuada al momento de ejecutar estrategias y toma de decisiones ante la presencia de problemas que inhiben cumplir las metas teniendo baja competitividad.

RECOMENDACIONES

Se sabe que la propietaria tiene una deficiente administración de operaciones y se abstiene de la ayuda económica mediante instituciones financieras impidiendo el éxito, es por ello que se debe realizar los procesos de administración correctos como la planificación, organización, dirección, control implementando cultura financiera para el buen funcionamiento de las operaciones lo cual ayudará al desarrollo económico de la microempresa incrementando la rentabilidad y sostenibilidad de la misma.

Al poder conocer las tareas que deben realizarse dentro de la microempresa es necesario nuevamente la contratación de personal ya que eso evitara el retraso e incomodidad en la espera de prendas a los clientes, la contratación de personal capacitado ayudara a delegar tareas para así mantener la calidad del producto y la satisfacción del cliente fomentando empleo contribuyendo al desarrollo local en la parroquia la unión.

Operar estrategias de marketing de forma adecuada ayudara a conocer las necesidades que tienen sus clientes y como poder satisfacerlas adaptándose a los cambios de la sociedad innovando de forma viable y eficiente con el uso de nuevas técnicas o estrategias mejorando la comunicación digital.

References

- González, O. (2020). *El reto de innovación abierta como instrumento público para desarrollar nuevas soluciones TIC en territorios mediterráneos*. MONOGRAFIAS.
- Adecco . (5 de Abril de 2021). *¿Qué son los Recursos Humanos y por qué son tan importantes en una empresa?* Obtenido de Adecco Ecuador.: <https://www.adecco.com.ec/recursos-humanos/>
- Argudo, C. (26 de Enero de 2018). *El control en el proceso administrativo*. Obtenido de Emprende Pyme: <https://www.emprendepyme.net/el-control-en-el-proceso-administrativo.html>
- Arguello Pazmiño, A. M., Llumigano Poma, M. E., Gavilanes Cardenas, C. V., & Torres Ordoñez, L. H. (2020). *ADMINISTRACION DE EMPRESAS.ELEMENTOS BASICOS*. Guayas: PONS PUBLISHING HOUSE / PON ASBL.
- Beltran Lopez, R., Sansores Guerrero, E. A., & Gómez, G. (2020). *Reflexiones sobre la gestión de la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina*. Editorial Paguina seis, S.A. de C.V.
- Botín, R. (26 de Noviembre de 2021). *CÓMO FIDELIZAR CLIENTES: 12 ESTRATEGIAS EFICACES DE FIDELIZACIÓN*. Obtenido de Oberlo.com: <https://cl.oberlo.com/blog/fidelizacion-de-clientes>
- Cestau Liz, D. (2020). *CRM y fidelización del cliente*. Mexico: Americo Daniel Cestau Liz.
- Di Pace, D. (2020). *Economía pyme: Pensar en grande siendo pequeños*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires .

Duque, o. (2018).

file:///C:/Users/usuario/Downloads/94%20PROCESOS%20ADMINISTRATIVOS.pdf.

Duro Limia, S. (10 de Diciembre de 2019). *¿Qué es un emprendedor? ¿Qué características tiene un buen emprendedor?* Obtenido de Duro Limia SOCIAL SELLING&MENTORING: <https://soniadurolimia.com/que-es-un-emprendedor-caracteristicas/>

Equipo editorial,Etece. (16 de Julio de 2021). *Desarrollo economico*. Obtenido de Concepto.: <https://concepto.de/desarrollo-economico/#ixzz7MyQmCwoh>

Herrera, H. (7 de Mayo de 2019). *INTEGRACION*. Obtenido de Proceso Administrativo: <https://integracionadministracion.blogspot.com/2019/05/integracion-proceso-administrativo.html>

Lopez, J. F. (1 de abril de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de Proceso administrativo: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>

Lopez, J. F. (1 de Abril de 2019). *Proceso administrativo*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>

Lopez, J. F. (1 de abril de 2019). *Proceso administrativo* . Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/proceso-administrativo.html>

Mesquita, R. (23 de Julio de 2018). *¿Qué es Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>

- Ortega Verdugo, F. (2020). *Resultado, rentabilidad y caja*. ESIC EDITORIAL .
- Ospina Montoya, N. (2021). *Administración-Fundamentos: Cómo iniciarse en el estudio de la administración*. Ediciones de la U conocimiento a su alcance .
- Pérez, M. (8 de Julio de 2021). *Definición de Comercio*. Obtenido de ConceptoDefinicion:
<https://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Quintana, R., Rodriguez , M., Briones, V., Molina , W., & Bedor, J. (2021). *Introducción al Comercio Exterior*. Live Working EDITORIAL .
- Quiroa, M. (9 de Noviembre de 2021). *Planeacion administrativa*. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/planeacion-administrativa.html>
- Serrano, J. (2020). *Metodologia de la Investigacion edicion Gamma 2020: 1er semestre*. EDICION GAMMA.
- Soonets, C. (7 de Octubre de 2019). *¿Eres un microempresario?* Obtenido de Eslabones de negocio: <https://eslabonesdenegocio.com/eres-un-microempresario/>
- Universidad del Zulia. (Enero-Marzo de 2020). *Desarrollo y crecimiento económico: Análisis teórico desde un enfoque cuantitativo*. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales:
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/31322/32372>
- Universidad Internacional del Ecuador Guayaquil . (2020). *Administracion de Operaciones*. Universidad Internacional del Ecuador Guayaquil .

Valor, F. (3 de Junio de 2019). *Rentabilidad Financiera: Concepto y Cálculo*. Obtenido de DIF broker: <https://www.difbroker.com/es/articulos/rentabilidad-financiera-concepto-y-calculo/>

vargas.c.c. (2011). *algunas consideraciones sobre la contratacion laboral* . Obtenido de derecho y sociedad .

Babahoyo, 21 de Febrero del 2022

Sra.

Mariela Paulina San Andrés Riquero

**GERENTE DE LA MICROEMPRESA CASA DE DISEÑO Y CONFECCION
MARIELA MODA DE LA PARROQUIA LA UNION, CANTON BABAHOYO**

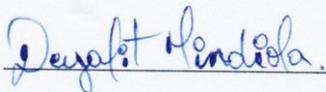
En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **MINDIOLA SAN ANDRES DEYALIT SOYOMARA**, con cédula de identidad 1207068980, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Comercio, matriculada en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 – abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado **DESARROLLO ECONÓMICO EN LA MICROEMPRESA CASA DE DISEÑO Y CONFECCIÓN MARIELA MODA EN LA PARROQUIA “LA UNIÓN”** el cual es requisito indispensable para poder titularme.

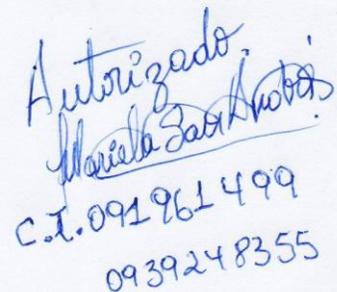
Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente



Deyalit Soyomara Míndiola San Andrés

1207068980


C.I. 091961499
0939248355

Document Information

Analyzed document	ESTUDIO DE CASO - DEYALIT SOYOMARA MINDIOLA SAN ANDRES.docx (D131129090)
Submitted	2022-03-22T05:59:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	dmindiola980@fafi.utb.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	fmorales.utb@analysis.orkund.com

Sources included in the report

SA	UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO / Caso de Estudio Final tutor Ing Galo Terranova L.R.pdf Document Caso de Estudio Final tutor Ing Galo Terranova L.R.pdf (D130719068) Submitted by: lromero890@fafi.utb.edu.ec Receiver: gterranovado.utb@analysis.orkund.com	 2
SA	Castro y Bermeo_FACTORES QUE INFLUYEN EN EL MICROEMPRESARIADO EN EL CANTON GUAYAQUIL SECTOR MONTE SINAI_R.docx Document Castro y Bermeo_FACTORES QUE INFLUYEN EN EL MICROEMPRESARIADO EN EL CANTON GUAYAQUIL SECTOR MONTE SINAI_R.docx (D112408792)	 1
SA	Tesis Maria Jose Rodriguez.docx Document Tesis Maria Jose Rodriguez.docx (D15884136)	 1
SA	Klaere Solange Peña Ponce.pdf Document Klaere Solange Peña Ponce.pdf (D112378834)	 1
SA	Macias Mera Ginger Fabiola.pdf Document Macias Mera Ginger Fabiola.pdf (D112584651)	 1

ANEXO 1

Entrevista aplicada a la propietaria de la microempresa

Objetivo: identificar los recursos que inhiben el crecimiento y desarrollo económico de la microempresa desde el criterio de su propietaria

Responder las siguientes preguntas:

- 1. ¿Cree innecesario contratar personal para realizar las diferentes actividades que demanda su microempresa, por qué?**
- 2. ¿Qué tiempo le dedica usted a las tareas que demanda el taller de costura?**
- 3. ¿Cómo ve la rentabilidad económica de su microempresa?**
- 4. ¿Considera usted implementar alguna estrategia económica que permita reforzar la rentabilidad de su microempresa?**
- 5. ¿Cuáles cree usted que son los procesos de planificación de estrategias para el crecimiento y desarrollo de su negocio?**
- 6. ¿Cuáles son los inconvenientes más representativos que ha tenido usted por parte de los clientes cuando ha brindado el servicio de costura?**
- 7. ¿Cómo maneja la administración de operaciones para el beneficio de su microempresa?**

ANEXO 2

Encuesta aplicada a los clientes de la microempresa

Objetivo: conocer los criterios de los clientes respecto a la administración que lleva la microempresa

1. Con que frecuencia utiliza el servicio de casa de diseño y confección Mariela Moda.

Siempre
Frecuentemente
A veces
Rara vez
Nunca

2. calidad de las prendas

Excelente
Muy Buena
Buena
Mala
Muy Mala

3. Al momento de retirar su prenda ha tenido algún inconveniente

Siempre
Frecuentemente
A veces
Rara vez
Nunca

4. Apreciación acerca de los precios

Muy caro
Caro
Costoso
Económico

5. La atención que brinda la microempresa es la adecuada

Siempre
Frecuentemente
A veces
Rara vez
Nunca

6. Aspectos esenciales para satisfacción de clientes y éxito del negocio.

Atención al cliente

Aumento de personal

Ampliar instalaciones

Financiamiento

Otros