



**UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE
PORTOVIEJO**

Carrera

Finanzas y Relaciones Comerciales.

Trabajo de investigación

**Previo a la obtención del título de
Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales.**

Tema

**DESEMPLEO JUVENIL Y SU IMPACTO EN EL
DESARROLLO COMERCIAL DE LA PARROQUIA PICOAZÁ
DEL CANTÓN PORTOVIEJO DE LA PROVINCIA DE
MANABÍ.**

Autoras

**Molina Pinargote Andrea Gabriela.
Quiroz Cedeño Ingrid Valentina.**

Tutor

Econ. Julio César Silva Ruiz.

2015.

CERTIFICACIÓN

Yo Econ. Julio César Silva Ruiz, Docente de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales certifico:

Que la tesis de grado titulada “**DESEMPLEO JUVENIL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA PARROQUIA PICOAZÁ DEL CANTÓN PORTOVIEJO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ**”, realizada por la egresadas Molina Pinargote Andrea Gabriela y Quiroz Cedeño Ingrid Valentina, fue desarrollada y concluida en su totalidad bajo mi dirección, habiendo cumplido con todas las disposiciones reglamentarias para el efecto.

Certifico en honor a la verdad para que las interesadas puedan hacer el uso que bien tuviese.

Atentamente,

.....
Econ. Julio César Silva Ruiz
DIRECTOR DE TESIS

**UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE
PORTOVIEJO
CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

TEMA:

**“DESEMPLEO JUVENIL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO
COMERCIAL DE LA PARROQUIA PICOAZÁ DEL CANTÓN
PORTOVIEJO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ”**

Sometido a consideración de los miembros del Tribunal de Revisión y Evaluación de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, previo a la obtención del título de: **Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales.**

MIEMBROS DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Econ. Alex Ramos Mendoza
Presidente

Econ. Julio Silva Ruiz
Tutor trabajo de titulación

Econ. Francisco Verduga Vélez
Miembro del Tribunal

Econ. Franklin García Sánchez
Miembro del Tribunal

DECLARACIÓN SOBRE DERECHOS DEL AUTOR

El presente trabajo de investigación fue realizado por nosotras estudiantes de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales y es de nuestra propiedad intelectual, por lo que nos reservamos todos los derechos de autoría.

.....

Molina Pinargote Andrea Gabriela.

.....

Quiroz Cedeño Ingrid Valentina.

DEDICATORIA ANDREA

En el recorrer de los días se van alcanzando logros del plan de vida que te propones desde que puedes hacerlo, y es justo dedicar dichos logros a todos las personas que lo hacen posible y comparten tu felicidad.

Es por esta razón que dedico mi logro al pilar fundamental que me mantiene de pie; A Dios por su infinito amor, por la sabiduría que permitió sacar a la luz todas mis ideas, y por la fortaleza para ser perseverante en mi objetivo propuesto. A Él que ha estado conmigo poniendo su mano en cada paso que doy para no caer, cuidándome, guiándome, y regalándome salud para poder continuar.

A mi madre por su amor incondicional, su constancia y ejemplo que me impulsa a seguir día a día. A mi padre por su apoyo y amor infinito que me enseña a ser perseverante y lograr lo que me propongo. A él le dedico este logro que tanto espero. A mi abuelita quien ha hecho posible y ha compartido cada avance de esta etapa mi lado.

A mi esposo por su amor, tolerancia y apoyo para poder cumplir esta etapa de superación en mi vida.

A mi gran amiga y hermana Valentina por su compañerismo, lealtad, ayuda y amistad sincera que siempre me ha regalado.

Y a ustedes que están leyendo por aportar con el granito de arena que necesite para poder escalar otro peldaño más de mi vida, y por interesarse en conocer los planteamientos y propuestas que la sociedad necesita.

Andrea Molina Pinargote

DEDICATORIA

Es para mí un honor poder dedicar este trabajo a quienes realmente me han acompañado a lo largo de toda mi vida y a quienes en el camino se han unido a mí, empiezo por el Ser Supremo, el que todo lo puede, Dios... al que con su bendición diaria hoy me ha permitido llegar hasta aquí, a mis padres y a mis hermanos, a ustedes les dedico un logro más en el largo camino de la vida que espero los llene de orgullo y satisfacción; y en general a toda mi familia que de una u otra manera contribuyeron en la culminación de esta meta, en especial a mi tía Katty y Fiorella, y a ti mi amiga incondicional y compañera de tesis Andrea, por acompañarme en las buenas y en las malas siempre; y ser parte del duro proceso. A todos ustedes gracias por el cariño, el amor y el apoyo constante en cada paso dado, LOS AMO.

Valentina Quiroz Cedeño.

AGRADECIMIENTO

En el momento en que el ser humano alcanza una meta, es cuando se detiene a mirar hacia atrás y recordar toda la ayuda recibida, todas las palabras de aliento y de motivación, y todas las expresiones de apoyo y amor de aquellas personas que tocaron nuestras vidas.

Es por esto que hoy queremos agradecer, primeramente a Dios por guiar nuestros pasos y ayudarnos a sobrepasar obstáculos en el camino, a nuestras familias por el sacrificio y apoyo constante e incondicional en la cristalización de nuestra carrera, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por abrirnos las puertas y permitir educarnos como las profesionales que somos hoy, a todos los docentes de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales por la paciencia y el conocimiento impartido en las aulas de clases.

A nuestro director de tesis Econ. Julio Silva Ruiz y a todos los Miembros del Tribunal por la guía y dirección en el desarrollo de nuestra tesis cuando estábamos realmente desorientadas, siempre estaremos agradecidas con ustedes.

A nuestros compañeros de clases de forma especial a Letty, Gaby, Boris y Ángel, gracias chicos por hacer mucho más llevaderos los días en que quisimos desistir y que gracias a sus palabras de apoyo hoy estamos todos aquí celebrando la misma meta alcanzada.

A los habitantes de la parroquia Picoazá por acogernos con amabilidad, y en general, a cada una de las personas que hicieron posible el progreso y avance de esta tesis. GRACIAS A TODOS Y CADA UNO DE USTEDES.

Andrea y Valentina



UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

DESEMPLEO JUVENIL Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO COMERCIAL DE LA PARROQUIA PICOAZÁ DEL CANTÓN PORTOVIEJO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ.

RESUMEN EJECUTIVO

El desempleo juvenil es una realidad que afecta negativamente al desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo, provincia de Manabí; esta investigación es de tipo exploratorio y descriptivo, con modalidades bibliográficas y de campo, en la que se utilizaron los métodos deductivo, cuantitativo, estadístico, hipotético y analítico con la ayuda de técnicas para la recopilación de datos como lo es la entrevista y las encuestas; una vez recopilada la información a través de las técnicas investigativas, se determinó un diagnóstico en base a los resultados obtenidos concluyendo en que más del 50% de los jóvenes entre 18-24 años de edad de la parroquia en mención se encuentran actualmente desempleados y que la causa principal es la insuficiencia en las fuentes de trabajo que se generan en la zona, además de determinar que la mayoría de ellos aspiran tener un negocio propio más que trabajar en relación de dependencia, es decir que es palpable el espíritu emprendedor en los jóvenes de esta parroquia.

Palabras Claves: desempleo, jóvenes, desarrollo, comercio, diagnóstico, insuficiencia, fuentes de trabajo, relación de dependencia, espíritu emprendedor, emprendimiento.



**UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE
PORTOVIEJO**

**YOUTH UNEMPLOYMENT: THE IMPACT IN THE COMMERCIAL
DEVELOPMENT OF THE PARISH PICOAZÁ, PORTOVIEJO CITY
MANABÍ COUNTY.**

ABSTRACT

The youth unemployment is a reality that affects negatively to the development of the parish Picoazá of the canton Portoviejo, county of Manabí; this research is explorative and descriptive type, with a bibliographical modality and field research, in which the deductive, quantitative, statistical, hypothetical and analytic methods were used with the help of techniques for the summary of data like it is the interview and the surveys. Once gathered the information through the investigative techniques, was determined a preliminary diagnosis, which was based on the obtained results, concluding in more than 50% of the young people among 18-24 years of age of the parish in mention are unemployed at the moment and that the main cause is the inadequacy in the work sources that are generated in the area, besides determining that most of those young people aspire to have an own business more than to work in dependence relationship, which means that it is palpable the entrepreneur spirit in the youths of this parish.

Key words: unemployment, young, developments, trade, diagnosis, inadequacy, work sources, dependence relationship, entrepreneur spirit, entrepreneurship.

ÍNDICE GENERAL

Certificación del Tutor de tesis	i
Certificación del Tribunal Examinador.....	ii
Declaración sobre los derechos de autor.....	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento.....	vi
Resumen Ejecutivo.....	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
INDICE DE GRÁFICOS.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	
ASPECTOS PRELIMINARES	2
1.1 TEMA.....	2
1.2 PROBLEMA.....	2
1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3.2 DIAGNOSTICO FÍSICO DE LA PARROQUIA PICOAZÁ.....	8
1.3.3 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA SOCIAL DEL PROBLEMA.....	9
1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	10
1.5 OBJETIVOS	10
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	10
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	11

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	13
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	13
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	17
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	20
2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL	24
2.5 HIPÓTESIS.....	24
2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA	24
2.5.2 HIPÓTESIS NULA.....	24
2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA.....	24
2.6 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	24
2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	24
2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	24
2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	25
2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE – DESEMPLEO JUVENIL.....	25
2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE – DESARROLLO COMERCIAL	26

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO.....	27
3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN.....	27
3.3 MÉTODO Y TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.3.1 MÉTODOS	28
3.3.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	29
3.4.1 POBLACIÓN	29
3.4.2 MUESTRA.....	29

3.5. RECURSOS	30
3.5.1 RECURSOS HUMANOS	30
3.5.2 MATERIALES	30
3.5.3 MATERIALES TECNOLÓGICOS	31
3.5.4 RECURSOS ECONÓMICOS	31
3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	31
3.7 PRESUPUESTO DE GASTOS	32
3.8 CRONOGRAMA	32

CAPÍTULO IV

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

DESEMPLEO JUVENIL 33

4.1 EMPLEO	33
4.1.1 GÉNERO	33
4.1.2 EDAD	35
4.1.3 NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	36
4.2 ORGANISMOS GUBERNAMENTALES	38
4.2.1 IEPS	38
4.2.2 DIRECCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO.....	40
4.2.3 PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS	42
4.3 JOVEN	44
4.3.1 PERFIL LABORAL	44
4.3.2 ASPIRACIÓN LABORAL	49
4.3.3 ORIENTACIÓN LABORAL	52
4.4 DIAGNOSTICO COMERCIAL	53
4.4.1 COMERCIOS.....	53
4.4.2 ACTIVIDADES COMERCIALES GENERALES	55

4.4.3 CAPACITACIÓN.....	56
-------------------------	----

CAPÍTULO V

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE DESARROLLO COMERCIAL 58

5.1 NEGOCIOS Y COMERCIOS.....	58
5.1.1 COMERCIANTES	58
5.1.2 ACTIVIDADES COMERCIALES ESPECÍFICAS	61
5.1.3 PROPIEDAD SOBRE EL LOCAL COMERCIAL.....	63
5.2 VENTAS.....	64
5.2.1 TIPOS DE VENTAS.....	64
5.2.2 PROMEDIO DE VENTAS	65
5.2.3 PROVEEDORES.....	67
5.3 EMPRENDIMIENTO	68
5.3.1 ASOCIACIONES	68
5.3.2 ORIENTACIÓN LABORAL	70
5.3.3 CAPACITACIÓN.....	71
5.4 INVERSIÓN.....	73
5.4.1 RANGO DE INVERSIÓN	73
5.4.2 CARACTERÍSTICAS DEL CAPITAL INVERTIDO.....	75
5.4.3 CONTABILIDAD Y FACTURACIÓN	76

CONCLUSIONES 78

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO 79

6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	79
6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	79

6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	82
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Población Económicamente Activa e Inactiva por área urbana y rural de Portoviejo.....	7
TABLA 2: Desempleo juvenil.....	25
TABLA 3: Desarrollo comercial.....	26
TABLA 4: Presupuesto de la investigación.....	32
TABLA 5: Cronograma de actividades.....	32
TABLA 6: Generación de empleo según el género.....	34
TABLA 7: Generación de empleo según la edad.....	35
TABLA 8: Nivel de instrucción.....	37
TABLA 9: Jóvenes según la edad.....	45
TABLA 10: Nivel de instrucción.....	46
TABLA 11: Nivel académico necesario para laborar.....	47
TABLA 12: Situación laboral.....	48
TABLA 13: Aspiraciones laborales.....	50
TABLA 14: Aspiraciones laborales según el tiempo.....	51
TABLA 15: Orientación laboral en las aulas de clases.....	52
TABLA 16: Comerciantes.....	54
TABLA 17: Actividad comercial general.....	55
TABLA 18: Capacitación laboral.....	57
TABLA 19: Comerciantes según la edad.....	59
TABLA 20: Actividades comerciales específicas.....	61
TABLA 21: Propiedad sobre el local comercial.....	63
TABLA 22: Tipos de ventas.....	65
TABLA 23: Promedio de ventas diario.....	66
TABLA 24: Socios de organizaciones.....	69
TABLA 25: Orientación laboral.....	71
TABLA 26: Capacitaciones recibidas por los comerciantes.....	71
TABLA 27: Comerciantes dispuestos a capacitarse.....	72
TABLA 28: Capital invertido.....	74
TABLA 29: Contabilidad.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: Distribución regional de la población Juvenil 2005-2015.....	3
GRÁFICO 2: Desempleo juvenil y tasa mundial de Desempleo juvenil, 1991-2013.....	4
GRÁFICO 3: Tasa semestral de empleo, desempleo Y subempleo a nivel nacional urbano-rural.....	5
GRÁFICO 4: Generación de empleo sector Público y privado.....	6
GRÁFICO 5: Generación de empleo según el género.....	34
GRÁFICO 6: Generación de empleo según la edad.....	36
GRÁFICO 7: Nivel de instrucción.....	37
GRÁFICO 8: Jóvenes según el sexo.....	45
GRÁFICO 9: Nivel de instrucción.....	46
GRÁFICO 10: Nivel académico para laborar.....	47
GRÁFICO 11: Situación laboral.....	48
GRÁFICO 12: Aspiraciones laborales.....	50
GRÁFICO 13: Aspiraciones laborales según el tiempo.....	51
GRÁFICO 14: Actividad comercial general.....	56
GRÁFICO 15: Capacitación estatal.....	57
GRÁFICO 16: Distribución de comerciantes por edades.....	60
GRÁFICO 17: Actividades comerciales específicas.....	62
GRÁFICO 18: Propiedad sobre el local comercial.....	64
GRÁFICO 19: Tipo de ventas.....	65
GRÁFICO 20: Promedio de ventas diario.....	67
GRÁFICO 21: Origen de proveedores.....	68
GRÁFICO 22: Socios de organizaciones.....	70
GRÁFICO 23: Temas de capacitación.....	72
GRÁFICO 24: Características del capital.....	75
GRÁFICO 25: Emisión de factura.....	77

INTRODUCCIÓN

El desempleo es una realidad que afecta negativamente al desarrollo de cualquier sociedad, es por esto que el objetivo de esta investigación es determinar la incidencia del desempleo juvenil en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

Así en el CAPÍTULO I, se identificarán todos los antecedentes sobre el desempleo juvenil de forma macro y micro, delimitando el problema, realizando un diagnóstico físico de la parroquia Picoazá, y determinando los objetivos que se alcanzarán en esta investigación.

En el CAPÍTULO II, se sustentarán las variables a través de la fundamentación teórica en relación al desempleo juvenil y el desarrollo comercial, asimismo, se determinará el marco legal de la investigación, además de identificar la operacionalización de las variables.

El CAPÍTULO III, desarrolla toda la metodología de la investigación, haciendo referencia a los tipos, modalidades, métodos, técnicas y recursos empleados en la recopilación de datos de la muestra obtenida.

En el CAPÍTULO IV y V se desarrollan cada uno de los indicadores y categorías de la variable independiente (desempleo juvenil) y la variable dependiente (desarrollo comercial), respectivamente, haciendo un análisis en base a los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas ejecutadas.

Finalmente en el CAPÍTULO VI, se expondrá la descripción y metodología de la propuesta como estrategia de emprendimiento económico para contribuir al fomento del empleo juvenil en la parroquia y su impacto en el desarrollo comercial de la zona.

CAPITULO I

ASPECTOS PRELIMINARES

1.1 TEMA

Desempleo juvenil y su impacto en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.

1.2 PROBLEMA

Deficiencia en las fuentes de empleo para los jóvenes de 18-24 años de edad de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial la tasa de desempleo es uno de los indicadores que más llama la atención por sus altos resultados ocasionados por distintas causas ya sean políticas, económicas o sociales.

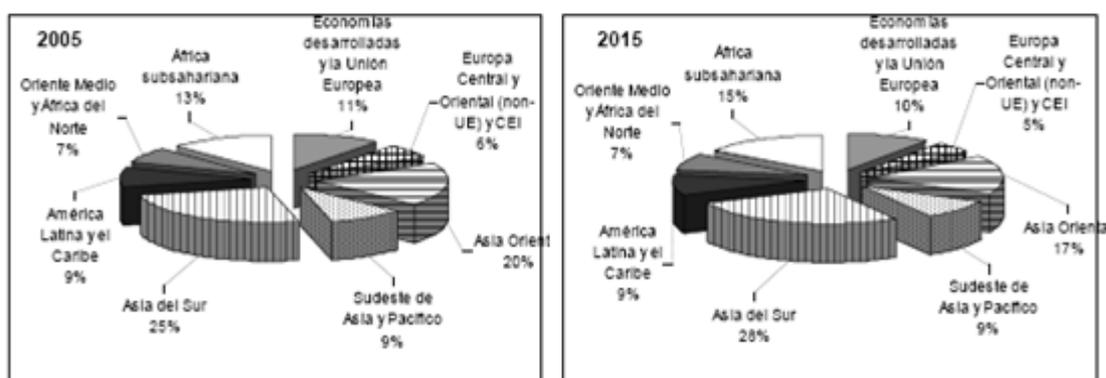
Esta tasa es un indicador macroeconómico, que al igual que el PIB y la inflación buscan medir los cambios y tendencias económicas a nivel mundial; la tasa de desempleo no solo mide aspectos económicos sino que también determina características sociales de muchos sectores de la economía mundial.

Según el modelo de Tendencias Mundiales de Empleo (TME), si realizamos un análisis regional de la población de los años 2005

con proyecciones al año 2015 como nos indica el gráfico 1.1, en el cual se incluye todas las regiones mundiales, en general observamos que la población juvenil mundial en los países en vías de desarrollo continúa creciendo, sin embargo en los países desarrollados estos porcentajes disminuyen. (ARMIJOS SOLANO, ORDOÑEZ MARCHAN, & RAMIREZ VELASCO, 2010)

GRÁFICO 1

Distribución regional de la población juvenil, 2005 y 2015



Fuente: Modelo de Tendencias Mundiales del Empleo (TME), OIT. 2006.

Elaboración: Autoras de la investigación.

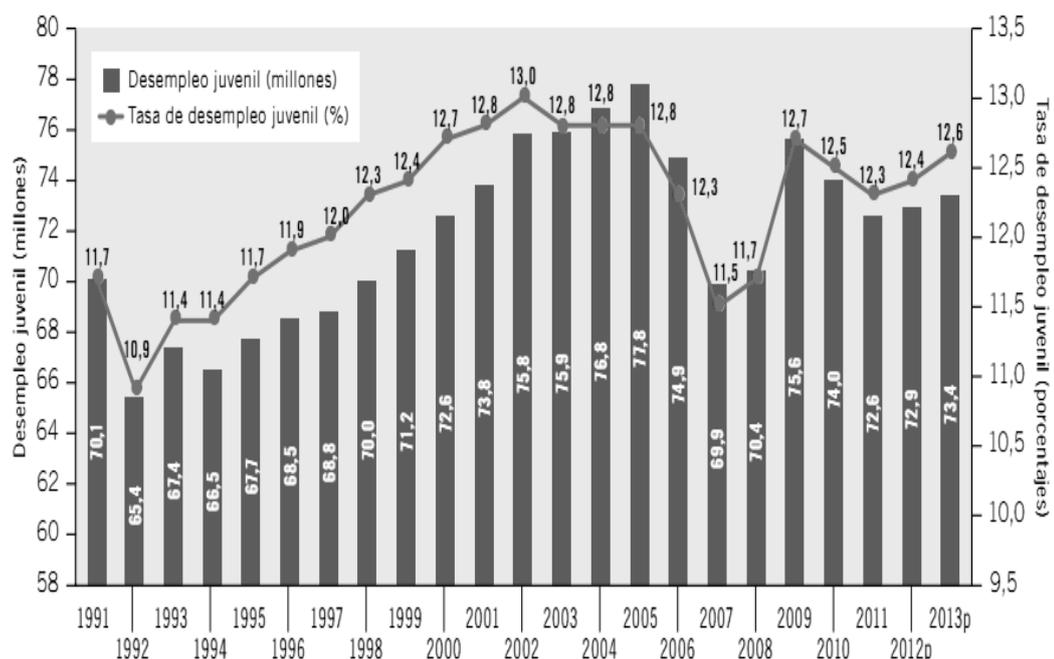
Además se espera que las regiones Asia del Sur y África Subsahariana tengan aumentos en la población juvenil para el año 2015 del 3% y 2% respectivamente, dicha regiones más Asia Oriental representan alrededor del 54% de la población juvenil mundial. Para 2018, se prevé una tasa mundial de desempleo juvenil de un 12,8%, así como un aumento de las diferencias de una región a otra; las mejores cifras previstas para las economías avanzadas servirán de contrapeso al aumento del desempleo juvenil que sufrirán otras regiones, como Asia. (OIT E. T., 2010)

En el Gráfico 1.2 se puede apreciar que la tasa mundial de desempleo juvenil, que había disminuido del 12,7% de 2009 al 12,3% en 2011, aumentó de nuevo al 12,4% en 2012, y ha seguido haciéndolo hasta el 12,6% registrado en 2013. Según la Organización Internacional

del Trabajo OIT, para el 2013 el número de personas desempleadas a nivel mundial era de 200 millones y que para el 2014 aumentaría tentativamente a 203 millones de personas, afirmando que en los próximos años el 90% de empleos se crearían en países emergente lo que consecuentemente desembocaría en un gran impacto social, como lo es la migración. (Employment Trends, 2013)

GRÁFICO 2

Desempleo juvenil y tasa mundial de desempleo juvenil, 1991-2013



Fuente: Modelo de Tendencias Mundiales del Empleo (TME), OIT, mayo 2013.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Actualmente en América Latina de los 108 millones de jóvenes que posee, 56 millones de ellos enfrentan problemas a la hora de solicitar empleos al existir una perspectiva muy informal y carente de oportunidades; cifras demuestran que del total de desempleados de la región; 43% pertenece al desempleo juvenil. El desempleo juvenil en América Latina y el Caribe causa gran preocupación ya que el 19,8% de sus jóvenes han pasado a formar parte de la categoría NEET, “Not in employment, education or training” (ni estudia ni trabaja).

Datos de la OIT muestran que la mayor proporción de NEET (51,7%) de la región se dedicaba a tareas domésticas, el 23,1% estaba desempleado, y el 25,2% ni trabajaba ni estudiaba por otras razones. Al no mejorar sus posibilidades de encontrar un empleo en el futuro a través de inversión en calificaciones, ni de obtener experiencia a través del empleo, los NEET están especialmente expuestos a verse excluidos tanto del mercado de trabajo como de la sociedad. (Employment Trends, 2013)

Uno de los ideales del Gobierno actual del Ecuador es tratar de mantener en los niveles más bajos la tasa de desempleo en el país, implementando medidas como créditos más accesibles para el sector microempresarial para que de este modo aumente su fuerza laboral, capacitaciones al personal, mayores beneficios en los lugares de trabajo, que hacen más atractiva la oferta laboral y dejar de lado la informalidad. El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) publicó en julio del 2014 el reporte de Indicadores laborales de junio del mismo año, como se puede apreciar en el Gráfico 1.3 a continuación, en el cual se observa que el desempleo nacional se ubicó en 4,65%, mientras que en junio del 2013 alcanzó el 3,87%.

GRÁFICO 3
TASA NACIONAL SEMESTRAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO



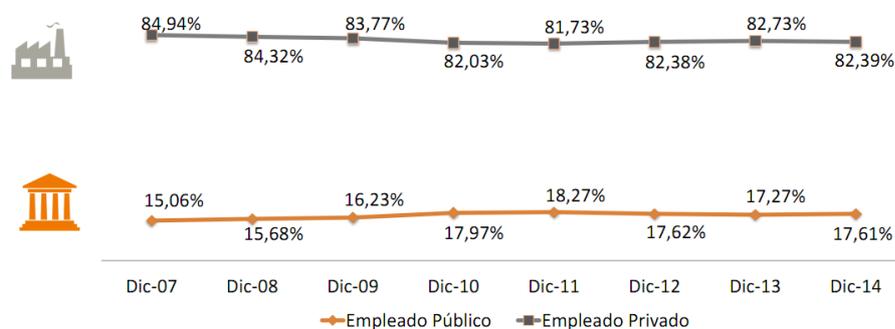
Fuente: Encuesta de Empleo, Subempleo y Desempleo, INEC, 2012 - 2014

Elaboración: Autoras de la investigación.

Asimismo, la ocupación plena en el país, es decir, aquella donde los trabajadores laboran la jornada legal y tienen ingresos superiores al salario básico, llegó al 43,78% de la población, superior al índice registrado un año atrás (37,71%). El subempleo sigue siendo un problema estructural, a junio de este año, el 51,32% de la población estaba subocupada, aunque es inferior al registrado hace un año (57,10%).

Para el 2014, Ecuador contaba con una de las tasas más bajas de desempleo de la región y aun así las ciudades que mayor desempleo registraron fueron Guayaquil, Machala, Cuenca y Quito al ser las ciudades de mayor densidad del país y las que mantienen una mayor población económicamente activa. En el Ecuador, de cada 10 plazas de trabajo, 8 son generadas por el sector privado y 2 por el sector público, relación que es estable en los últimos años, tal como lo muestra el Gráfico 1.4.

GRÁFICO 4
GENERACIÓN DE EMPLEO SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo, INEC, diciembre 2014.

Elaboración: Autoras de la investigación.

De acuerdo a los datos estadísticos por parte del INEC, en el 2014 se detectaron a nivel nacional 166.411 jóvenes desocupados entre 18 y 24 años; así también se puede evidenciar que Manabí obtiene el 4.59% de desempleo urbano mientras que en la zona rural posee el 2.91%, es por esto que se concentrará un estudio en la parroquia urbana Picoazá del cantón Portoviejo de dicha provincia para determinar las causas del

desempleo juvenil que presenta este sitio y las consecuencias dentro del sector comercial del mismo y de cierta manera el desarrollo social de la parroquia mencionada.

Asimismo, según datos del censo INEC 2010, en el cantón Portoviejo del total de población en edad económicamente activa, el 48,42% realiza alguna actividad, de los cuales el 91,71 % están ocupados, es decir, efectivamente desempeña un trabajo remunerado; mientras que el 8,29 % no se encuentran laborando, ya sea porque están en búsqueda de empleo (por primera vez) o se encuentran cesantes, es decir que buscan trabajo habiendo laborado con anterioridad y están disponibles para trabajar.

TABLA 1
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA) E INACTIVA POR
ÁREA URBANA Y RURAL – PORTOVIEJO

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA				
CATEGORÍA / ÁREA	PORTOVIEJO			
	ÁREA URBANA		ÁREA RURAL	
	Total	%	Total	%
ACTIVA (a)	83864	50,09%	25455	43,63%
OCUPADOS	76272	90,95%	23989	94,24%
DESOCUPADOS	7592	9,05%	1466	5,76%
POBLACIÓN INACTIVA				
INACTIVA (b)	83546	49,91%	32891	56,37%
PET (a+b)	167410	100,0%	58346	100,00%

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: Autoras de la investigación,

En éste cantón, según la tabla 1.1, la población económicamente activa del área urbana (50,09 %) es mayor que la población económicamente activa del área rural (43,63 %); sin embargo, el sector rural cuenta con una mayor población ocupada con un 94,24 % frente a un 90,95 % del sector urbano. Por lo tanto, se evidencia mayor desocupación en el área rural con 5,76 %; mientras que en el área urbana registra un 9,05 %.

Los habitantes de la parroquia Picoazá tienen sus principales fuentes de ingresos económicos el comercio y la agricultura; también existen personas dedicadas a la elaboración de artesanías de paja toquilla. El comercio informal es una actividad predominante en el casco urbano, lo que la hace una Parroquia muy activa comercialmente, donde juega un rol importante, el trabajo de la mujer y los niños.

Existe una característica especial en esta parroquia, misma que de a poco le va dando una característica propia al sitio, pues el comercio abre sus puertas desde muy temprano en la mañana y cierra ya muy entrada en las noches, por lo que cada vez resulta más común ver como existen ciertos visitantes nocturnos que deciden ir de compras o sencillamente van a degustar algunos de sus platos tradicionales como el ceviche.

1.3.2 DIAGNOSTICO FÍSICO DE LA PARROQUIA PICOAZÁ

La presente investigación se realizó en Ecuador, en la Provincia de Manabí, al Norte-Oeste de la ciudad de Portoviejo en la parroquia Picoazá, a continuación sus límites geográficos:

- NORTE: Rocafuerte y Río Chico.
- SUR: Portoviejo.
- ESTE: Portoviejo y Río Chico.
- OESTE: Montecristi.

POBLACIÓN

16800 habitantes totales – 1520 entre 18 y 24 años.

COMUNIDADES

Las Piedras, Milagro, Higuerón Adentro, Higuerón Afuera, Mejía, Guayabo, Papagayo, Negrital, San Carlos, El Gallinazo, San Jacinto, San Cristóbal, San José, Miraflores, Las Tres Cruces, Loma de Los Vientos, La Encañonada, Jaboncillo, y San Alejo.

FECHA DE FUNDACIÓN

El 29 de mayo de 1938.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Los habitantes de la comunidad tienen sus principales fuentes de ingresos económicos el comercio y la agricultura; también existen personas dedicadas a la elaboración de artesanías de paja toquilla. El comercio informal es una actividad predominante en el casco urbano, lo que hace una Parroquia muy activa comercialmente, donde juega un rol importante, el trabajo de la mujer y los niños.

1.3.3 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA SOCIAL DEL PROBLEMA

El desempleo que ha afectado a cada uno de los segmentos económicos del país, se disparó en 1999 con la llegada de la dolarización y la mala administración de los Gobiernos, el estado entro en una crisis total, así los sueldos quedaron en niveles mínimos de sobrevivencia además de causar un gran impacto en la sociedad ecuatoriana al presentarse una migración masiva.

Según un informe del Gobierno actual el desempleo en el Ecuador comenzó a disminuir ligeramente en el primer semestre de 2012 contra los resultados de los años anteriores pero muchas veces estos resultados disipan de lo que se puede observar en el diario vivir ecuatoriano si se consideran los despidos masivos que se vienen ejecutando en el sector privado por las dificultades que se encuentran al momento de obtener mayor fuerza laboral o tratar de mantenerla.

Por lo general se podría llegar a una conclusión de que las personas desempleadas o subempleadas, son personas de menor preparación o experiencia cuando en realidad la mayoría son profesionales y hasta jóvenes recién graduados, quienes difícilmente encuentran un empleo de acuerdo a su perfil académico.

Muchas personas profesionales por la gran necesidad a la que se enfrentan deben buscar formas de trabajo fuera de sus competencias, así un ingeniero en marketing trabaja como taxista o un ingeniero en finanzas trabaja como cajero y así muchos otros ejemplos que, ante estos casos muchos estudiantes prefieren trabajar en lugar de terminar sus estudios pues saben que una vez graduados correrán con la misma suerte, lo que los obliga a trabajar aún más.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo:	Comercial.
Área:	Desempleo juvenil.
Aspecto:	Desarrollo comercial.
Problema:	Deficiencia en las fuentes de empleo para los jóvenes de 18-24 años de edad de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.
Tema:	Desempleo juvenil y su impacto en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.
Delimitación espacial:	La investigación se llevará a cabo en la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.
Delimitación temporal:	Dicha investigación transcurrirá en el periodo Septiembre 2014-Febrero 2015.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la incidencia del desempleo juvenil en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Medir el índice de desempleo juvenil que existe en la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo, provincia de Manabí, de acuerdo a la muestra obtenida en la investigación.
- Determinar la participación de Organismos Gubernamentales que brinden información y capacitación a jóvenes para contribuir con su bienestar intelectual, laboral y económico.
- Señalar el impacto que recibe la parroquia en función a la orientación laboral que los jóvenes obtienen dentro de su entorno personal.
- Desarrollar una propuesta de acción para las autoridades políticas de la parroquia y así poner en marcha un plan de desarrollo de emprendimientos dirigido a los jóvenes para de esta manera aumentar el desarrollo comercial del lugar.

1.6 JUSTIFICACIÓN

Picoazá es una de las parroquias urbanas más comerciales del cantón Portoviejo, de allí la relevancia de la ejecución de la presente investigación que contribuirá a obtener los cambios necesarios para brindarle a los jóvenes de este sector una fuente de trabajo, ya que a pesar del movimiento que generan en la economía cantonal, no deja de ser un mercado informal que desde un cierto punto de vista afecta al aspecto laboral y sobre todo a quienes buscan ocupar dichos empleos, ya que no gozarían los tan deseados beneficios de ley ni las seguridades de un trabajo plenamente constituido.

Esta investigación es de suma importancia porque logra determinar las posibles causas del desempleo en esta parroquia netamente comercial y cómo este problema afecta a su desarrollo económico y

social, beneficiando directamente a los habitantes de esta parroquia ya que al comprobar el problema pondrán en práctica metodologías para solventar este inconveniente y aumentar su bienestar comercial de una manera más formal y segura.

Se considera que tiene un alto grado de factibilidad ya que se cuenta con la aprobación y colaboración de la comunidad; además el equipo investigador está dispuesto a correr por los riesgos, para poder superar el problema que afecta a los jóvenes de esta esta comunidad.

Es la primera ocasión que se va a realizar en esta parroquia este tipo de investigación, por lo que resulta novedoso, ya que permitirá que los jóvenes tomen un giro con relación a su práctica profesional que favorecerá al campo comercial como es el progreso económico; y por ende tendrá un impacto social positivo, porque los jóvenes tendrán un gran deseo de superación, que obviamente solo puede darse con el apoyo conjunto de todos sus habitantes y las autoridades pertinentes.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la FLACSO con sede en México se investigó la Inserción al mercado laboral de los profesionales de la UACJ desde el enfoque de la política de ampliación de cobertura; por parte de **MARIO ENRIQUE SEGUNDO RAMIREZ, 2009**; llegando a la conclusión de que:

Los jóvenes han pasado a ser un grupo de suma importancia en gran medida por ser un factor que puede potencializar el crecimiento y desarrollo económico y social a nivel nacional, regional y local, en gran parte por la cada vez mayor cobertura de la matrícula de educación superior. Sin embargo, en materia de política pública es aún un desafío el aumento de la matrícula educativa.

La incorporación de los egresados de educación superior ha dejado de darse de manera automática, lo cual puede afectar el desempeño futuro de los egresados en el mercado laboral, así, como el bienestar del profesionista a futuro. De esta manera la política de ampliación de cobertura de la educación superior tiene que cumplir con ciertos principios para un adecuado desempeño. (SEGUNDO RAMIREZ, 2009)

Se investigó también por parte de **DE LA HOZ AGUILAR, FABIO; QUEZADA PÉREZ, RAÚL; YÁNEZ CONTRERAS, MARTHA** que el Desempleo juvenil en Cartagena de Indias: y por medio de un análisis transversal de sus causas y consecuencias papeles de población, vol. 19,

núm. 75, enero-marzo, 2013, pp. 1-27 en la Universidad Autónoma del Estado de México Toluca, México las siguientes conclusiones:

Por aspectos demográficos, socioeconómicos y por su estructura productiva, Cartagena se convierte en un espacio propicio para el surgimiento del desempleo juvenil, problemática que se expresa en registros por encima del desempleo de los demás grupos de edad y en mayores tasas para jóvenes del género femenino.

Se halló que el escaso nivel educativo es uno de los principales factores del desempleo juvenil, en tanto que entre los jóvenes desempleados de la ciudad, la mayoría solo han terminado la secundaria. Además, se evidencia la escasa cultura de generar empleo y no buscarlo, una indiferencia absoluta por las actividades de emprendimiento o empresarismo por parte los jóvenes cartageneros.

Pero más allá del mercado laboral y de los efectos económicos, el desempleo juvenil incide en la salud mental de los jóvenes, efecto que se manifiesta en sentimientos de frustración y conflicto con los miembros del hogar y con la sociedad en general; es decir, una exclusión social de múltiples dimensiones.

Esta situación los expone a formas ilegales de subsistencia, que ofrecen un medio de consolidación personal y rápidos retornos a una inversión que es nula, esta problemática se manifiesta en el afloramiento de pandillas juveniles en Cartagena que en los últimos años han participado en la mayoría de los hechos de violencia, se dedican a actividades como el robo y la venta de alucinógenos, y están ubicadas en zonas marginales habitadas principalmente por población de bajo nivel educativo, desempleada y, por lo tanto, sumida en niveles de extrema pobreza. (DE LA HOZ AGUILAR, QUEZADA PÉREZ, & YÁNEZ CONTRERAS, marzo, 2013)

Dentro de la Universidad Complutense de Madrid: el tema a investigar es La juventud, el trabajo, el desempleo e identidad, como un enfoque psicosocial, de **JIMENA GALLARDO GÓNGORA, 2008.**

En este sentido, consideramos la pobreza como un factor importante a considerar en el análisis de los efectos del desempleo, ya que no se trata de un fenómeno coyuntural que afecta solamente a pequeños grupos específicos, sino que, por el contrario, se trata de un fenómeno ampliamente extendido y arraigado en el desarrollo histórico de nuestros países y que se ha agravado considerablemente durante las últimas décadas; cuando hablamos de pobreza, no nos estamos refiriendo simplemente a un indicador más ni a una estadística entre tantas otras; al referirnos a la pobreza en América Latina estamos trayendo a colación el sufrimiento de quienes la padecen.

La falta de empleo y la precariedad laboral son consideradas como el vínculo más claro entre la vulnerabilidad y la pobreza, ya que los ingresos provenientes del trabajo-empleo representan la fuente más directa e importante para la supervivencia de los hogares que sufren sus consecuencias. Sobre todo en las familias urbanas de los estratos medios y bajos, en donde el ingreso para cubrir las necesidades de alimentación, vivienda, salud y educación proviene principalmente del empleo asalariado o por cuenta propia. En este sentido la CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, estima que los ingresos del hogar están determinados en un 80% de media por los ingresos del trabajo.

En cuanto al fenómeno del desempleo en América Latina y en los países de la región, éste constituye desde hace ya muchos años un problema estructural, frente al cual las políticas sociales de subsidios de desempleo suelen ser muy precarias y en algunos casos inexistentes; situación que se agrava en períodos de crisis económica. A este

panorama se añade la situación de subempleo o desocupación disfrazada que afecta a muchas personas que ocupan su tiempo obteniendo menos salario, sin gozar de beneficios sociales y exponiendo su salud a mayores riesgos. (GALLARDO GÓNGORA, 2008)

En la Escuela Superior Politécnica Del Litoral, Desempleo e Inactividad Juvenil en Ecuador, **LILIBETH FERNANDA ARMIJOS SOLANA, ANDREA VERÓNICA ORDOÑEZ MARCHÁN, KARLA GABRIELA RAMIREZ VELASCO, 2010.**

De la sección teórica del trabajo, concluimos que la tasa de desempleo mundial de los jóvenes es mayor a la de los adultos. Respecto al sexo, la tasa de desempleo femenil es superior, debido a las creencias culturales que lideran en la mayoría de los países tradicionalistas.

Mientras la tasa mundial de desempleo se incrementó en 14.8% (1995- 2005), la tasa correspondiente a América del Sur sufrió una variación porcentual positiva en 16.1%. En Ecuador, el análisis del 2005, muestra que el desempleo alcanza una tasa del 64.2% para los individuos incluidos en el rango de edad de 15-28 años y tan solo un 34.7% para aquellos en el rango de 29-44 años de edad. (ARMIJOS SOLANO, ORDOÑEZ MARCHAN, & RAMIREZ VELASCO, 2010)

Por otro lado en la Universidad San Gregorio de Portoviejo, se encontró el Análisis de la inserción de egresados y profesionales de la carrera de finanzas y relaciones comerciales de la unidad académica económica de la Universidad San Gregorio de Portoviejo en el campo laboral y empresarial, por **EVELYN CECILIA PAREDES GILER, STEPHANIE FERNANDA VITERI SURATY, 2011.**

Los estudios de investigación realizados por las autoras de la presente tesis de grado dan lugar a la necesidad de actualizar el pensum

de estudio de acuerdo a los requerimientos del mercado de la ciudad de Portoviejo, siendo necesario también realizar un seguimiento académico a los egresados y profesionales de la carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales por parte de la Unidad Académica Económica. (PAREDES GILER & VITERI SURATY, 2011)

Asimismo, en la Universidad San Gregorio de Portoviejo, con el Análisis de la tasa de desempleo con su repercusión en el desarrollo socio-económico y la generación de fuentes de trabajo en la provincia de Manabí, realizado por **CARMEN VIVIANA SALTOS QUIJIJE, ÁNGEL MAURO GARCÍA IBARRA, 2004**; concluyeron:

Las necesidades de preparación de la fuerza de trabajo humano de los países en desarrollo son, a la vez, crecientes a causa del aumento acelerado de su población económicamente activa (PEA), en especial de los colectivos juveniles. Estos poseen estratos que ingresan al trabajo con baja escolaridad, en circunstancias que –a diferencia de los activos de mayor edad – carecen de experiencia laboral y han tenido poco tiempo para acumularla: también influye mucho el “Padrinazgo”. (SALTOS QUIJIJE & GARCÍA IBARRA, 2004)

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Uno de los organismos internacionales como es la OIT señala que hay cerca de 60 millones de desempleados juveniles en el mundo. También se reconoce que, en promedio, los jóvenes sufren más el desempleo, alcanzando casi el doble de las tasas globales. Y que su inserción en el mercado de trabajo es más precaria (cerca del 50% se dirigen a actividades informales).

El empleo juvenil exige medidas especiales, que deben ser sumadas a las tradicionales estrategias de generación de empleo y renta, por ejemplo, las agencias de empleo deben disponer de servicios eficaces

de orientación e información con sensibilidad para la cuestión juvenil. Los programas de calificación profesional deben estar atentos para brindar cursos que no repitan las frustraciones del trabajador adulto, deben desarrollar actitud emprendedora en el joven, y la capacidad para entender los códigos de la modernidad.

La creación de cooperativas y microempresas juveniles requiere asesoramiento especializado además del apoyo de las conocidas "incubadoras de empresas". Los programas que buscan crear una familiaridad básica del joven con la empresa, a través de las pasantías, han mostrado resultados positivos en la región. La intención es introducir al joven en una cultura del trabajo y eventualmente lograr su permanencia en la firma. (ALEXIM, 2006)

"El problema del joven en América Latina es el de una juventud marginal, que perdió la confianza en sí misma y el interés por participar en la sociedad." El desempleo en el Cono Sur- Argentina, Brasil, Chile y Uruguay- se expandió en los años 90, alcanzando a más de dos dígitos en dos de los cuatro países a comienzos del nuevo siglo. En paralelo, aumentó también la desocupación de los jóvenes de 15 y 24 años de edad. Su tasa de desempleo fue 2,3 veces la tasa promedio en el 2000, con ligeras diferencias entre países. Entre 1 de cada 2,5 y 1 de cada 7 jóvenes que buscaba trabajo activamente, no lo encontró.

El desempleo afecta más a las mujeres en los cuatro países, independientemente del tramo etario que se analice. La tasa de participación tiende a aumentar con la edad, los jóvenes entre 15 y 19 años registran una baja participación, porque en su mayoría todavía se encuentran en edad escolar y la tasa de participación se expande en los jóvenes entre 20 y 24 y más aún, en los adultos. La informalidad afecta más a los jóvenes que a los adultos y la importancia en los empleos es mayor cuanto menor es la edad de los jóvenes.

Cuatro son las causas del desempleo juvenil que se identifican con mayor frecuencia:

- Primero, la insuficiencia dinámica de la economía y las características del crecimiento.
- Segundo, las exigencias o expectativas de los jóvenes en relación al empleo esperado.
- Tercero, la insuficiencia de capital humano, tanto de educación como de experiencia.
- Por último, los factores relacionados con la rigidez del mercado de trabajo y en particular, con los costos de contratación y despido de los jóvenes y los niveles salarios mínimos.

Los cuatro países del Cono Sur analizados han adoptado un conjunto de políticas dirigidas a incorporar productivamente a los jóvenes. Este es el caso de Chile, Argentina y Uruguay y, en menor medida, de Brasil.

Esta prioridad en la educación es más importante para los adolescentes que se integran a la búsqueda de trabajo. El ingreso prematuro al mercado del trabajo, significa una educación trunca. El objetivo prioritario debería ser el retorno a la escuela y, sólo para los que no tienen opción o vocación, el empleo.

La capacitación y primer empleo, se encuentra un conjunto de políticas dirigidas a dotar a los jóvenes de formación profesional. Además de la que pueden adquirir en la enseñanza media técnica, sujeto de reforma según mencionamos anteriormente, la misma es también suministrada por Institutos de Formación Profesional y en la Educación Formal Superior.

En los ajustes en el mercado de trabajo para facilitar la contratación de jóvenes, existen intervenciones de políticas y programas que facilitan

el empleo de los jóvenes adecuando las condiciones de los contratos de trabajo. Estas intervenciones se promueven mediante tres tipos de instrumentos.

La flexibilización y la reducción de los costos laborales no salariales ha predominado en la mayoría de los países de la región como objetivo estratégico y la adaptación especial de la legislación para facilitar la contratación de jóvenes ha recibido atención en ese contexto. A la existencia de contratos especiales de aprendizaje, se agrega la introducción de diversas innovaciones eliminando las indemnizaciones por despido y eliminando o rebajando las contribuciones sociales. Argentina, introduce a partir del 2000 un contrato promovido para jóvenes con exención de la mitad de las contribuciones a la seguridad social.

Por último, la introducción de un salario mínimo para jóvenes es también utilizada como instrumento para incentivar su contratación. Como se señaló, es debatible si el nivel del salario mínimo constituye o no restricción de contratación en un país y tiempo determinado. Lo es menos, el hecho de que la productividad de los jóvenes es menor que la de los adultos y por ello, la diferenciación salarial tiene mayor fundamento. En Chile, existen salarios diferenciados para jóvenes y no necesariamente se han reajustado en proporción similar al salario mínimo adulto. (TOKMAN, 2003)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Empleo.- Es la concreción de una serie de tarea a cambio de una retribución pecuniaria denominado salario, todas aquellas personas que tienen un empleo por lo general lo realizan en las empresas las cuales son el lugar donde las facultades de todos interactúan con la finalidad de percibir una ganancia y de alcanzar metas, tanto personales como profesionales. (JUSIDMAN DE BIALOSTOZKY, 1971)

El empleo o el pleno empleo estaba determinado por la variación de los salarios, tratando de decir: que cuando los salarios eran altos se genera desempleo, y cuando existían variaciones del salario bajos se estaría llegando aún pleno empleo, porque se aumenta la población en ocupación. En pocas palabras el empleo estaba determinado por la variación de los salarios. (SMITH, 1776)

Desempleo.- El desempleo está relacionado al sistema desequilibrado capitalista. El objetivo del productor dentro del sistema capitalista es proveer un campo de mano de obra de reserva, creando una obligación a la baja de los sueldos y que para llegar a esto se debe dividir al grupo de trabajadores en el excedente y el subempleo. Este campo de mano de obra de reserva lucha entre sí por las plazas de trabajo casi inexistentes con sueldos mínimos. (MARX, 1867)

Subempleo.- Existe cuando las personas ocupadas no han logrado llegar a su nivel óptimo de empleo, es decir se subutilizan la capacidad productiva e intelectual de la población ocupada. Las personas subempleadas son todas aquellas que actualmente están realizando alguna labor fuera de su campo de especialización o fuera de las competencias en las que se han preparado para alcanzar un pleno empleo también son todas aquellas personas que realizan algún tipo de trabajo pero que anhelaban y tienen tiempo disponible para trabajar más adecuadamente en su campo especializado. (Organización Internacional del Trabajo, 2012).

Empleo inadecuado.- Los países pueden querer considerar como personas en situación de empleo inadecuado a todas aquellas con empleo que durante el período de referencia deseaban cambiar su situación laboral actual o (particularmente para los trabajadores independientes) cambiar sus actividades y/o el entorno de trabajo. (OIT, 1998).

Trabajo.- Es una actividad razonada y voluntaria cuyo fin es producir bienes y satisfacer necesidades. La producción de bienes materiales es la base de la sociedad humana, establece la interacción entre hombre y naturaleza, relaciona a los hombres entre sí y con las máquinas y medios de producción. El trabajo puede ser manual o intelectual; aplicarse en la agricultura, la industria, los servicios o en las necesidades del hogar, puede ser cualificado o no. (BIBLIOTECA PRACTICA DE CONSULTA DEL NUEVO MILENIO, 2001)

Pleno empleo.- Hace referencia a la situación en la cual la población económicamente activa cuenta con un trabajo, es decir en el momento que la demanda de trabajo es igual a la oferta y en nivel de salarios reales. Es la condición necesaria para un verdadero equilibrio económico. (KEYNES, 1936)

Desarrollo.- Es básicamente un procedimiento que ayuda a las personas a contar con muchos más beneficios de vida u opciones de selección. Las esperanzas de vida de las personas suelen ser muchas, pero principalmente se generalizan en tres: el hallazgo de conocimientos; aspiración de una vida mejor, longeva y saludable; y la aproximación a recursos que otorguen beneficios a una mejor calidad de vida. (Organización de Naciones Unidas ONU, 1990)

Crecimiento.- Se refiere al incremento porcentual del producto bruto interno de una economía en un período de tiempo. El crecimiento es una medida del bienestar de la población de una nación o región económica y del éxito de las políticas económicas. Implícitamente, se supone que un elevado crecimiento económico es beneficioso para el bienestar de la población, es decir que un elevado crecimiento económico sería un resultado deseado por las autoridades políticas y por la población de un país. (ANZIL, 2002)

Comercio formal.- Se refiere aquel comercio que se rige a las normas de todo país, y basándose en los estatutos legales vigentes que maneja el estado. (PARRA & NUÑEZ, 2010)

Comercio Informal.- El sector informal en general puede caracterizarse como algo consistente en unidades económicas orientadas a la producción de bienes y servicios. Estas unidades típicamente operan a un nivel bajo de organización, con poca división entre trabajo y capital con factores de la producción y en una pequeña escala. (INEGI, 2014)

Mercado.- Mercado es un conjunto de demandantes y ofertantes de un bien o servicio en específico. Los demandantes definen conjuntamente la compra del producto, y los ofertantes, la venta de la misma. (MANKIW, 2003)

PET.- Comprende a todas las personas de 10 años y más de un país. (INEC, 2010)

PEA.- La PEA está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboraron, pero tuvieron empleo (ocupados), o bien, aquellas personas que no tenían empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo (desocupados). (INEC, 2010)

PEI.- Se consideran personas inactivas todas las personas de 10 años y más, no clasificadas como ocupadas o desocupadas durante la semana de referencia, como rentistas, jubilados, pensionistas, estudiantes, amas de casa, entre otros. (INEC, 2010)

Cesantes.- Son aquellas personas de 10 años y más que, en la semana pasada, se encontraban desocupados, habiendo trabajado anteriormente. (INEC, 2010)

2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente trabajo de investigación está basado en el Art. 35 de la Constitución Política de la República de Ecuador, el cual expone el derecho al trabajo; además de tomar como referencia el Código de Trabajo actual del país.

2.5 HIPÓTESIS

2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA

El desempleo juvenil incide significativamente en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.

2.5.2 HIPÓTESIS NULA

El desempleo juvenil no incide significativamente en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí.

2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

VI = Variable Independiente.

VD = Variable Dependiente.

H1 = Hipótesis lógica.

H0 = Hipótesis Nula.

H1 = $A > B$

H0 = $A \leq B$

2.6 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Desempleo en los jóvenes de 18 – 24 años.

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo comercial de la Parroquia Picoazá.

2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE – DESEMPLEO JUVENIL

TABLA 2

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICA O INFORMATIVO
El desempleo juvenil está vinculado a situaciones de pobreza y de exclusión social y es un problema de mucha importancia en el mundo globalizado. (RAMIREZ-GUERRERO, 2002)	1. Empleo	*Género *Edad *Nivel instrucción	¿Conoce usted cuál es el perfil de empleo de la parroquia Picoazá?	Encuesta a los comerciantes de la parroquia Picoazá.
	2. Organismos Gubernamentales.	*IEPS *Dirección de Desarrollo Económico y Productivo *Jóvenes Productivos	¿De qué manera interactúan los Organismos Gubernamentales para el desarrollo de la parroquia?	Entrevista a responsables de dichas direcciones gubernamentales.
	3. Joven.	*Perfil laboral *Aspiración laboral *Orientación laboral	¿Existe desorientación en los jóvenes de la parroquia Picoazá?	Encuesta a los jóvenes de la parroquia Picoazá.
	4. Diagnóstico comercial	*Comercios *Actividades comerciales generales *Capacitación	¿Qué actividades comerciales fomentan el empleo en la parroquia?	Encuesta a los comerciantes de la parroquia Picoazá.

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autoras de la Investigación

2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE – DESARROLLO COMERCIAL

TABLA 3

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIA	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICA O INFORMATIVO
El desarrollo comercial es un proceso en el que una sociedad local, manteniendo su propia identidad y su territorio, genera y fortalece sus dinámicas económicas, sociales y culturales, facilitando la articulación de cada uno de estos subsistemas, logrando mayor intervención y control entre ellos. (CASTILLO, 2006)	1. Negocios y Comercios	*Comerciante *Actividades comerciales específicas *Propiedad sobre el local comercial.	¿Conoce usted cuáles son los principales negocios y comercios de la parroquia Picoazá?	Encuesta a los comerciantes de la parroquia Picoazá.
	2. Ventas.	* Tipo de ventas. * Promedio de ventas. * Proveedores	¿Cómo es el sistema de ventas en la parroquia Picoazá?	Encuesta a los comerciantes de la parroquia Picoazá.
	3. Emprendimiento.	*Asociaciones. *Orientación laboral. *Capacitación	¿Los comerciantes de la parroquia estarían dispuestos a capacitarse?	Encuesta a los comerciantes de la parroquia Picoazá.
	4. Inversión.	*Rango de inversión. *Características del capital invertido. *Contabilidad y facturación.	¿Cómo invierten los comerciantes de la parroquia?	Encuesta a los comerciantes de la parroquia Picoazá.

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autoras de la investigación

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Este proyecto de investigación contiene un nivel exploratorio porque ha detectado y enfocado una problemática latente en la parroquia Picoazá asistiendo al lugar de los hechos, es descriptiva al comparar de forma macro y micro el desempleo juvenil además de aplicar técnicas para la recopilación de datos que luego fueron interpretados y de esta manera llegar a conclusiones que resumen este proyecto para dar paso a un plan de mejoras.

La investigación descriptiva se reconoce como aquella que describe todos y cada uno de los datos, los cuales tienen un impacto en las personas inmersas en la investigación, en este caso los jóvenes de la parroquia Picoazá; el objetivo de este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las situaciones más exactas posibles, las costumbres y las actitudes a través de la descripción de cada actividad que realicen los habitantes de la parroquia Picoazá.

3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de desarrollar la presente investigación se presentan dos tipos modalidades; de campo y bibliográficas, al aplicar encuestas y entrevistas como técnicas de recopilación de datos y al extraer material referencial de textos, artículos, tesis, entre otros; respectivamente.

La investigación de campo es de mayor relevancia ya que por medio de ésta, se puede palpar y conocer más detalladamente la

problemática que es la deficiencia de empleo en los jóvenes y en que incide en el área comercial de la parroquia Picoazá.

Sin embargo la investigación bibliográfica no deja de tomar importancia debido a que ésta cuenta con un antecedente investigativo los cuales son la base del desarrollo de la misma, se puede tomar trabajos de investigación ya realizadas en otras instituciones, de internet o cualquier otro medio que aporte de manera positiva a la investigación en curso.

3.3 MÉTODO Y TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 MÉTODOS

Dentro de los métodos utilizados está el deductivo puesto que parte de algo general para llegar a algo específico como lo es el caso del planteamiento del problema que empieza de forma macro para luego llegar a algo micro; y el método cuantitativo al aplicar encuestas que permitan medir el grado de conocimiento y de impacto de la problemática en la parroquia de Picoazá.

Por otro lado está el estadístico al elaborar cuadros que ayuden a interpretar los resultados de dichas encuestas, hipotético al presentar una hipótesis del impacto del problema y analítico al aplicar el razonamiento en cada uno de los puntos presentados en esta investigación.

3.3.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo de investigación, se aplicará la encuesta y la entrevista como técnicas de investigación debido a que estos son los métodos con los cuales se obtendrá información acertada por parte de toda la muestra investigada; siendo estos los encargados de organismos gubernamentales, comerciantes, y jóvenes de la parroquia Picoazá.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

La población que se considera en la investigación, son todos los habitantes de la parroquia Picoazá entre 18-24 años para medir el grado de impacto que tiene el desempleo juvenil en los jóvenes entre 18-24 años de edad para el desarrollo comercial y productivo de la misma, es decir 1520 habitantes en total.

3.4.2 MUESTRA

3.4.2.1 TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra que se eligió fue el tipo de muestra aleatoria, debido a que la población fue seleccionada sin ningún tipo de preferencia, conveniencia y de la manera más imparcial posible, siendo todos aquellos jóvenes y comerciantes de la parroquia Picoazá.

3.4.2.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(Z)^2 \cdot P \cdot Q + N(e)^2}$$

n = MUESTRA

P = NIVEL DE OCURRENCIA

Q = NIVEL DE NO OCURRENCIA

N = POBLACION

e = NIVEL DE ERROR

Z = NIVEL DE CONFIANZA

$$n = \frac{(Z)^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(Z)^2 \cdot P \cdot Q + N(e)^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5) \cdot (1520)}{(1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5) + 1520(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.25 \cdot 1520}{3.8416 \cdot 0.25 + 3.80}$$

$$n = \frac{1459.80}{4.76}$$

$$n = 306.68 \quad n \approx 307$$

3.5. RECURSOS

3.5.1 RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos que participan en la investigación son:

- Egresadas de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.
- Director de Tesis.
- Tribunal de Revisión.
- Autoridades de la facultad.
- Comerciantes formales – informales.
- Jóvenes.
- Comunidad en General.

3.5.2 MATERIALES

Los recursos materiales son:

- Materiales de Oficina
- Alimentación
- Transporte
- Materiales varios
- Plumas
- Marcadores
- Resma de Papel bond
- Copias

- CD
- Anillados
- Textos.

3.5.3 MATERIALES TECNOLÓGICOS

Los materiales tecnológicos son indispensables en una investigación, fueron utilizados para el desarrollo de la presente investigación:

- Computadoras.
- Cámara.
- Internet.
- Impresoras.
- Copiadoras.
- Flash Memory.

3.5.4 RECURSOS ECONÓMICOS

Los recursos económicos utilizados para el desarrollo de la investigación se detallan en el punto **3.7 PRESUPUESTO DE GASTOS:**

- Total de la investigación **\$ 1.045.00**

3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para la descripción de la investigación se usará Microsoft Word para el procesamiento y redacción de textos, para plantear todas las ideas recopiladas, mientras que el paquete de Microsoft Excel nos ayudará para el entendimiento de tablas y gráficos estadísticos donde se expondrán todos los resultados y se medirá si se alcanza el objetivo de la investigación.

Es indispensable la utilización de Microsoft Power Point para la presentación final del proyecto, el cual será analizado por todos los responsables y expuesto por los autores de esta investigación. Al concluir

con el proceso de la información se verá reflejado el arduo trabajo de recopilación de datos y así poder medir el resultado del impacto del desempleo juvenil en el desarrollo comercial de la parroquia Picoazá de la ciudad de Portoviejo.

3.7 PRESUPUESTO DE GASTOS

TABLA 4

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

RUBRO	COSTO TOTAL
MATERIALES VARIOS	360.00
MOVILIZACIÓN	240.00
VIÁTICOS	350.00
IMPREVISTOS (10%)	95.00
TOTAL	1045.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autoras de la investigación

3.8 CRONOGRAMA

TABLA 5

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	SEPT				OCT				NOV				DIC				ENE				FEB			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PREPARACIÓN			X	X																				
MARCO REFERENCIAL					X	X	X																	
MARCO TEÓRICO								X	X	X														
METODOLOGÍA											X	X	X											
TUTORÍA													X	X	X	X	X	X	X	X				
LECTORES																					X	X	X	
SUSTENTACIÓN																								X

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autoras de la investigación

CAPITULO IV

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE DESEMPLEO JUVENIL

4.1 EMPLEO

El empleo es la concreción de una secuencia de quehaceres a cambio de una retribución pecuniaria denominada salario. En la actualidad, las personas ofertan sus habilidades en las tan denominadas plazas de trabajo, que están reguladas por las condiciones acorde a cada país para brindar beneficios. La empresa sería el lugar donde las habilidades de las distintas personas interactúan con la finalidad de percibir una ganancia. (DEFINICIONABC, 2015).

4.1.1 GÉNERO

Hoy en día el término género es mayormente utilizado para hacer referencia a las diferencias sociológicas que se establecen en los individuos de una sociedad de acuerdo al género que pertenecen ya sea masculino o femenino. (DEFINICIONABC, 2015)

En esta investigación se evaluó el género tanto en cantidad como en porcentaje de la participación tanto de hombres como mujeres, pues son datos realmente necesarios para la determinación del perfil de empleo que existe en la parroquia.

Un elemento importante para este análisis lo constituye la generación de empleos, indicador que para este estudio, le tomamos el pulso desde el punto de vista del género, en ese sentido observamos en la Tabla 6 que son 173 los empleos que se generan producto de las múltiples actividades que se desarrollan en la localidad. Representado el

48,55% las mujeres y 51,45% los hombres como se aprecia en el Gráfico 4.1, es decir casi un comportamiento equitativo pues apenas se establecen una diferencia nominal de 5 empleos por lo que suman 84 para las mujeres y 89 para los hombres

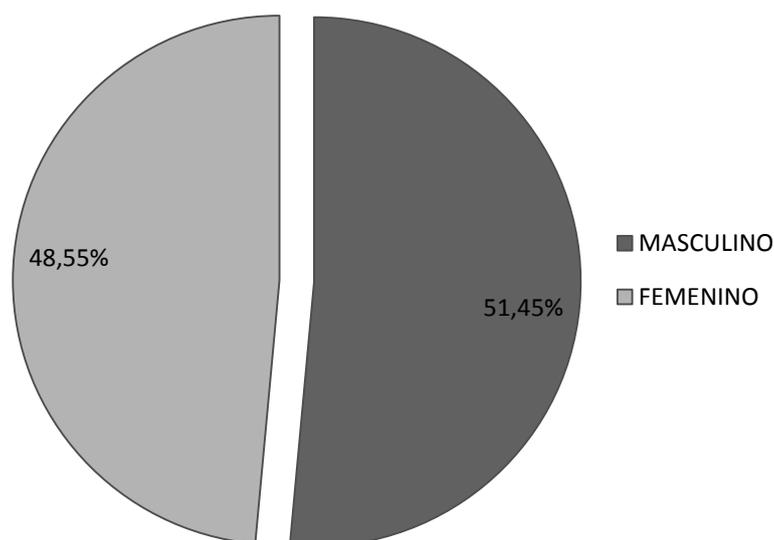
TABLA 6
GENERACIÓN DE EMPLEO SEGÚN EL GÉNERO

CONCEPTO	GÉNERO	
	MASCULINO	FEMENINO
EMPLEOS	89	84
RELACION %	51,45	48,55
TOTAL EMPLEOS	173	

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 5
GENERACIÓN DE EMPLEO SEGÚN EL GÉNERO



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.1.2 EDAD

La edad es el periodo en el que transcurre la vida de un ser vivo. Cada ser viviente tiene, de manera aproximada, una edad máxima que puede alcanzar dependiendo del nivel de desarrollo de una nación. (DEFINICIONABC, 2015)

La edad es otro indicador del perfil de empleo que se maneja en la parroquia, puesto que aquí se ve reflejado quienes están laborando siendo mayores de edad y quienes no, ya que por ley quienes tengan 16 años hasta antes de la mayoría de edad pueden trabajar a medio tiempo o hasta 6 horas, cumplidos los 18 años deben trabajar 8 horas diarias; pero pocos son los que se atreven a contratar a menores de edad por los riesgos legales que esto atribuye.

En este indicador por ningún aspecto debe asumirse como que en Picoazá, no existen menores de edad trabajando, hay que tener en cuenta que nos encontramos frente a pequeños emprendedores, los que generan sus propios empleos y que por lo general son mayores de edad.

En el ámbito de la edad como es normal, y como se aprecia en el Gráfico 6, el 58,38% corresponde a los mayores de 24 años y 10,98%, a los menores de edad, es decir que de los 173, 53 están en el rango estudiado de 18-24 años según la Tabla 7.

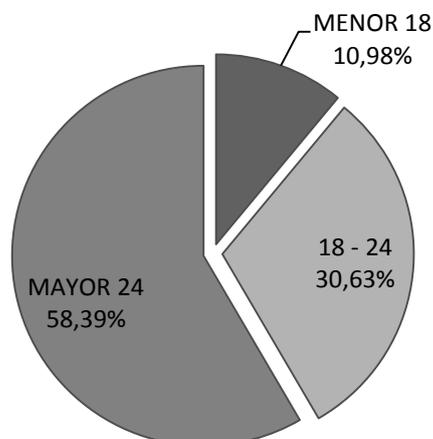
TABLA 7
GENERACIÓN DE EMPLEO SEGÚN LA EDAD

CONCEPTO	EDAD		
	MENOR 18	18-24	MAYOR 24
EMPLEOS	19	53	101
RELACION %	10,98%	30,63%	58,38%
TOTAL EMPLEOS		173	

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 6
GENERACIÓN DE EMPLEO SEGÚN LA EDAD



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.1.3 NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Se le llama instrucción a un conjunto de enseñanzas o datos impartidos a una persona o entidad. Cuando la instrucción corresponde al ámbito educativo, puede tratarse de educación formal o informal, impartida en un círculo familiar o en una escuela, colegio o universidad, puede ocurrir en un ambiente laboral, puede incluso tener lugar en espacios jerárquicos o simplemente tener lugar de manera improvisada. (DEFINICIONABC, 2015)

En la Tabla 8, apreciamos el nivel de instrucción de los emprendedores, se puede observar a simple vista que 31 de los 48 cuentan con formación secundaria y nivel superior, lo que pone en clara evidencia que la educación es una herramienta de progreso y crecimiento personal, por lo que el mayor número de persona accede de forma más fácil a las oportunidades que le genera la localidad, quizás el nivel de formación académica, tenga mucha relación con la forma de asumir y la visión que se adquiere del entorno, en relación con aquellos que no tienen formación ninguna, o que solo lograron la primaria

TABLA 8
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

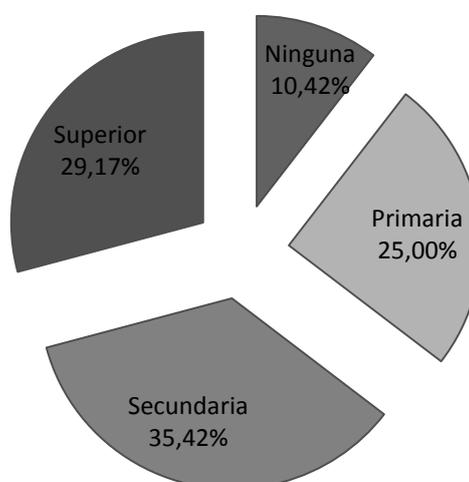
Instrucción	Nº	%
Ninguna	5	10,41%
Primaria	12	25%
Secundaria	17	35,41%
Superior	14	29,17%
Total	48	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

En ese sentido el Gráfico 7, también nos muestra la distribución porcentual del mercado según el grado de instrucción, correspondiendo el grupo más importante a aquellos que tienen como base de formación la secundaria con el 35,41%; otro grupo que le sigue en importancia es los de instrucción superior que en su conjunto suman el 29,17% del total de comerciantes, a los de instrucción primaria pertenece el 25% y solo el 10,41%, a aquellos que manifestaron no tener ningún tipo de formación.

GRÁFICO 7
NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.2 ORGANISMOS GUBERNAMENTALES

Un organismo gubernamental, por lo tanto, es una institución estatal cuya administración está a cargo del régimen de turno. Su objetivo es ofrecer un beneficio de tipo público que resulta necesario para la ciudadanía. Generalmente, los servicios brindados por las organizaciones públicas son gratuitos y se financian a través de la recaudación fiscal y de otros ingresos que percibe el Estado. (DEFINICION.DE, 2015)

4.2.1 IEPS

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria tiene como misión el fomento y promoción de las personas y organizaciones que intervienen en la Economía Popular y Solidaria (EPS), de acuerdo a la Ley Orgánica que rige a este sector económico; además de fortalecer el trabajo digno.

A través de 3 direcciones o unidades busca llevar a cabo dicha misión y estas son:

- Fortalecimiento de actores: es la unidad agregadora de valor, dentro de la estructura organizacional del IEPS, que se encarga de generar, administrar y controlar los productos y servicios, principalmente, de los actores de la EPS.
- Fomento productivo: promueve la generación de emprendimientos sostenibles y de calidad; fomenta la cooperación de los actores de la EPS y la competitividad sistémica en el mercado; la promoción de inversiones, financiamiento y/o cofinanciamiento en el sector; y el apoyo a la innovación del conocimiento, desarrollo y uso de tecnologías que generen valor agregado.

- Intercambio y mercado: en el marco de la Constitución del Ecuador, busca apoyar los procesos de inclusión económica y social del sector popular y solidario, posibilitando el acceso de los actores a los mercados público, privado e internacional; a través de un intercambio justo de bienes, servicios y obras.

Es así como en entrevista con el **Sr. Fernando Cáceres, Director Técnico Zonal** de esta institución (IEPS) nos dio la bienvenida con este pequeño resumen sobre qué es el IEPS, su misión y a través de que unidades están buscando resultados.

Pero moviéndonos hacia la localidad en la que estamos investigando, nos explicó que actualmente existen 2 proyectos en la parroquia Picoazá, el primero que se está conformando es una Asociación de Confección en la que participan netamente mujeres y las que buscaron agruparse por los beneficios que este organismo gubernamental brinda.

Ya que el proyecto mediante la ayuda de la institución, busca dotación de infraestructura, herramientas de trabajo e incorporación de servicios complementarios, que ayudarán a incrementar también las posibilidades de empleo de las familias y mujeres del sector textil de la parroquia, promoviendo la distribución igualitaria de la riqueza y el trabajo; y la equidad de género; y al ser una asociación están regidas bajo la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.

Asimismo, existe un segundo emprendimiento de un joven de la parroquia, quien postuló en la institución y ahora maneja su negocio propio el cual también es un taller de confección, a éste actor se lo considera una unidad económica popular al ser un emprendimiento unipersonal y estar regido por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (MCDS), que también va a abrir paso al empleo y al desarrollo comercial de la parroquia Picoazá.

4.2.2 DIRECCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y PRODUCTIVO

Durante décadas el comercio informal ha sido la actividad que ha liderado la economía en el Cantón, por lo que los emprendimientos o ideas de negocios que surgían no se desarrollaban, esto debido a que no se ha fomentado la cultura emprendedora, ni ha existido el compromiso del gobierno local, de la empresa privada ni de las instituciones de apoyo y difusión permanente.

Por lo que las ideas de negocio no pasaban a ejecutarse o se consideraba como emprendimiento cualquier actividad que generara un rédito, sin que esto cause un verdadero impacto en la economía local.

La Dirección de Desarrollo Económico y Productivo, es un departamento del Gobierno Autónomo Descentralizado de Portoviejo, el cual planifica, maneja y organiza proyectos que permitan despuntar el desarrollo económico y productivo de los sectores o parroquias más afectadas del cantón, a través de redes de emprendimiento entre comerciantes y habitantes de un lugar determinado, espacio de aprendizaje, discusión y reflexión, los cuales se generan desde las universidades y colegios.

En entrevista con la **Srta. Karen Monge, Promotora de la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo del GAD de Portoviejo**, nos comenta que actualmente se está desarrollando un “Plan de Emprendimiento Cantonal” en el que podrán participar los jóvenes y personas de cualquier punto de Portoviejo y para darle difusión a dicho proyecto empezarán generando una cultura de emprendimiento en los colegios y universidades del cantón Portoviejo, a través de la capacitación a docentes encargados de la cátedra de emprendimiento y la creación de una red de docentes emprendedores a nivel cantonal.

Dentro de las metas de este proyecto están:

- Convenios y alianzas: Pro Ecuador, Ministerio de Industrias y Productividad, Municipio de Cuenca, Cámara de Comercio de Portoviejo, Corporación de Desarrollo Empresarial de Portoviejo Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, Universidad Técnica de Manabí, Pontífice Universidad Católica del Ecuador – Portoviejo, INNpulsas- Colombia, Integrar.
- Red de Emprendedores de Portoviejo.
- Capacitación a futuros emprendedores.
- 120 docentes capacitados en temas de Emprendimiento.
- 25 emprendedores formados.
- 5 emprendimientos en marcha.
- Creación de espacios de desarrollo.
- Creación de la oficina de proyectos.

Los beneficiados podrán ser:

- Estudiantes Universitarios.
- Docentes.
- Sector comercial.
- Gobiernos Parroquiales Rurales del Cantón.

Asimismo, la **Srta. Karen Monge** nos comentó sobre financiamiento de este proyecto en el que aportará tanto el Gobierno Provincial de Manabí como el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Portoviejo, por lo que este último solicitó el Aporte Provincial de \$40,000.00 (cuarenta mil dólares americanos) generando de esta manera conocimientos y herramientas básicas para que los emprendedores inicien con éxito la formación de nuevas empresas una vez que tengan los conocimientos de los proyectos lucrativos, de igual manera introducir dentro de la cultura estudiantil y profesional valores tendientes a

desarrollar mentalidades emprendedoras de los futuros empresarios manabitas.

Mientras que el Aporte Municipal para la ejecución de este Plan de Emprendimiento Cantonal será de \$76,800.00 (setenta y seis mil ochocientos dólares americanos) con el que se prevé facilitar el desarrollo de un ecosistema de innovación que favorezca el emprendimiento dinámico incidiendo en el desarrollo económico de Portoviejo.

Este proyecto tendrá una duración de cinco meses, tiempo en el cual se deberán entregar los productos esperados y las metas propuestas en el mismo, se espera institucionalizarlo y hacerlo cada año; caso contrario se prevé una vida útil de 3 años.

4.2.3 PROGRAMA JÓVENES PRODUCTIVOS

El programa “Jóvenes Productivos” busca impulsar y promover la generación de empleo para jóvenes productivos de la provincia, realizado sobre un convenio comprendido entre el Gobierno Provincial de Manabí y el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, el cual fue firmado en mayo de 2011; y contó con la participación de estudiantes de las universidades Universidad Técnica de Manabí (UTM), Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM) y la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM).

“El Programa Jóvenes Productivos” se enmarca dentro de las políticas de empleo del Gobierno Nacional, a través del Gobierno Provincial de Manabí, ésta iniciativa surge como una alternativa para disminuir los altos índices de desempleo juvenil así como fortalecer el sector privado con trabajadores jóvenes calificados.

En una entrevista al **Lic. Marco Bravo, Técnico del Departamento de Fomento Productivo del Gobierno Provincial de**

Manabí nos explicó la metodología del programa y cuáles fueron sus principales objetivos en los 600 jóvenes de dichas universidades, es decir 200 estudiantes de 18-29 por cada universidad.

El Gobierno Provincial mantuvo la obligación de proveer todos los recursos económicos a las 3 universidades participantes, prepara el cuerpo de instructores y organizadores, además de proveer de asistencia técnica y financiera para la ejecución de este programa realizar visitas de seguimiento y monitoreo y un proceso de evaluación para determinar los logros y cumplimientos final del mismo.

Mientras que las universidades mantuvieron la responsabilidad de designar un equipo de instructores para la ejecución, desarrollo y control del programa, asumiendo la capacitación de 200 jóvenes entre 18 y 29 años, de cada una de las 3 universidades participantes, atendiendo los contenidos curriculares definidos para el programa.

Asimismo, destinar los recursos recibidos de parte del Gobierno Provincial exclusivamente al efectivo cumplimiento de aquello que constituye el objeto principal de este convenio y contará con unidades productivas y de servicios locales para que los jóvenes capacitados realicen pasantías, e intervenir para que al menos un 33.33% de los jóvenes capacitados puedan acceder a un puesto de trabajo.

Asimismo, el **Lic. Marco Bravo** expresó que la meta mínima era insertar laboralmente a 200 jóvenes de los 600 que fueron capacitados pero el éxito esperado fue mayor magnitud y casi la mitad de ellos se insertaron laboralmente, quedando preparados y contratados en trabajos como meseros, trabajo en hoteles, ayudantes de cocina entre otros empleos que abarcan más la rama turística.

De esta manera se cumplió con el propósito del programa “Jóvenes Productivos” al diseñar un plan de formación, para jóvenes de 18 a 29

años en situación de desventaja, a través de capacitaciones y pasantías, y de esta forma mejorar el acceso e inserción a empleos dignos y de calidad, mejorando el bienestar económico y social de los jóvenes que terminaron siendo empleados, disminuyendo los altos índices de desempleo juvenil y fortaleciendo el sector privado con trabajadores jóvenes calificados; y casi a dos años de haber culminado dicho programa según un seguimiento a estos jóvenes, se comprobó que más del 50% de ellos aún siguen laborando en los puestos que obtuvieron a través del programa.

4.3 JOVEN

De acuerdo a la clasificación de la ONU, la juventud, se extiende desde los 10 a 24 años y comprende tres períodos: juventud inicial (de 10 a 14 años), juventud media (de 15 a 19 años) y juventud plena (de 20 a 24 años). (DEFINICIONABC, 2015)

4.3.1 PERFIL LABORAL

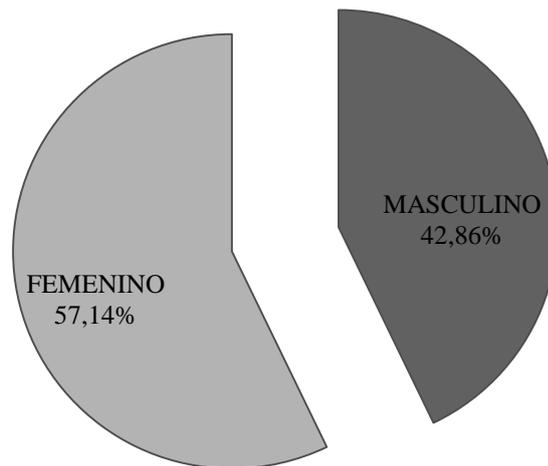
Los perfiles laborales, también conocidos como descripciones laborales, diseminan los detalles de un puesto de trabajo. Una meta clave de un perfil laboral es ayudar a contratar gestores que determinen qué candidatos son buenos para el puesto. (ESPAÑOL, 2015)

Según las encuestas realizadas a 307 jóvenes habitantes de la parroquia entre 18 y 24 años de edad, quienes mostraron su interés al exponerles nuestro tema de investigación, se pudo concluir de la siguiente manera a través de varias tablas y gráficos para este indicador y categoría.

Empezaremos con el Gráfico 8, el cual señala que de los 307 jóvenes encuestados casi el 58% son mujeres mientras que la diferencia son hombres en la edad de 18-24 años, así mismo acorde a la Tabla 9 se puede observar la cantidad de participantes según su edad, en la que se

destacan los jóvenes con edad comprendida en los 20 y 22 años, mientras que se pudo encontrar en menor cantidad a jóvenes de 24 años, perfilando solo a 2 encuestados.

GRÁFICO 8
JÓVENES SEGÚN EL SEXO



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

TABLA 9
JÓVENES SEGÚN LA EDAD

	#	%
18 AÑOS	51	16.67%
19 AÑOS	36	11.90%
20 AÑOS	66	21.43%
21 AÑOS	22	7.14%
22 AÑOS	66	21.43%
23 AÑOS	51	16.67%
24 AÑOS	15	4.76%
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Siguiendo un poco en la formación académica de estos 307 jóvenes se pudo investigar, y demostrándolo en la Tabla 10, que 190 de ellos han terminado el nivel secundario y 80 están cursando el nivel superior, lo que en total demuestra que más del 80% de estos jóvenes, según el grafico 9, se están preparando académicamente para un futuro mejor.

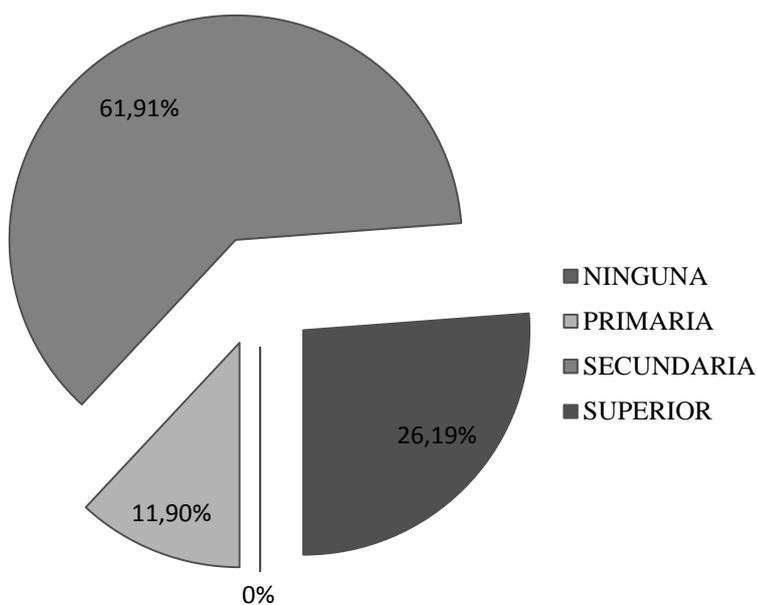
TABLA 10
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

	#	%
NINGUNA	0	0%
PRIMARIA	37	11.90%
SECUNDARIA	190	61.90%
SUPERIOR	80	26.19%
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 9
NIVEL DE INSTRUCCIÓN



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Continuando en el aspecto académico, se determinó cual es el nivel de estudios que ellos creen deben alcanzar para ingresar al mercado laboral a lo que satisfactoriamente 146 encuestados, es decir el 47,62%, respondieron en que sí creen necesario un grado superior de educación mientras que 29 jóvenes, correspondiendo al 9,52%, dijeron no necesitar ningún tipo de preparación académica para poder trabajar; pero asimismo 132 de ellos se conforman con solo completar el nivel secundario y luego tener que elegir entre estudiar o trabajar, a continuación se detalla nominal y porcentualmente en la Tabla 11 y Gráfico 10, respectivamente.

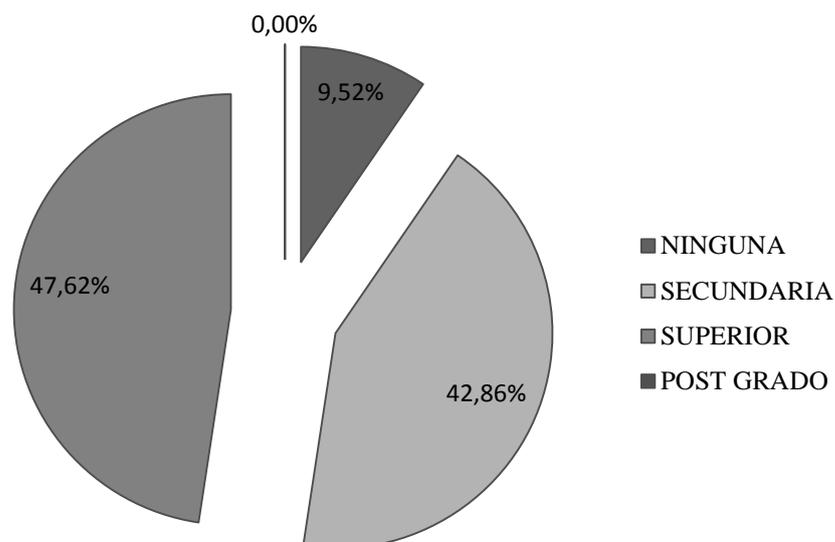
TABLA 11
NIVEL ACADÉMICO NECESARIO PARA LABORAR

	SEXO	%
NINGUNA	29	9.52
SECUNDARIA	132	42.86
SUPERIOR	146	47.62
POST GRADO	0	0
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 10
NIVEL ACADÉMICO PARA LABORAR



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

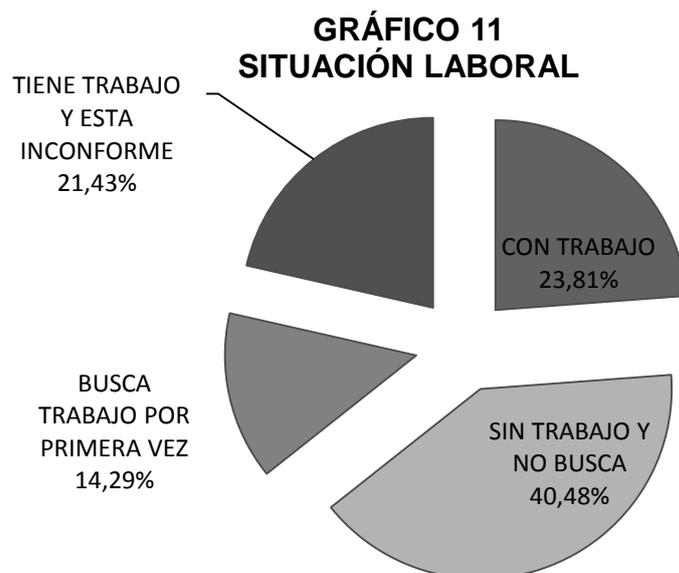
Ya entrando en materia de empleo, a través de la encuesta realizada se comprobó la situación actual de dichos jóvenes, en lo que es realmente preocupante es que el 40,48% de ellos no trabajan ni han aplicado para conseguir algún trabajo es decir que están desocupados o desempleados casi la mayoría de los 307 encuestados y que el 21,43% de ellos se encuentra en una situación de subempleo, en la Tabla 12 y Gráfico 11 se pueden observar los resultados.

TABLA 12
SITUACIÓN LABORAL

	#	%
Con trabajo	73	23,81
Sin trabajo y no busca	124	40,48
Busca trabajo por primera vez	44	14,29
Tiene trabajo y está inconforme	66	21,43
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Llegando a la conclusión de que de los 307 jóvenes encuestados, 168 están desempleados es decir más del 50% de dichos jóvenes, es por esto que se hace relación a que por cada 10 jóvenes entre 18-24 años de edad, 6 de ellos se encuentran desempleados y 4 están empleados actualmente.

4.3.2 ASPIRACIÓN LABORAL

Para llegar al final de una meta y para realizar dicha hazaña de la mejor manera, siempre es bueno tener un punto de eje o algún tipo de orientación ya sean las aspiraciones, motivaciones, fuerzas o expectativas que esperamos en un futuro poder desempeñar y desarrollar de tal manera que al finalizar el proceso, el alcance de la meta sea todo un éxito personal y laboral.

Es por esto que en dichas encuestas se investigó sobre las expectativas o aspiraciones en cuanto a puestos de trabajo, en el corto o largo plazo y sobre la orientación laboral que han tenido desde las aulas antes de insertarse al mercado laboral.

Según la Tabla 13 sobre las expectativas laborales así como el Gráfico 12, nos explica que más de la mitad de los encuestados es decir el 52,38% aspira tener su negocio propio, en el que se puedan desempeñar en lo que realmente les gusta, siendo los dueños de su propio tiempo sin horarios ni jefes que los obliguen a trabajar.

Este resultado es positivo pues da fuerza a los emprendimientos que hoy en día muchos organismos apoyan y financian pero que por desconocimiento de la población y falta de difusión de los mismos encargados de dichos organismos y hasta las mismas autoridades políticas, pocos son los que pueden llegar a obtener esa ayuda.

TABLA 13
ASPIRACIONES LABORALES

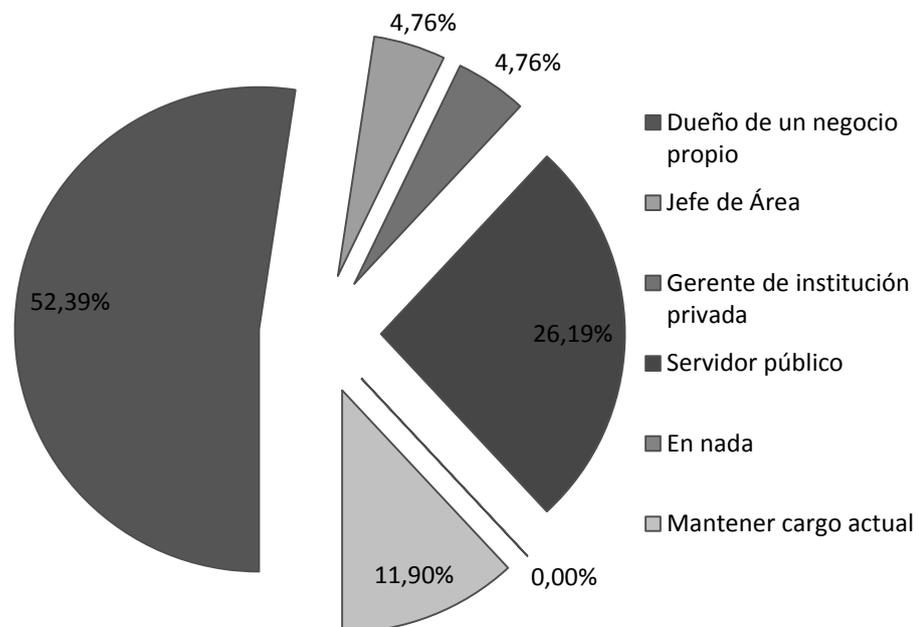
	JOVENES	%
Dueño de un negocio propio	160	52,38
Jefe de Área	15	4,76
Gerente de institución privada	15	4,76
Servidor público	80	26,19
En nada	0	0
Mantener cargo actual	37	11,90
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Podemos observar que el 11,90% de ellos prefiere mantener su situación actual frente al 9,52% quienes si aspiran a subir de cargo y apuestan por un lugar alto en la pirámide jerárquica de una empresa como lo es Jefe de alguna área o Gerente General, asimismo, la segunda mayoría aspira ser servidor público con un 26,19% por lo que trabajar con el Gobierno actual, popularmente nos dijeron; “es estar bien”.

GRÁFICO 12
ASPIRACIONES LABORALES



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Pero ¿en qué tiempo aspiran estos jóvenes a cristalizar dichas metas, en el corto o largo plazo?... Actualmente la región latinoamericana es una de las más optimistas a nivel mundial en cuanto a juventud se trata, pues sus expectativas de mejoramiento en el aspecto laboral rodean los 5 años, a continuación se comprueba la misma teoría con los jóvenes de la parroquia Picoazá con la Tabla 14 y el Gráfico 13 detallando la información.

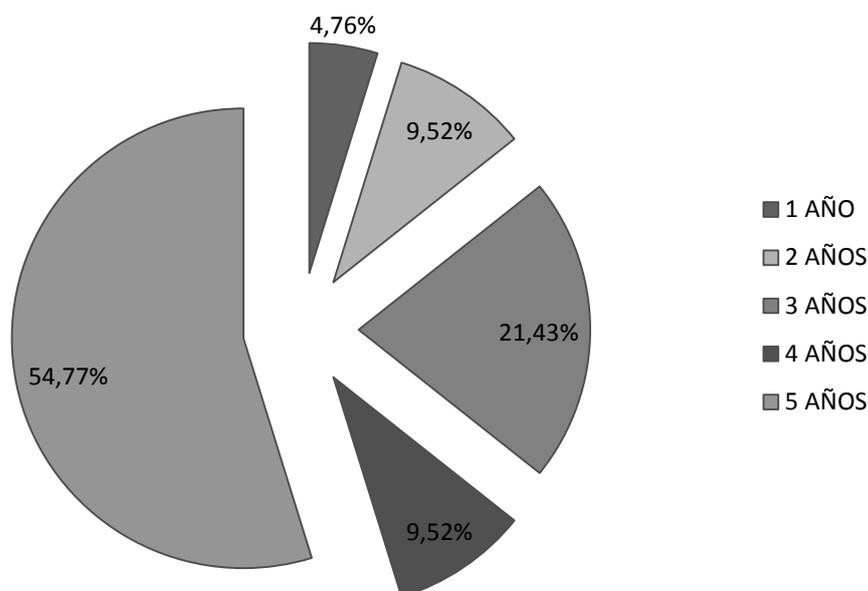
TABLA 14
ASPIRACIONES LABORALES SEGÚN EL TIEMPO

	JOVENES	%
1 AÑO	15	4,76
2 AÑOS	29	9,52
3 AÑOS	66	21,43
4 AÑOS	29	9,52
5 AÑOS	168	54,76
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 13
ASPIRACIONES LABORALES SEGÚN EL TIEMPO



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.3.3 ORIENTACIÓN LABORAL

La orientación vocacional es un conjunto de prácticas destinadas al esclarecimiento de la problemática vocacional, se trata de un trabajo preventivo cuyo objetivo es proveer los elementos necesarios para posibilitar la mejor situación de elección para cada sujeto.

La orientación vocacional puede concretarse de forma individual o grupal, ya que supone actividades ligadas tanto a la exploración personal como al análisis de la realidad a través de información sobre la oferta académica y las particularidades del mercado laboral. (DEFINICION.DE, 2015)

Pero se debe fortalecer esa orientación laboral desde las aulas de clases y madurar un poco la mentalidad de los jóvenes para que vayan preparados y calificados a enfrentar el mundo y la competencia laboral; de las encuestas realizadas, el 73,81% dijo no haber recibido nunca algún tipo de orientación laboral en sus colegios o universidades, en la Tabla 15 se detallan los datos recopilados.

TABLA 15
ORIENTACIÓN LABORAL EN LAS AULAS DE CLASES

	JOVENES	%
SI	80	26,19
NO	227	73,81
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.4 DIAGNOSTICO COMERCIAL

En el diagnóstico de la gestión comercial de una empresa o sector, se busca determinar la posición de la organización en el mercado en que se desenvuelve y su grado de competitividad, su rentabilidad y posibilidades futuras, así como, la calidad de sus productos y servicios. (FLEITMAN, 1997)

4.4.1 COMERCIOS

Como comercio se denomina toda negociación que involucra las transacciones de compra, venta o intercambio de productos, bienes o servicios. En este sentido, como comercio también se puede denominar el conjunto de negociaciones o transacciones que forman parte de dicho proceso.

Asimismo, también puede referirse a la tienda o establecimiento donde se producen este tipo de negociaciones, así como a la zona de una población o ciudad donde mayormente se registran este tipo de transacciones. Igualmente, como comercio es designada la clase o conjunto de personas dedicadas a la actividad comercial.

Existen dos tipos básicos de comercio, que se distinguen entre sí por estar o no sujetos a los estatutos legales vigentes en materia comercial: el comercio formal y el comercio informal. (SIGNIFICADOS, 2015).

Los comerciantes son los responsables del movimiento del comercio y quienes generan fuentes y nuevas plazas de trabajo, sin estos motores de la economía los índices de desempleo serían mucho más altos, de las encuestas efectuadas se puede determinar que 48 son los comercios establecidos en Picoazá y se detallan a continuación en la siguiente Tabla 16.

TABLA 16
COMERCIOS

#	NOMBRE				
1	Asociación De Pequeños Comerciantes	17	Abarrotes Arma Secreta	33	Novedades Jr.
2	Abarrotes Martin Vera	18	Farmacia FarmaRed	34	Puesto Ambulante A Lado De La Capilla
3	Cyber Zona Virtual	19	Rinconcito De Bryan	35	Novedades Marielita
4	Farmacia Cruz Azul Picoazá	20	Novedades Fabricio	36	Novedades Adrianito
5	Factory Sport	21	Tienda Molina	37	Comercial Pin
6	Buses Urbanos Picoazá	22	Plásticos Palma	38	Novedades Liliana
7	La Bodeguita	23	Almacén Niño Kendro	39	Farmacia Christopher
8	Bazar	24	Taller De Bicicletas Palma	40	Comercial Vera
9	D' Mellizas	25	Venta De Escobas Lazz	41	Novedades Jorka
10	Junta Cívica De Picoazá	26	Cevichería Central	42	Despensa Vera
11	Ferretería John Kennedy	27	Comercial Díaz	43	Novedades Elvis
12	Tienda Kiki	28	Panificadora Ambato	44	Licorería El Tropezón
13	Tienda Su Economía	29	Despensa Jorge	45	Anais
14	Asadero La Esquina De Ales	30	Vanessa	46	Frigo Sarahi
15	D' Orange "Li"	31	Yerel	47	Farmacias Suarez
16	Cabinas Vines	32	Gemar	48	Soda Bar Adonis

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.4.2 ACTIVIDADES COMERCIALES GENERALES

La actividad comercial en los términos determinados por la ley, se define a la comercialización, como aquella actividad que está inmersa en el proceso cuya finalidad es mover los bienes o servicios desde el ofertante hasta el demandante. La comercialización envuelve hechos de demanda-oferta al por mayor y al por menor, marketing, pruebas comerciales, información mercantil, movilización, acopio, reserva y solvencia, entre otras. (CRESPO, 2009)

Estos 48 comercios generadores de empleo y motores de la microfinanza de la parroquia, los estudiamos de forma general lo cual se detalla a continuación en la Tabla 17 en valores nominales y en valores porcentuales en el Gráfico 14.

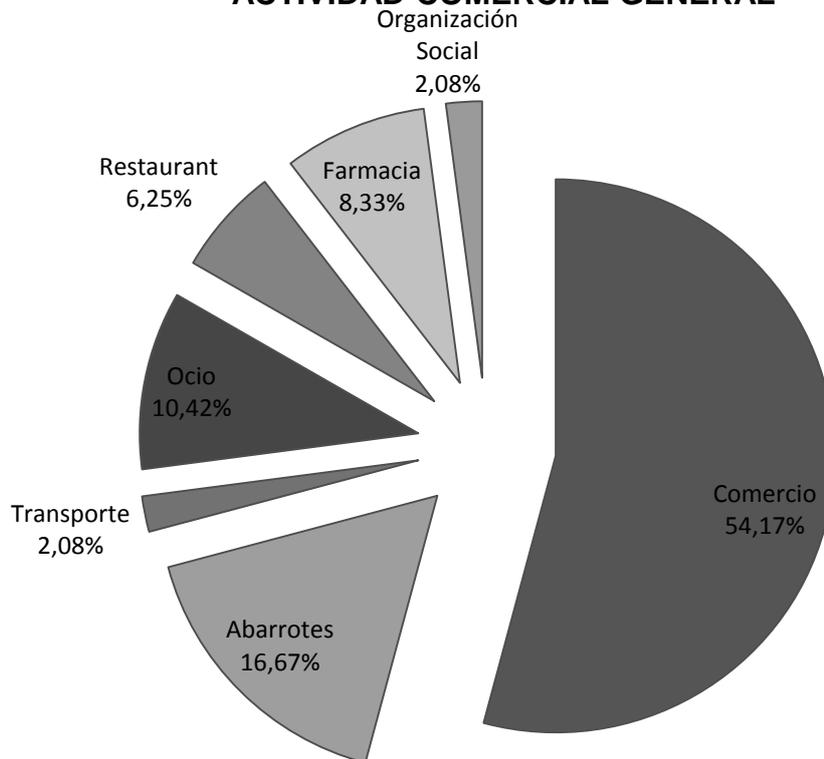
TABLA 17
ACTIVIDAD COMERCIAL GENERAL

Actividad	Nº Comerciantes	%
Comercio	26	54,17%
Abarrotes	8	16,67%
Transporte	1	2,08%
Ocio	5	10,42%
Restaurant	3	6,25%
Farmacia	4	8,33%
Organización Social	1	2,08%
Total	48	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 14
ACTIVIDAD COMERCIAL GENERAL



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

4.4.3 CAPACITACIÓN

La capacitación continua es una estrategia extraordinaria para mejorar cualquier aspecto de la vida, es un proceso que lleva su tiempo porque debe trabajar modelos mentales para que puedan receptar de mejor manera la información y luego adaptarlas a sus estilos de vida.

En las encuestas realizadas a los 307 jóvenes se detectó que dentro de los 139 que trabajan, el 28,57% de ellos nunca han recibido capacitación por parte de sus empleadores frente al 54,76% que no trabajan pero concluyeron en que si les gustaría recibir alguna vez capacitaciones que les ayuden a desarrollarse y desempeñarse adecuadamente en sus futuros trabajos para quienes están buscando. A continuación, en la Tabla 18 se muestran los datos obtenidos.

TABLA 18
CAPACITACIÓN LABORAL

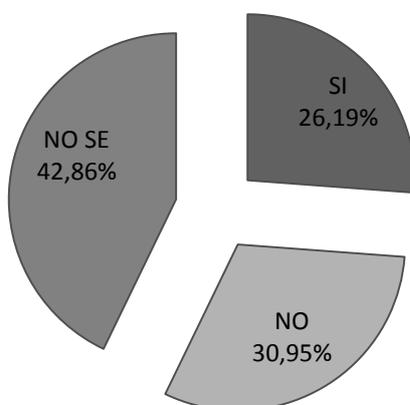
	#	%
SI	52	16,67
NO	87	28,57
NO TRABAJA	168	54,76
TOTAL	307	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Se investigó si tenían conocimiento sobre programas o planes de emprendimiento que muchos organismos del estado proveen a los sectores de la economía de todos los cantones y provincias del país, los cuales también se pueden implementar en su parroquia, a lo que la mayoría de jóvenes, casi el 50% de ellos respondieron no tener conocimiento sobre estas estrategias del Estado, lo que puede ser causado por la falta de difusión por parte de los encargados de dichos planes y programas y también por la falta de interés de los jóvenes, a continuación se muestra en el Gráfico 15.

GRÁFICO 15
CAPACITACIÓN ESTATAL



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

CAPITULO V

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LA VARIABLE DEPENDIENTE DESARROLLO COMERCIAL

5.1 NEGOCIOS Y COMERCIOS

Se denomina negocio a toda actividad consistente en la adquisición de renta en función de la entrega de bienes y servicios como contraparte. En muchas ocasiones se denomina negocio a la entidad privada que se creó con este cometido. Con el fin de mejorar los ingresos y reducir los costos, un negocio va reestructurando sus procesos con el fin de volverse más eficiente. (DEFINICION, 2015)

5.1.1 COMERCIANTES

El concepto de comerciante comprende a las personas que se dedican a negociar comprando y vendiendo distintas mercaderías como actividad económica, negocio, oficio o profesión. Se asume que los comerciantes son aquellas personas que compran productos a un determinado precio, para luego venderlo a un precio mayor y así obtener una diferencia, que constituye la ganancia. (CONCEPTO.DE, 2015)

Los comerciantes son las personas que mueven y dan impulso al pequeño comercio que existe en la parroquia, de las encuestas efectuadas se puede determinar que 48 son los comercios establecidos en Picoazá y se detalla a continuación en rango de edad de dichos emprendedores o propietarios de estos negocios, tal como se puede apreciar en la Tabla 19.

TABLA 19
COMERCIANTES: RANGO DE EDAD

GRUPO DE EDADES	NUMERO DE COMERCIANTES	%
18-24	7	14,58
25-30	2	4,16
31-40	15	31,25
41-50	12	25,00
51-60	5	10,42
61-70	6	12,50
71 en adelante	1	2,08
TOTAL	48	100,00

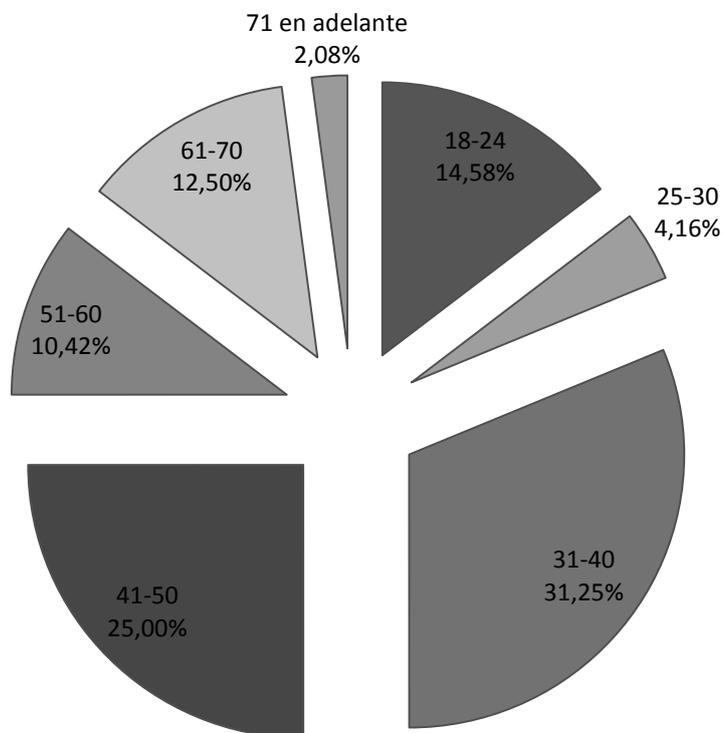
Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

Otro dato relevante, es que no se discriminó por el tamaño de los negocios, ni su importancia de acuerdo al número de transacciones, por el contrario se trató de ser lo más equitativo posible al tomarle el pulso a los comerciantes, investigando el criterio tanto de medianos, como de pequeños empresarios, dicha decisión nos permitirá ser más objetivos en el análisis.

Ya entrando en materia de análisis y observando el Gráfico 5.1, se parecía claramente que el grupo más significativo de comerciantes está en el rango de edades comprendidos entre los 31 y 40 años, donde se agrupan a 15 o el 31,25% del total, siguiéndole en importancia los comerciantes cuyas edades oscilan entre los 41 y 50 años los que representan en su conjunto el 25%, y que a su vez suman 12 comerciantes.

GRÁFICO 16
DISTRIBUCIÓN % EN GRUPOS DE EDADES



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

En el mismo orden encontramos a quienes representan el 14,58%, que suman 7 y cuyas edades fluctúan entre los 18 y 24 años por lo que se podría afirmar que existe iniciativa en los grupos de temprana edad, a emprender sus propios negocios. De 61 a 70 años encontramos al 12,50%; y los de 51 a 60, que representan al 10,42%, los que nominalmente suman 6 y 5 comerciantes respectivamente.

Finalmente tenemos al grupo que representa a menos del 5% de los comerciantes, es decir a los grupos de 25 a 30, con el 4,17%, y con el 2,08% al grupo de más de 71 años, lo que obedece a una tendencia lógica, pues es precisamente en esta edad, donde la mayor parte de las persona, y los comerciantes no son la excepción deciden retirarse.

5.1.2 ACTIVIDADES COMERCIALES ESPECÍFICAS

La actividad comercial en los términos determinados por la ley, se define a la comercialización, como aquella actividad que está inmersa en el proceso cuya finalidad es mover los bienes o servicios desde el ofertante hasta el demandante. La comercialización envuelve hechos de demanda-oferta al por mayor y al por menor, marketing, pruebas comerciales, información mercantil, movilización, acopio, reserva y solvencia, entre otras. (CRESPO, 2009)

TABLA 20
ACTIVIDADES COMERCIALES ESPECÍFICAS

RAMO O ACTIVIDAD	Nº	%
CARNICOS	1	2%
ABARROTES	8	15%
PLASTICOS	4	7%
BAZAR	11	20%
ARTESANIAS	2	4%
TRANSPORTE	1	2%
SODA BAR	2	4%
COMERCIAL	3	6%
CONFECCION DE ROPA DEPORTIVA	1	2%
ESCOBAS	1	2%
FARMACOS	4	7%
FERRETERIA	1	2%
GABINETE DE BELLEZA	1	2%
INFORMATICA	1	2%
LICORERIA	1	2%
ORGANIZACIÓN SOCIAL	1	2%
PANES	1	2%
REPUESTOS DEBICICLETAS	1	2%
TEXTILES, ROPA Y CALZADO	8	15%
TELEFONIA	1	2%
TOTAL	54	100%

Fuente: Investigación de campo.

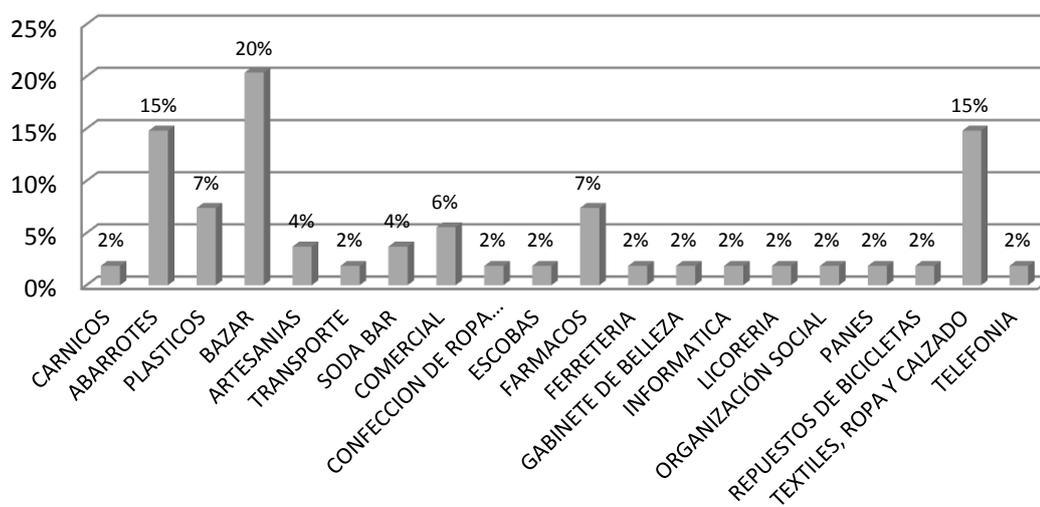
Elaboración: Autoras de la investigación.

Encontramos a los comerciantes por ramo de actividad, ahora bien, tal como afirmáramos en párrafos anteriores la muestra abarca a 48 comerciantes, sin embargo nominalmente por actividad aparecen 54, no es un error de sumatoria, dicho resultado se explica ya que varios de los comerciantes declararon dedicarse a más de una actividad, por ejemplo bazar y boutique o venta de ropa.

Dentro de la Tabla 20 la actividad más representativa en el estudio son los bazares, emprendimientos que en su conjunto suman 11 o lo mismo que decir el 20% del total, en segundo grado de importancia se ubican las tiendas de abarrotes o tiendas de venta de productos de primera necesidad, cuyo número es de 8 y representan el 15% de la muestra; corresponde a comerciales de productos plásticos y boticas o farmacias el 7%; 6% comercial; y con el 4% a soda bar y artesanías.

Finalmente con el 2% se engloban el resto de actividades como cárnicos, transporte, confección de ropa deportiva, ferreterías, licorerías, gabinete de belleza, informática, entre otros, así como se detalla a continuación en el Gráfico 17.

GRÁFICO 17
ACTIVIDADES COMERCIALES ESPECIFICAS



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

5.1.3 PROPIEDAD SOBRE EL LOCAL COMERCIAL

El concepto de propiedad describe al derecho o facultad de los seres humanos para tomar posesión de una cosa en específico. La situación puede englobar tanto a algo que está enmarcado en los límites de la ley (como una casa o un automóvil) o de un atributo o cualidad individual (como lo puede ser la simpatía, el talento, el respeto, etc.). (DEFINICION.DE, 2015).

Otro aspecto tiene que ver con el local donde se desenvuelve el negocio tal como se determina en la Tabla 21 y Gráfico 18, donde observamos que 25 de los comerciante tienen locales propios (52%), un 20 de los mismos alquila (42%) y la diferencia o sea 1 y 2 están en establecimientos públicos y puestos ambulantes respectivamente, es decir 2% y 4%.

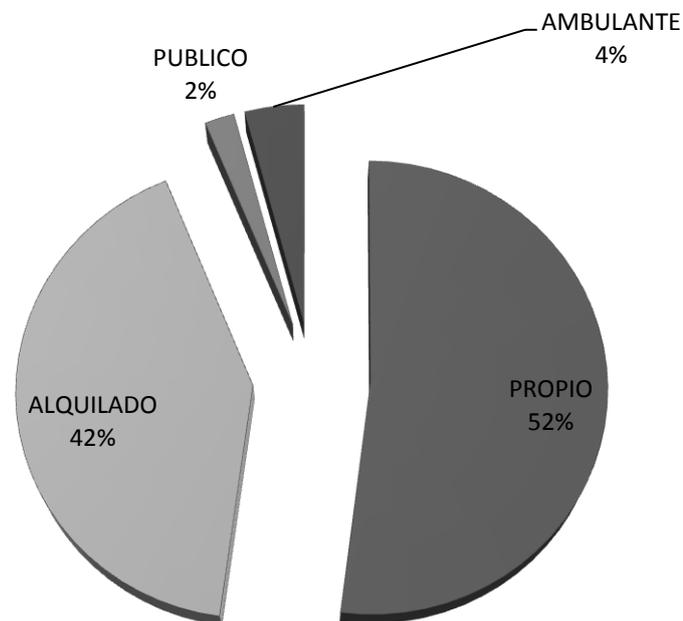
TABLA 21
PROPIEDAD SOBRE EL LOCAL COMERCIAL

SITUACIÓN	CANT.	%
PROPIO	25	52.08
ALQUILADO	20	41.67
PUBLICO	1	2.08
AMBULANTE	2	4.17
TOTAL	48	100

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 18
SITUACIÓN DE PROPIEDAD SOBRE EL LOCAL



Fuente: Investigación de campo.
Elaboración: Autoras de la investigación.

5.2 VENTAS

La venta también es el contrato a través del cual se traspassa un bien propio a la propiedad de alguien más por un precio pactado. La venta puede ser una venta potencial (un bien que está a la venta pero que aún no ha sido comprado) o una operación ya establecida (cuando necesariamente hay una compra de por medio). (DEFINICION.DE, 2015)

5.2.1 TIPOS DE VENTAS

La utilización más popular de la palabra tipos es para referir a un modelo o ejemplar de una venta, aunque la misma también puede hacer referencia al ejemplo característico de una especie o género; a la clase o naturaleza que presentan las cosas y también al símbolo representativo de algo figurado. (DEFINICIONABC, 2015)

Por el dinamismo comercial que la parroquia presenta, según el estudio se puede revelar en la Tabla 22, que de 48 comerciantes 46 de ellos vende al detalle o al por menor y solo 2 son mayoristas; es decir el 96% y 4% respectivamente como se ve en el Gráfico 19.

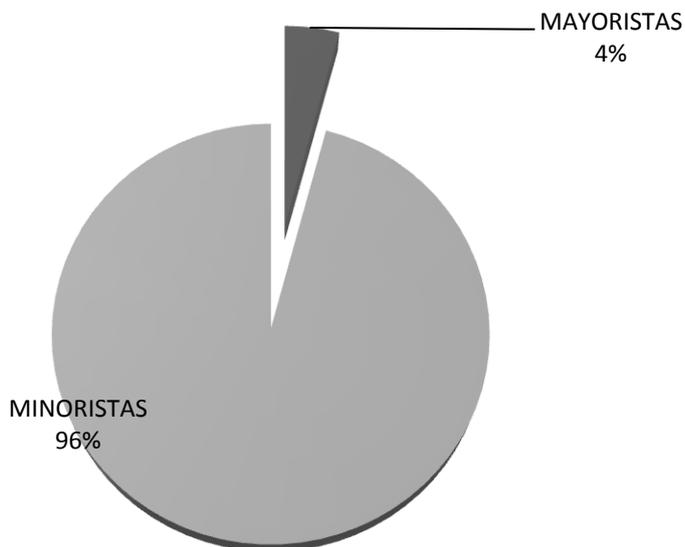
TABLA 22
TIPOS DE VENTAS

VENTAS	CANT.	%
MINORISTA	46	96
MAYORISTA	2	4
TOTAL	48	100

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

GRÁFICO 19
TIPO DE VENTAS



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

5.2.2 PROMEDIO DE VENTAS

Se conoce con el término de promedio a aquel monto o suma medio que se derive de fraccionar el valor total de todas las cantidades entre el número de estos. (DEFINICIONABC, 2015)

Y entorno al promedio de ventas diarios observamos en el Gráfico 5.5 que el 56,25% de las mismas está comprendida entre los 0 – 50 dólares diarios; en importancia le siguen las ventas de 51 a 100 dólares las que representan el 18,71%; y a las del orden de 101 – 150 corresponde el 10,42%; finalmente el 2,08% de las ventas/días, representa los rangos establecidos entre 151 - 200 dólares, de 201 - 300 y 301 - 400; y el 4,17% corresponde a más de 400 y 500 dólares al día.

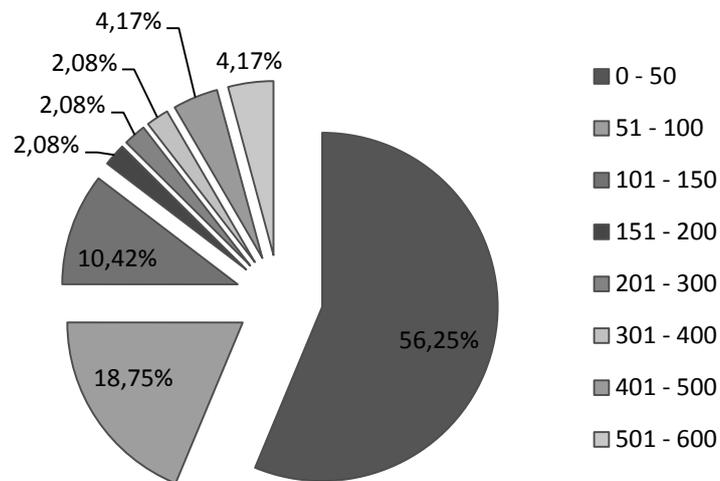
TABLA 23
PROMEDIO DE VENTAS DIARIO

Rangos de Vta. /día	Cant.*	%
0 - 50	27	56,25%
51 - 100	9	18,71%
101 - 150	5	10,42%
151 - 200	1	2,08%
201 - 300	1	2,08%
301 - 400	1	2,08%
401 - 500	2	4,17%
501 - 600	2	4,17%
TOTAL	48	100,00

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación.

GRÁFICO 20
PROMEDIO DE VENTA DIARIO



Fuente: Investigación de campo.

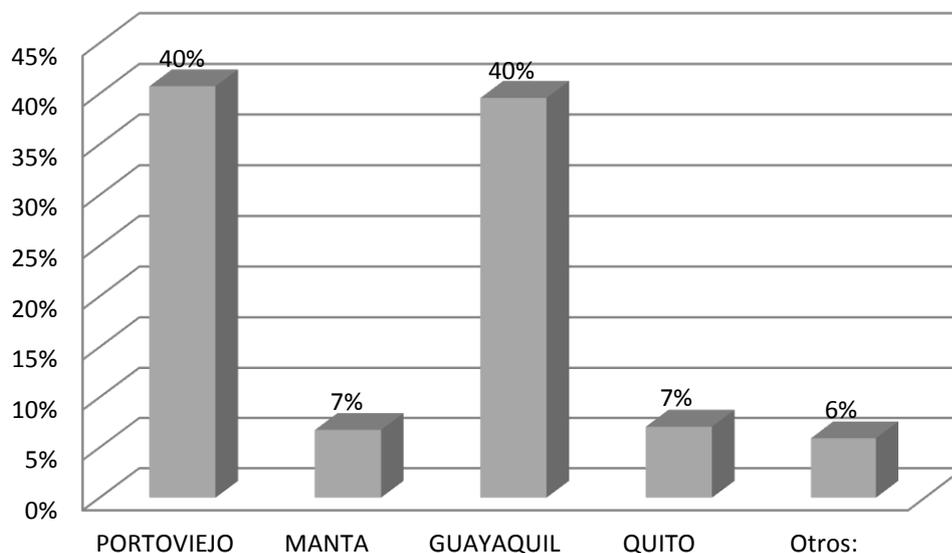
Elaboración: Autoras de la investigación.

5.2.3 PROVEEDORES

Proveedor es la persona o empresa que suministra con productos o servicios a otras entidades. Los proveedores deben mantener los tiempos pactados y las garantías de entrega de sus productos o servicios para prevenir problemas con las entidades a las que suministran. En muchas veces, estas empresas proveedoras deben tener un área de asistencia, soporte o atención técnica, ya que discontinuar su finalidad desencadena inconvenientes para el cliente. (DEFINICION.DE, 2015)

El origen de los proveedores y por ende de las mercancías reflejada en el Gráfico 21 nos muestra que el 40% de las mismas proviene de Portoviejo, otro 7% de Manta, si sumamos ambos porcentaje la relación es 47%, es decir la mayor cantidad de productos con que se abastecen los comerciantes de la localidad de Picoazá, tiene como origen la provincia de Manabí. El 40% de los demás proveedores vienen de Guayaquil, un 7% de Quito, y el 6% restante de otros lugares del país como Ambato, en el caso de los negocios textiles.

GRÁFICO 21
ORIGEN DE PROVEEDORES



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

5.3 EMPRENDIMIENTO

En nuestro idioma se utiliza el término de emprendimiento para designar a aquel negocio que llevó a cabo y gestiona un individuo por sus propios medios y esfuerzos y es gracias a él, a los beneficios económicos que este le reporta que se mantiene, es decir, quien impulsa, una idea, un emprendimiento no se encontrará trabajando en relación de dependencia sino que será el dueño de su comercio o negocio y quien además de invertir sus recursos asumirá los costos e ingresos totales que del mismo devienen. (DEFINICIONABC, 2015)

5.3.1 ASOCIACIONES

Conjunto de los asociados para un mismo fin y por tanto a la persona jurídica que de ellos resulta, se la conoce con el nombre de asociación. Generalmente, se trata de una asociación sin fines de lucro, estable en el tiempo y gestionada de manera democrática, es decir, todas las decisiones que se toman dentro de la misma son previamente consensuadas entre los integrantes. (DEFINICIONABC, 2015).

Se detectó a la Asociación de pequeños comerciantes de Picoazá, integrada por 60 miembros, distribuidos en 25 hombres y 35 mujeres, mencionando de manera especial que esta organización, principalmente se activa los fines de años, mes de diciembre donde se lleva a efecto la feria del juguete que se apuesta en torno al parque central, y que en todo caso constituye el objetivo que los une.

Otra organización de mucha importancia, y que promueve el desarrollo, es la Cooperativa de Transporte Urbano Picoazá, la que cuenta con 29 unidades de transporte, entre los de servicio popular y especial; y agremia a 24 miembros, de los que 20 son masculinos y 4 femeninos.

Pero de acuerdo a las frecuencias elaboradas y autorizadas por la Comisión de Transito de la Provincia, solo son 25 las unidades que operan a diario, por lo que bajo la modalidad de sorteo interno en la propia Cooperativa, cinco son las unidades que a diario dejan de brindar servicios.

Finalmente está también la Junta Cívica de Picoazá, cuyos objetivos principales a diferencia de las anteriores es estrictamente social, y está constituida por 30 miembros, 15 hombres y 15 mujeres, en la siguiente Tabla 24 y Gráfico 22 se detalla de mejor manera la misma información.

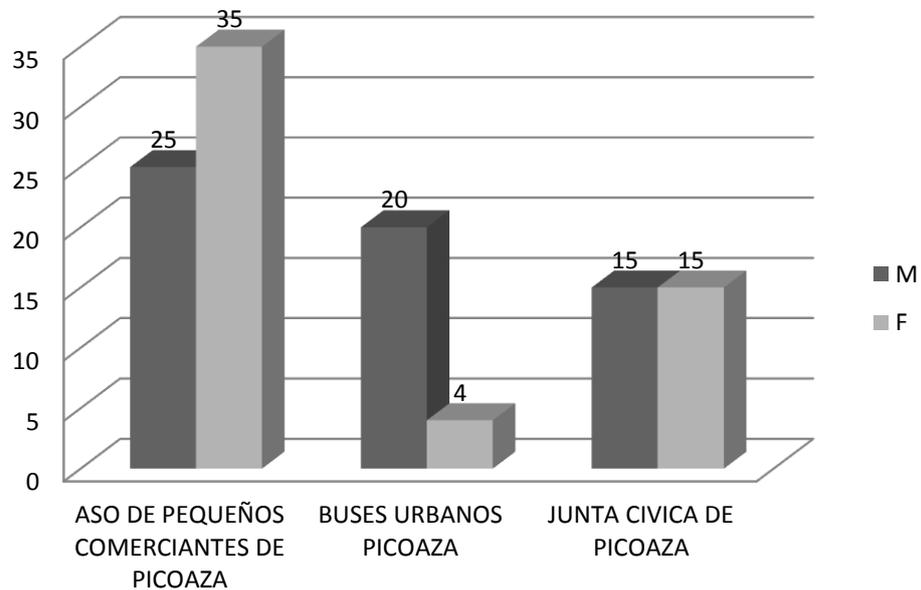
TABLA 24
SOCIOS DE ORGANIZACIONES

ORGANIZACIÓN	M	F
Asociación de Pequeños Comerciantes De Picoazá	25	35
Cooperativa de Buses Urbanos Picoazá	20	4
Junta Cívica de Picoazá	15	15
TOTAL	60	54

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

GRÁFICO 22
SOCIOS DE ORGANIZACIONES



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

5.3.2 ORIENTACIÓN LABORAL

La orientación vocacional es un conjunto de prácticas destinadas al esclarecimiento de la problemática vocacional, se trata de un trabajo preventivo cuyo objetivo es ofrecer las técnicas necesarias para facilitar una situación mejor de elección para cada sujeto.

La orientación vocacional puede llevarse a cabo individual o grupalmente, al determinar habilidades ligadas tanto a la exploración personal como al análisis de la realidad a través de información sobre la oferta académica y las particularidades del mercado laboral. (DEFINICION.DE, 2015)

Así como los jóvenes marcaron en su mayoría que no habían recibido orientación laboral desde el nivel académico, de la misma manera el 64,58% de los comerciantes ya establecidos concluyeron en no haber recibido ninguna orientación laboral ya sea desde el colegio o la universidad, como se demuestra en la tabla 25 a continuación.

TABLA 25
ORIENTACIÓN LABORAL

	#	%
SI	17	26,19
NO	31	30,95
TOTAL	48	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

5.3.3 CAPACITACIÓN

La capacitación continua es una estrategia extraordinaria para mejorar cualquier aspecto de la vida, es un proceso que lleva su tiempo porque debe trabajar modelos mentales para que puedan receptar de mejor manera la información y luego adaptarlas a sus estilos de vida.

De los comerciantes encuestados, el 81,25% dijeron no haberse capacitado alguna vez frente al 18,75% que si lo ha hecho, pero así mismo más de la mitad de los encuestados es decir el 64,58% están dispuesto a pagar por capacitarse y mejorar sus habilidades, tal como lo muestran las Tablas 26 y 27, respectivamente.

TABLA 26
CAPACITACIONES RECIBIDAS

	#	%
SI	9	18,75%
NO	39	81,25%
TOTAL	48	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

TABLA 27
DISPUESTO A CAPACITARSE

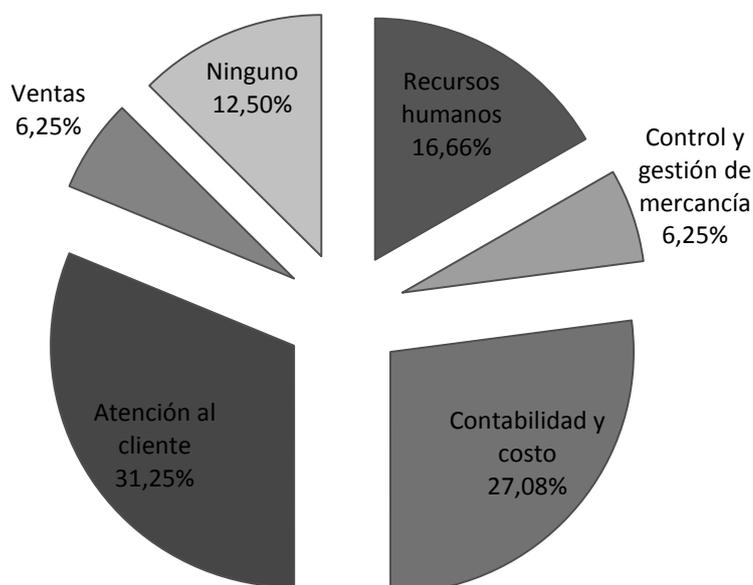
	#	%
SI	31	64.58%
NO	17	35.42%
TOTAL	48	100%

Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

Los comerciantes también expusieron los temas en los que les gustaría recibir capacitación para reforzar falencias dentro de los tópicos a emprender, y no solo ellos pues también concluyeron en que si estarían dispuestos a capacitar a sus empleados, a continuación en el Gráfico 23 se exponen los temas en los cuales les gustaría capacitarse.

GRÁFICO 23
TEMAS DE CAPACITACIÓN



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

5.4 INVERSIÓN

Una inversión es típicamente un monto de dinero que se coloca a una tercera persona, institución o grupo de acciones; la finalidad es la generación de fondos, es decir que el mismo monto colocado comience a generar ganancias

Las inversiones pueden ver un riesgo como una oportunidad, ya que se arriesgan a que así como la devolución del dinero invertido no esté garantizada, tampoco lo sean las ganancias. (DEFINICIONABC, 2015)

5.4.1 RANGO DE INVERSIÓN

El término rango resulta muy corriente porque el mismo señala la amplitud de la variación de un fenómeno entre su límite menor y uno considerablemente mayor, es decir, el rango estadístico es el intervalo que contiene dichos datos y que se calcula a partir de restar el valor mínimo al valor máximo considerado. (DEFINICIONABC, 2015)

Para indagar en el promedio invertido en el negocio, propusimos rangos de inversión según la Tabla 28, ante dicho planteamiento los comerciantes se encuentran distribuidos de la manera siguiente.

Numéricamente el grupo más significativo corresponde a aquellos comerciante que han invertido entre \$1.001 – \$5.000 dólares los que representan el 37,50%, es decir 18 comerciantes; siguen en ese orden los que tienen inversiones dentro del rango de los \$0 - \$1.000 dólares que a su vez suman 16 comerciantes y porcentualmente hablando el 33,33%.

Seis empresarios afirman tener invertido entre \$5.001 y \$10.000 dólares, los que a su vez representan dentro del grupo encuestado al 12,50%; otros cuatro estimaron sus inversiones entre los \$10.001 y los \$20.000, es decir el 8,33%.

Con inversiones cuyo monto es superior a los rangos de inversión de \$20.001 – \$50.000, el 6,25% escogieron este rango es decir 3 comerciantes y solo uno ha invertido entre \$50.001 - \$100.000; mientras que no encontramos a un comerciante que haya invertido más de \$100.000 en algún negocio en la parroquia.

En definitiva por el monto de inversión observamos que el 83,83% agrupa a los comerciantes cuyas inversiones son inferiores a los \$10.000 dólares, por lo que se colige que la gran mayoría de comercios establecidos en Picoazá, pertenecen a pequeños emprendimientos, que de una u otra forma son el motor dinamizador de la microeconomía local.

TABLA 28
CAPITAL INVERTIDO

Rango promedio de Inversión	N° Comerciantes	%
0 - 1.000	16	33,33
1.001 - 5.000	18	37,50
5.001 - 10.000	6	12,50
10.001 - 20.000	4	8,33
20.001 - 50.000	3	6,25
50.001 - 100.000	1	2,08
100.001 - y más	0	0
TOTAL	48	100,00

Fuente: Investigación de campo.

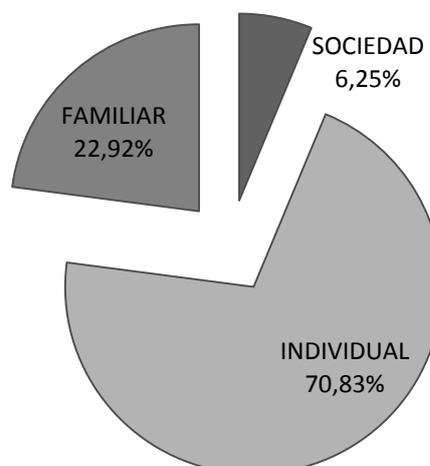
Elaboración: Autoras de la investigación

5.4.2 CARACTERÍSTICAS DEL CAPITAL INVERTIDO

El capital actualmente comprendido por el patrimonio, es ahora uno de los bienes más preciados que el hombre posee al ser el medio que lo canaliza hacia la búsqueda de una vida mejor, con mucha más dignidad y comodidad. El capital no es más que la remuneración que el hombre percibe por de ejecutar actividades económicas, legalmente o no. El capital que percibe es en base al sacrificio, a las contantes capacitaciones o el grado experimental que el hombre posea y es aquí donde se determinan jerarquías de salarios o pagas. (DEFINICIONABC, 2015)

Así mismo indagamos como estaban conformadas las inversiones, es decir desde el punto de vista societal, y como respuesta encontramos que el 71% de las iniciativas o emprendimientos locales tienen como características al capital individual, como se reconoce en el Gráfico 24, representa a todos aquellos comerciantes que iniciaron un negocio por sus propias cuentas y riesgo, por lo que bien se podría presumir que existe un espíritu de riesgo individualista, lo que es característico en el cantón Portoviejo y gran parte de la provincia manabita exceptuando Manta, cuya dinámica y comportamiento societal obedece a otros parámetros.

GRÁFICO 24
CARACTERÍSTICA DEL CAPITAL



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

En importancia el segundo grupo societal o de mayor importancia es la familia, pues el 23% de los negocios está constituido con este tipo de capital, y solo un 6% de las iniciativas privadas corresponden a sociedades.

5.4.3 CONTABILIDAD Y FACTURACIÓN

Se le llama contabilidad a la disciplina que analiza y proporciona información en torno de las decisiones económicas de un proyecto o institución. Si se habla de la contabilidad se habla tanto de una ciencia, dado que brinda conocimiento verdadero, una técnica, en la medida en que trabaja con procedimientos y sistemas, un sistema de información, dado que puede captar, procesar y ofrecer conclusiones acerca de piezas de información, y una tecnología social, porque conjuga saberes de la ciencia para resolver problemas concretos de la vida en sociedad. (DEFINICIONABC, 2015)

En cuanto al tipo de registros y control contable de la Tabla 29, logramos ratificar que la mayor parte de los comerciantes se manejan aun de manera informal, correspondiendo el 56% a aquellos negocios que no llevan ningún tipo de contabilidad, al 33% los que la llevan de forma manual y apenas el 10% de forma automatizada.

TABLA 29
CONTABILIDAD

CONTABILIDAD	COMERCIANTES	%
Manual	16	33%
Automatizada	5	10%
Ninguna	27	56%
TOTAL	48	100%

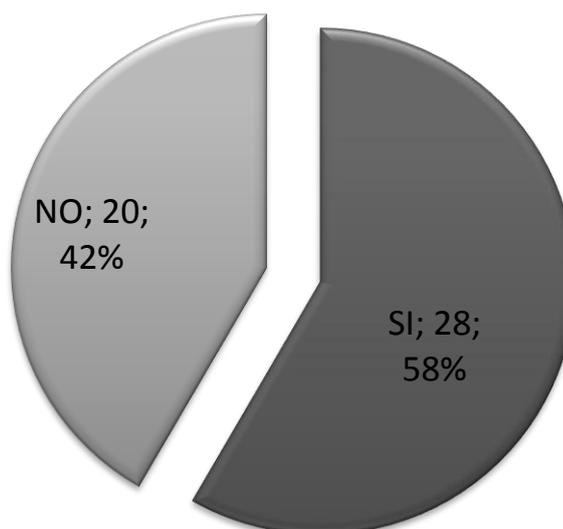
Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

Dentro de este mismo ámbito el Gráfico 25, nos muestra aquellos negocios que facturan, y aquellos que no lo hacen, por ningún concepto debe entenderse este comportamiento como formalidad en los negocios, aquellos que van entendiendo que deben emitir una factura luego de cada transacción lo hacen por el tipo de control que ejerce la autoridad tributaria que a la fuerza hace que los comerciantes y todo aquel que desempeñe una actividad productiva, entre en la cultura tributaria, caso contrario se los sancionara con todo el rigor de la ley, sin ningún tipo de contemplación.

Por el contrario creemos que el significativo número de negocios que declararon sí emitir una factura, lo hicieron guiados por que los procesos se han simplificados para los negocios pequeños, los que llevan el RISE, presumida así la situación el 58% de los comerciantes declaro Sí facturar y el otro 42% dijo No hacerlo.

**GRÁFICO 25
EMISIÓN DE FACTURA**



Fuente: Investigación de campo.

Elaboración: Autoras de la investigación

CONCLUSIONES

En definitiva el desempleo siempre será interés de toda la población, ya que se ha convertido en un factor influyente y preocupante en las decisiones económicas y políticas de un gobierno; y con mayor énfasis el desempleo en los jóvenes, que según la muestra obtenida en la investigación indicó que el nivel de desempleo juvenil ocupa el 54,76% en la parroquia Picoazá, es decir que la mayoría de los jóvenes de 18-24 años encuestados, están desempleados, no buscan trabajo o aplican por primera vez; por ende de cada 10 jóvenes comprendidos en ese rango de edad, 6 están desocupados y 4 ocupados.

Los organismos gubernamentales si tienen participación en el fomento del desarrollo productivo juvenil pero se concluyó de que existe desconocimiento por parte de los jóvenes sobre todos los beneficios que aportan estos organismos a través de planes y programas, y que por otro lado existe desinterés por parte de los mismos jóvenes en la búsqueda de métodos e información que los ayuden a emprender y falta de difusión por parte de los organismos justamente en las zonas rurales o más alejadas a la ciudad.

Los resultados de la investigación muestran que solo existen siete jóvenes entre las edades de 18-24 años que son propietarios de los locales comerciales estudiados en la parroquia, y que el desempleo juvenil afecta más al público femenino, con una diferencia nominal de 5 empleos más para los hombres que para las mujeres.

Es por esto que el desarrollo de estrategias que aporten a la creación de un Centro de Apoyo al Joven Emprendedor se convierte en la mejor propuesta de inversión, creación y fomento al emprendimiento juvenil, generando ingresos directos a la parroquia, incentivando su desarrollo productivo y abriendo nuevas plazas de trabajo.

CAPITULO VI

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

6.1 IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

Desarrollo de estrategias que aporten a la creación de un Centro de Apoyo al Joven Emprendedor que sirva como contribución a los jóvenes desempleados de 18 a 24 años de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo, provincia de Manabí para fortalecer el potencial productivo y comercial del sector.

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta está orientada a estimular el espíritu emprendedor en los jóvenes desempleados de la parroquia Picoazá, permitiendo aportar al desarrollo socioeconómico de los nuevos empresarios y de sus familias.

Por lo cual se ha considerado la creación de un Centro de Apoyo al Joven Emprendedor, ya que el actualmente Ecuador consta entre los 15 países con mayor tendencia a iniciar nuevos negocios en Latinoamérica, determinando que 7 de cada 10 habitantes adultos del país están en proceso de comenzar un negocio o desarrollando una nueva empresa. (GUTIERREZ, 2012). Este espacio permitirá descubrir, estimular y potenciar las habilidades de este sector comercial del cantón Portoviejo que requiere de una intervención inmediata que con el asesoramiento oportuno se crearán nuevas oportunidades de generar ideas de negocio con potencial éxito.

Con esto se espera que las unidades productivas que se incuben en el centro de apoyo cuenten con alto nivel diferenciador e innovador. La intención es proponer e incentivar a que cada uno de los jóvenes en el centro de apoyo, aporten con ideas enfocadas a la realidad de la parroquia potenciando el comercio, la confección de ropa y la venta de abarrotes, entre otros.

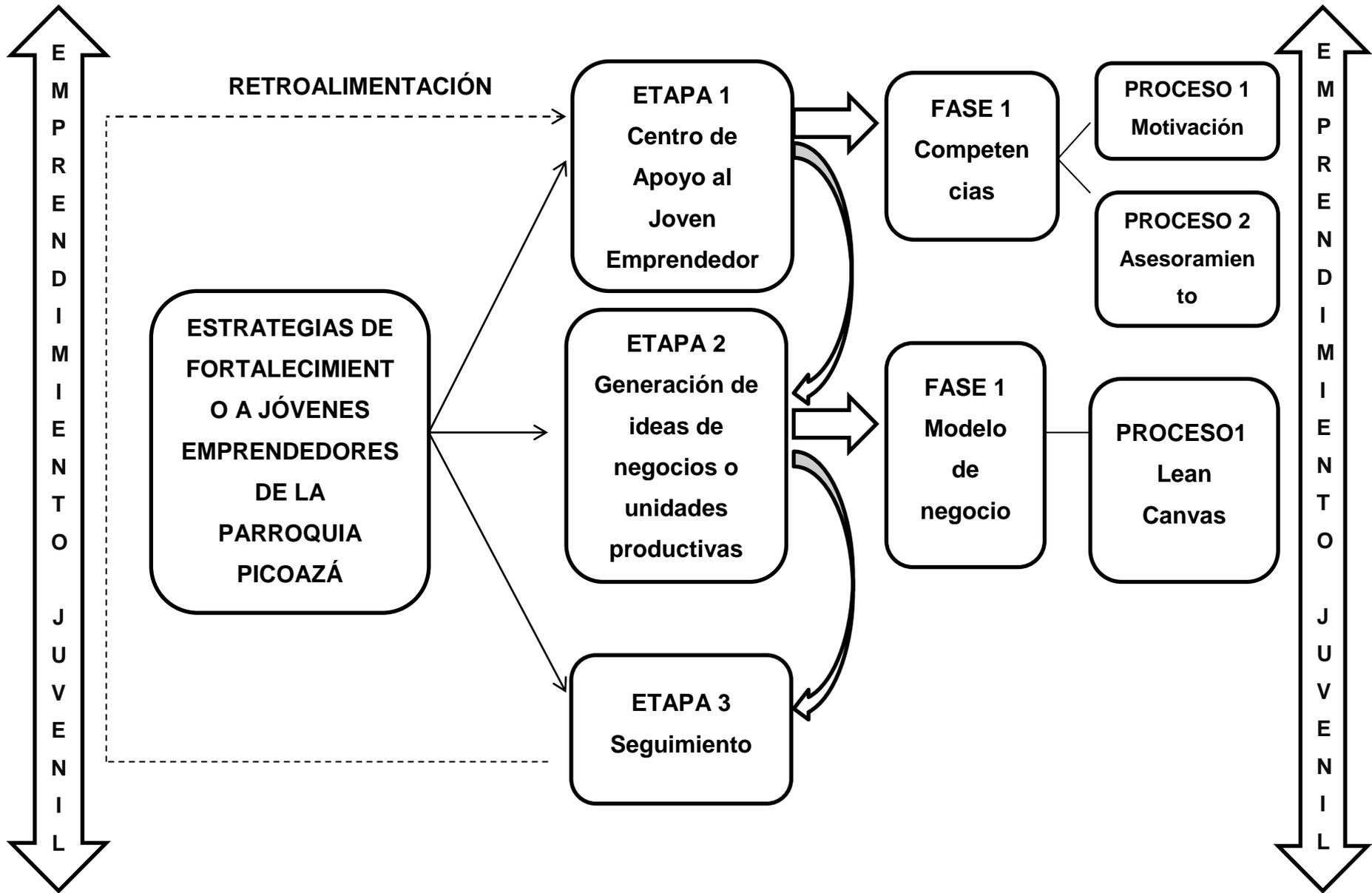
Se espera que desde el ámbito intelectual se incorporen nuevas tecnologías aplicadas con la matriz productiva, es decir poder utilizar los recursos que tienen a disposición para generar procesos de producción, generando mayor rentabilidad dentro de la comunidad.

El estudio detecto tres grandes aspectos.

1. La muestra tomada en las encuestas de la investigación, indica que el 54,76% de los jóvenes de la parroquia Picoazá están desempleados y buscando un empleo digno.
2. El 52.38% de jóvenes encuestados quieren emprender un negocio propio, y sin embargo la parroquia Picoazá no cuenta con mecanismos que brinden la oportunidad de desarrollar ideas y emprender actividades de negocios que generen ingresos propios y contribuyan a la parroquia para aumentar el desarrollo comercial de la zona y los alrededores, logrando de esta manera ubicarse como una de las más importantes parroquias de la provincia de Manabí.
3. La investigación demostró los deseos de los comerciantes de capacitarse acerca de temas que ayuden al desarrollo; tales como, temas de motivación, de calidad de servicio al cliente, calidad de productos, conocer ideas de negocios y emprendimientos, y recibir la orientación necesaria acerca de cómo invertir el capital propio.

Debido a esto la propuesta de crear el centro de apoyo al joven emprendedor consiste en disminuir el desempleo, mejorando la economía de los jóvenes que decidan entrar a dicho centro, aportar con ideas de negocio y desarrollarlas

Es de vital importancia que se ejecute a cabalidad el programa de capacitación, con todos sus temas, ya que el principal objetivo es promover e incentivar al desarrollo personal, teniendo bienestar y tranquilidad tanto al sector comercial como a las familias y los jóvenes, fomentando de esta manera que todos los habitantes conserven el entorno de un buen vivir, y que los niños no crezcan con la desorientación que ahora existe en los jóvenes quienes son el futuro de la patria y parte de la matriz productiva.



6.3 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El objetivo principal de la propuesta es diseñar estrategias que aporten a la creación de un Centro de Apoyo al Joven Emprendedor como contribución a los jóvenes desempleados de la parroquia Picoazá, cantón Portoviejo, provincia de Manabí para fortalecer el potencial productivo y comercial de la zona.

La idea que se difunde en la parroquia Picoazá, se basa específicamente en que el índice de jóvenes desempleados disminuya, y de la misma manera dinamizar y aportar al comercio de esta zona urbana de Portoviejo.

La estrategia cuenta con varias etapas, fases y procesos que a continuación se describen una a una para su mayor y mejor entendimiento.

ETAPA 1

CENTRO DE APOYO A LOS JÓVENES

Un centro de emprendimiento tiene como finalidad fortalecer las iniciativas de las personas para abrir nuevos mercados y fuentes de empleo. Tiene como proceso brindar capacitaciones y asesoramiento para descubrir las habilidades y destrezas productivas con las que se cuenta.

Objetivo Principal

Aportar con el desarrollo de las ideas de negocio a los jóvenes desempleados de la parroquia Picoazá y desarrollar la gestión con las autoridades para lograr que se cumpla el objetivo.

Actividades

- Implementación total del Centro de Apoyo al Joven Emprendedor.

- Gestión por parte de las autoridades.
- Promoción, convocatoria y postulación.
- Elección de las mejores de ideas de negocio.
- Brindar capacitaciones.
- Ofrecer asesoramiento.

FASE 1

COMPETENCIAS

Aquí intervienen las maneras de cómo se va a incentivar al joven emprendedor para que siga luchando firmemente por su idea de negocio.

Objetivo principal

Generar formas de desarrollo constante y progresivo por parte del Centro de Apoyo en los jóvenes emprendedores para que continúen con pie firme en sus ideas de emprendimiento.

Actividades

- Motivación.
- Asesoramiento.

PROCESO 1

MOTIVACIÓN

La motivación es parte fundamental en el desarrollo de los jóvenes dentro y fuera del centro de apoyo, ya que de acuerdo a la motivación que se inyecte será la única manera de contar con mayor número de participación en el centro, desarrollando así el sector productivo y comercial de la parroquia.

Estos serán capaces de medir riesgo, y conocerán que a mayor riesgo, mayor rentabilidad, buscarán constantemente oportunidades e ideas de negocios, serán organizados en su emprendimiento, mejoraran

la relación con el cliente, y la calidad de los productos, sin dejar de lado el asesoramiento y orientación sobre qué y cómo invertir el capital que se cuenta para el desarrollo de la idea.

Objetivo Principal

Incentivar a los jóvenes a que asistan al centro de apoyo y desarrollar en especial la parte creativa e innovadora de cada uno de ellos para lograr el alcance del emprendimiento en cuestión.

Actividades

Capacitaciones de:

- Motivación personal.
- Liderazgo.
- Autoestima.
- Atención al cliente.
- Ventas.
- Negociación.
- Seminarios, talleres y foros
- Participación en Ferias.

Con estas estrategias se estimula el crecimiento del empleo formal, teniendo en cuenta los aspectos más importantes para los jóvenes, como son los grupos juveniles que existen dentro de la parroquia Picoazá, las diferentes ramas de actividad que prefieren desarrollarse, y sobretodo dejando atrás las actividades de ocio que solían realizar, provocando de esta manera la estabilidad económica anhelada.

PROCESO 2

ASESORAMIENTO

Este proceso contará con la ayuda de expertos en el desarrollo de emprendimientos para que poco a poco vayan puliendo sus trabajos y

además cuenten con la ayuda de uno o varias guías que les proporcionen información correcta y formal sobre cómo realizar y cristalizar dichas ideas de negocios; lo que mantendrá su nivel de motivación muy alto al verse respaldados por el Centro de Apoyo.

Objetivo Principal

Asignar el correcto asesoramiento por parte del Centro de Apoyo a dichos jóvenes para que aclaren, desarrollen y cristalicen sus ideas de negocios.

Actividades

- Elaboración de todos los documentos habilitantes.
- Chequeos constantes del proceso de emprendimiento de la mano de guías expertos en el desarrollo de emprendimientos.

ETAPA 2

IDEAS DE NEGOCIO

La creación de nuevas ideas de negocios condiciona y anima a los jóvenes a adquirir un empleo digno y productivo, involucrándose al mundo laboral, incluyendo los derechos justos de ley además de crear y generar nuevas plazas de empleos.

Objetivo Principal

Generar ideas tiene como objetivo el combinar elementos innovadores provocando la imaginación y creatividad al producir un determinado producto.

Se considera a la motivación de gran importancia dentro del mundo de competitividad y esfuerzo productivo, es por esto que se recalca a los jóvenes sobre lo mencionado.

Actividades

- Capacitación y acompañamiento en la elaboración de los emprendimientos.
- Determinación de los mejores planes.
- Certificación y validación de propuestas: estudio de mercado.
- Apoyo en acceso al financiamiento
- Seguimiento de gestión
- Apoyo logístico
- Vinculación a centros de transferencia tecnológica y de fomento productivo.
- Desarrollar destrezas y habilidades.
- Capacitación.
- Facilitar modelo de negocio exitoso.
- Brindar un espacio adecuado para desarrollar ideas.

FASE 1

MODELO DE NEGOCIO

Es el diseño, estructura o planificación con la que se contará y la forma como se va a desarrollar el emprendimiento, el cual buscará beneficios como lo son los ingresos. Es una lógica que toda empresa u organización desarrolla.

Objetivo Principal

Es una herramienta o método que busca definir clara y formalmente el diagnóstico del emprendimiento o empresa que se está por desarrollar, resolviendo inquietudes de qué se va a ofrecer en el mercado, cuándo, dónde, cómo y hasta cuál sería el mejor precio de comercialización.

Actividades

- Modelo de negocios Lean Canvas

PROCESO 1

LEAN CANVAS

El modelo de negocio de Lean Canvas es una herramienta clave para el desarrollo de una idea, conduce al éxito por medio de sus nueve formas de organización en un modelo rápido y conciso. Además de ser el modelo que en la actualidad muchas empresas y universidades están poniendo en práctica por su viabilidad, facilidad y sostenimiento pues es una forma de negocio de fácil comprensión y construcción.

Objetivo Principal

Lograr convertirse en el camino más fácil, viable y práctico para desarrollar una idea emprendedora.

Actividades

1. El primer paso que exige este modelo es identificar el problema, y aquí se describe la necesidad que presentan y se plantean las posibles soluciones.
2. Otro de los pasos para aplicar la herramienta Lean Canvas es segmentar los clientes, y estos serán todos aquellos que apoyan la propuesta y el emprendimiento y sobretodo están dispuestos a pagar por lo que se esté comercializando, deberán conocer la zona, realizar un estudio de mercado y analizar la competencia con la que se pueden enfrentar.
3. Se debe tener una propuesta de valor, la cual consiste en conocer el motivo por el cual los posibles clientes quieren adquirir y pagar por sus diferentes bienes o servicios.
4. Deben tener la solución para satisfacer las necesidades de todos los clientes.

5. Se tiene que identificar los canales a usar para poder dar a conocer el emprendimiento.
6. En este modelo, todos tienen que tener una estructura de costos donde describan el estado de resultados, el balance general, el flujo de efectivo, y la inversión inicial.
7. En la fuente de ingresos se muestra los medios por los cuales se obtendrán las ganancias.
8. Las métricas principales son claves para medir el desarrollo y avance del negocio hacia el objetivo que se tiene. Por lo general se usan y especifican en porcentaje.
9. La ventaja competitiva es donde se describe lo que se ofrece y la razón que lo hace diferente a la competencia si ya existiera, es la distinción para que no sea fácil para otros copiar la idea de negocio.

Estos nueve pasos ayudarán al desarrollo eficiente del emprendimiento, y será la herramienta a utilizar en todos los que participen en el centro de apoyo al joven emprendedor.

Es de vital importancia que se ejecute a cabalidad el programa de capacitación, con todos sus temas, ya que el principal objetivo es promover e incentivar al desarrollo personal, teniendo bienestar y tranquilidad tanto al sector comercial como a las familias y los jóvenes, fomentando de esta manera que todos los habitantes conserven el entorno de un buen vivir, y que los niños no crezcan con la desorientación que ahora existe en los jóvenes quienes son el futuro de la patria y parte de la matriz productiva.

ETAPA 3

SEGUIMIENTO

El seguimiento a los emprendimientos que se realizarán dentro de la parroquia Picoazá, serán evaluaciones anuales con visitas trimestrales o semestrales y las autoridades como la junta parroquial, evaluará el avance y desarrollo de cada idea emprendida con la ayuda de los expertos en la rama de evaluación y desarrollo de emprendimientos del centro.

Objetivo Principal

El objetivo del seguimiento se basa específicamente en medir el grado de aceptación en los jóvenes que tiene el centro de apoyo en la parroquia.

Actividades

- Visitas trimestrales o semestrales al centro.
- Evaluaciones anuales.
- Retroalimentación anual de capacitaciones.
- Nuevas ideas y planes de negocio para emprender.

RETROALIMENTACIÓN

Es la mejor forma de abarcar y repasar cada uno de las fases que esta estrategia propone, pues se le da seguimiento a cada una de ellas y se refuerza en los puntos que presenten falencias, además de empezar con nuevos emprendimientos que muchos jóvenes estén dispuestos a iniciar.

Objetivo Principal

Determinar qué puntos del proceso presentan falencias y de qué manera se pueden corregir, desarrollar o mejorar para los nuevos emprendimientos.

Actividades

- Socializar periódicamente con los jóvenes participantes del centro de apoyo.
- Evaluar los procesos mediante encuestas o grupos focales.
- Generar nuevas de técnicas que ayuden a mejorar los procesos de emprendimientos, con la ayuda de todos los jóvenes involucrados en el centro de apoyo.

BIBLIOGRAFÍA

1. **ALEXIM**, Joao Carlos. (2006). CAPITULO IV, Educación y Empleo Juvenil en America Latina. En J. C. ALEXIM, *Relaciones de trabajo, empleo y formación profesional* (págs. 150-152). Montevideo: OIT/Cinterfor.
2. **ANZIL**, Federico. (2002). *Crecimiento económico*. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar>
3. **ARMIJOS SOLANO**, Lilibeth Fernanda, **ORDOÑEZ MARCHAN**, Andrea Verónica, & **RAMIREZ VELASCO**, Karla Gabriela (2010). *Desempleo e inactividad en la población juvenil del Ecuador*. Guayaquil: ESPOL.
4. **BIBLIOTECA PRACTICA DE CONSULTA DEL NUEVO MILENIO**. (2001). Colombia: Zamora Editores Ltda.
5. **CASTILLO**, Pablo. (2006). *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Obtenido de Análisis de la incidencia de la gestión social municipal en el desarrollo local, Oaxaca, México: <http://caribeña.eumed.net>
6. **CONCEPTO.DE.** (2015). Obtenido de <http://concepto.de/comerciante/>
7. **CRESPO**, Marcos A. (2009). *LECCIONES DE HACIENDA PÚBLICA MUNICIPAL*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009b/563/Actividad%20comercial.htm>
8. **DE LA HOZ AGUILAR**, Fabio, **QUEZADA PÉREZ**, Raúl, & **YÁNEZ CONTRERAS**, Martha (marzo, 2013). *Desempleo Juvenil en Cartagena de Indias*. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México. Obtenido de <http://www.monografias.com>
9. **DEFINICION.** (2015). Obtenido de <http://definicion.mx/negocio/>
10. **DEFINICION.DE.** (2015). Obtenido de <http://definicion.de/organismo-gubernamental/>
11. **DEFINICION.DE.** (2015). Obtenido de <http://definicion.de/orientacion-vocacional/>
12. **DEFINICION.DE.** (2015). Obtenido de <http://definicion.de/propiedad/>

13. **DEFINICION.DE.** (2015). Obtenido de <http://definicion.de/venta/>
14. **DEFINICION.DE.** (2015). Obtenido de <http://definicion.de/proveedor/>
15. **DEFINICIONABC.**(2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/empleo.php>
16. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/social/genero.php>
17. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/edad.php>
18. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/instruccion.php>
19. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/joven.php>
20. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/tipos.php>
21. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/promedio.php>
22. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/negocios/emprendimiento.php>
23. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/social/asociacion.php>
24. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/inversiones.php>
25. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/rango.php>
26. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/capital-dinero.php>
27. **DEFINICIONABC.** (2015). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/contabilidad.php>
28. **Employment Trends,** OIT. (8 de Mayo de 2013). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2013: Una generación en peligro.* Obtenido de <http://www.ilo.org/publns>

29. **ESPAÑOL**, E. E. (2015). Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/significado-perfil-laboral-hechos_173460/
30. **FLEITMAN**, Jack. (1997). Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1314/diagnostico-comercial.html>
31. **GALLARDO GÓNGORA**, Jimena. (2008). *Juventud, el trabajo, el desempleo e identidad; como un enfoque psicosocial*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
32. **GUTIERREZ**, Marcelo. (s.f.). *Universidad Andina Simon Bolivar*. Obtenido de Desafíos del Emprendedor Ecuatoriano: <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/MARCELO%20GUTIERREZ.pdf>
33. **INEC**. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de Glosario de Conceptos y Definiciones: <http://www.inec.gob.ec>
34. **INEGI**. (2014). *La informalidad laboral, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo*. Obtenido de Extracto de la XV Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Ginebra, enero de 1993p: <http://www.inegi.org.mx>
35. **JUSIDMAN DE BIALOSTOZKY**, Clara. (1971). Conceptos y definiciones en relación con el empleo, el desempleo y el subempleo. En C. JUSIDMAN DE BIALOSTOZKY, *Demografía y Economía* (págs. Vol. 5, No. 3, pp. 269-286). El Colegio de México.
36. **KEYNES**, John Maynard. (1936). *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*.
37. **MANKIW**, Gregory N. (2003). Principios de Economía. En G. N. MANKIW, *Principios de Economía* (pág. 41). Mc Graw Hill.
38. **MARX**, Karl. (1867). El Capital. En K. MARX, *El capital: crítica de la economía política, Volumen 1* (pág. Cap. 23). Hamburgo: Verlag van Otto Meissner.
39. **OIT**. (1998). La decimosexta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo. *Resolución concerniente a la medición del subempleo y las situaciones de empleo inadecuado, adoptada por*

- la decimosexta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo*, (pág. 4). Ginebra.
40. **OIT**, E. T. (12 de Agosto de 2010). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2010*. Obtenido de <http://www.ilo.org/publns>.
41. **Organización de Naciones Unidas ONU**. (1990). *Informe Anual de Desarrollo Humano de 1990*. Obtenido de Zona Económica: <http://www.zonaeconomica.com>
42. **Organización Internacional del Trabajo**, O. (2012). *Estadística del subempleo*. Obtenido de <http://www.ilo.org>
43. **PAREDES GILER**, Evelyn Cecilia, & **VITERI SURATY**, Stephanie Fernanda (2011). *Análisis de la inserción de egresados y profesionales de la unidad académica económica de la Universidad San Gregorio de Portoviejo en el campo laboral y empresarial*. Portoviejo: USGP.
44. **PARRA**, Nailena., & **NUÑEZ**, Yerlly. (Noviembre de 2010). *Comercio formal*. Obtenido de <http://servidor-opsu.tach.ula.ve>
45. **RAMIREZ-GUERRERO**, Jaime. (Noviembre de 2002). *Estudios y Reflexiones No.2*. Obtenido de El desempleo juvenil, un problema estructural y global: <http://library.iyfnet.org>
46. **SALTOS QUIJIJE**, C. V., & **GARCÍA IBARRA**, Á. M. (2004). *Análisis de la tasa de desempleo con su repercusión en el desarrollo socio-económico y la generación de fuentes de trabajo en la provincia de Manabí*. Portoviejo: USGP.
47. **SEGUNDO RAMIREZ**, Mario Enrique. (2009). *Inserción al mercado laboral de los profesionales de la UACJ*. México: FLACSO.
48. **SIGNIFICADOS**. (2015). Obtenido de <http://www.significados.com/comercio/>
49. **SMITH**, Adam. (1776). La riqueza de las naciones. En A. SMITH, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Londres: W. Strahan & T. Cadell.
50. **TOKMAN**, Victor E. (2003). Desempleo juvenil en el Cono Sur: Causas, consecuencias y política. En V. E. TOKMAN, *Desempleo*

juvenil en el Cono Sur: Causas, consecuencias y política (págs. 5-34). Chile: Graphos Comunicaciones Ltda.

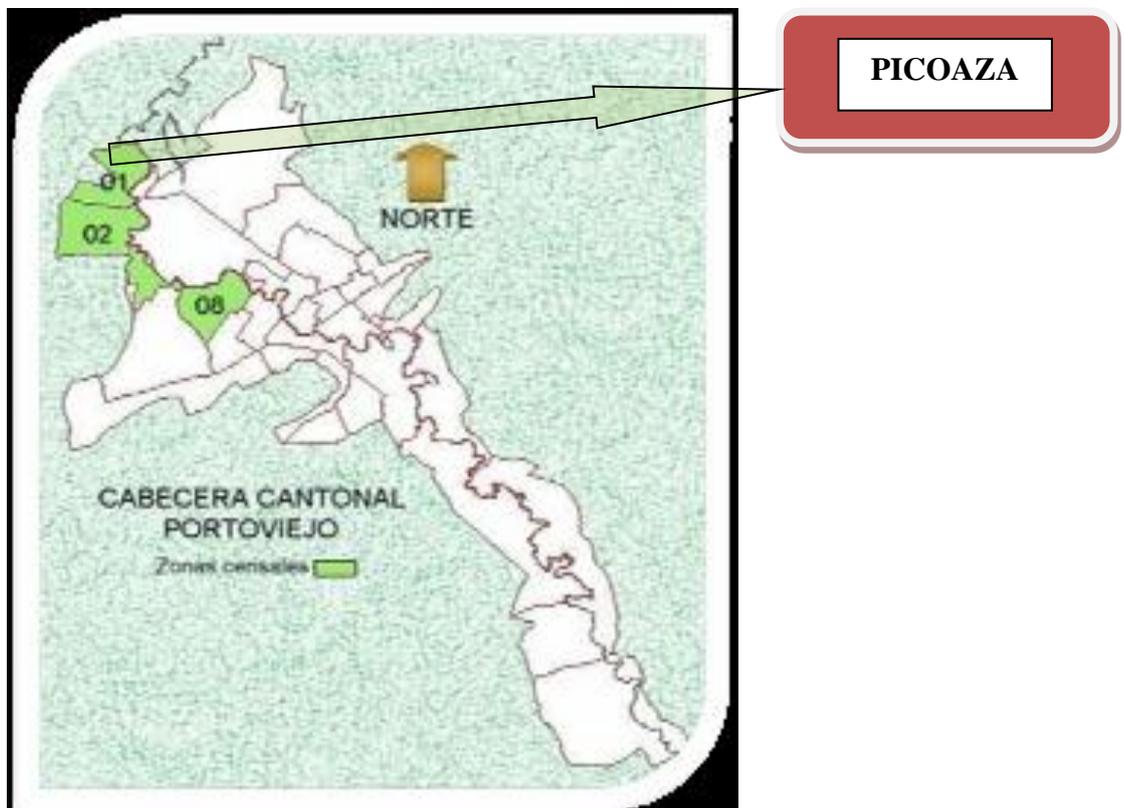
51. www.inec.gob.ec
52. www.ieps.gob.ec
53. www.economiasolidaria.gob.ec
54. www.portoviejo.gob.ec
55. www.manabi.gob.ec/2994-programa-jovenes-productivos-abre-nueva-etapa-de-capacitacion-en-manabi.html
56. www.ilo.org
57. www.contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/imle201409.pdf
58. www.contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/mle200708.pdf
59. www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/EmpleoDiciembre/Nuevo_Marco_Conceptual/201412_EnemduPresentacion_15anios_Conductn.pdf
60. www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/10268
61. Dirección de Desarrollo Económico y Productivo del Municipio de Portoviejo.
62. Departamento de Fomento Productivo del Gobierno Provincial de Manabí.
63. Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, IEPS.

ANEXOS

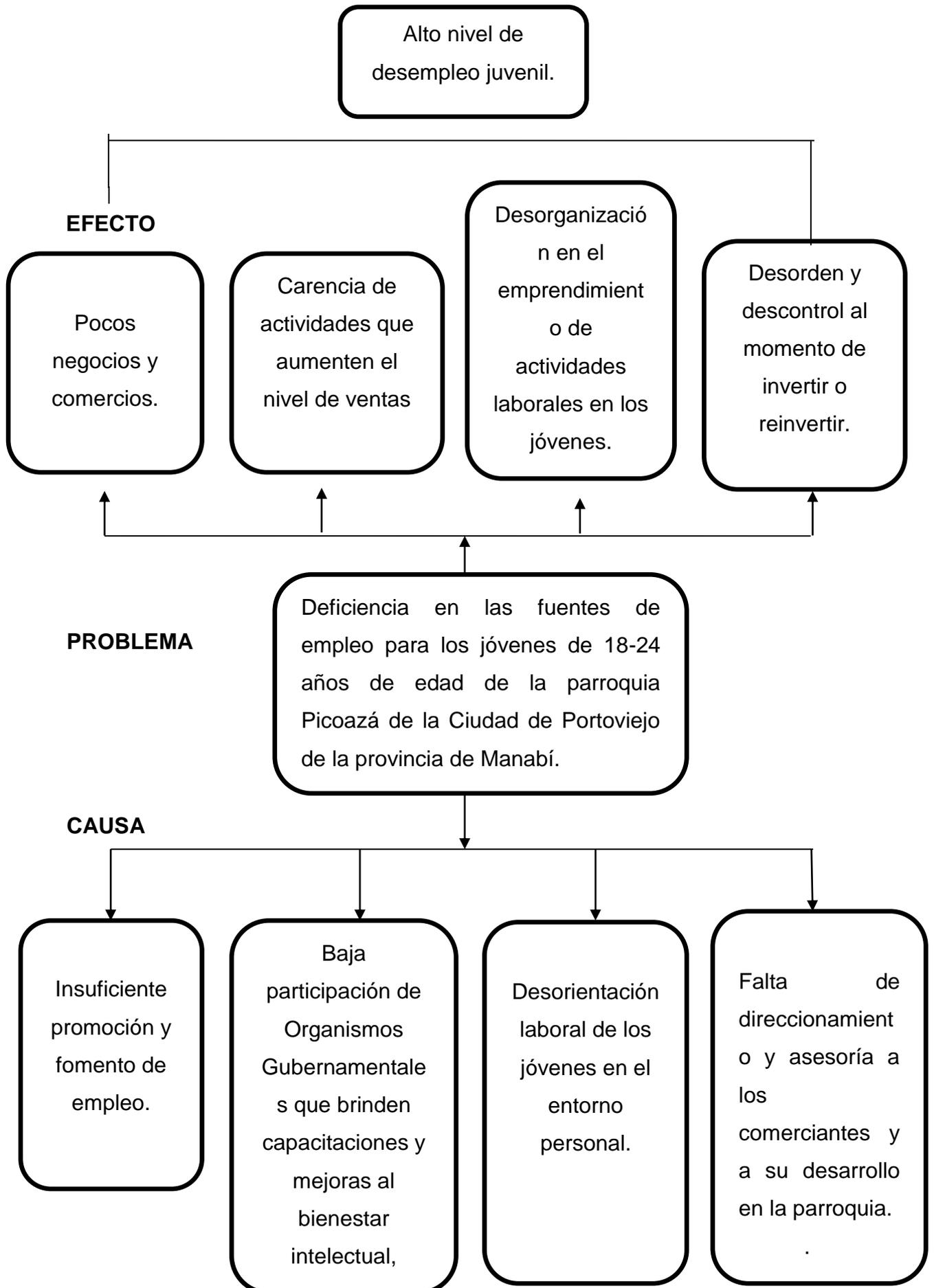
ANEXO 1



ANEXO 2



ANEXO 3



ANEXO 4

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Esta encuesta tiene como objetivo la recopilación de datos para conocer el nivel de desempleo juvenil de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí, dirigida a los jóvenes con edades comprendidas entre 18-24 años de la parroquia. Su información es muy valiosa para nosotros, agradecemos su colaboración.

MARQUE CON UNA -X- LA RESPUESTA QUE USTED ELIJA

DATOS GENERALES

SEXO: _____

EDAD: _____

1) ¿QUÉ NIVEL DE INSTRUCCIÓN TIENE UD?

- NINGUNA _____
- PRIMARIA _____
- SECUNDARIA _____
- SUPERIOR _____

2) ¿QUÉ NIVEL DE ESTUDIO CREE USTED QUE ES NECESARIO PARA INGRESAR A LABORAL A UNA EMPRESA?

- NINGUNO _____
- SECUNDARIO _____
- SUPERIOR _____
- POSTGRADO _____

3) ¿CUÁL ES SU ACTUAL SITUACIÓN LABORAL?

- CON TRABAJO _____
- SIN TRABAJO Y NO BUSCAN _____
- BUSCANDO TRABAJO POR PRIMERA VEZ _____
- TIENE TRABAJO PERO SE QUIERE CAMBIAR _____

4) EN EL FUTURO, ¿EN QUE LE GUSTARÍA DESEMPEÑARSE LABORALMENTE?

- DUEÑO DE UN NEGOCIO PROPIO _____
- JEFE DE AREA _____
- GERENTE DE ALGUNA INSTITUCIÓN PRIVADA _____
- MANTENER SU CARGO ACTUAL _____

- SERVIDOR PÚBLICO _____
- EN NADA _____

5) ¿EN QUÉ TIEMPO, ASPIRA MEJORAR SU SITUACIÓN LABORAL?

- EN 1 AÑO _____
- EN 2 AÑOS _____
- EN 3 AÑOS _____
- EN 4 AÑOS _____
- EN 5 AÑOS _____

6) DURANTE SU PREPARACIÓN ACADÉMICA, ¿HA RECIBIDO ALGUNA VEZ ORIENTACIÓN QUE LE PERMITA DESENVOLVERSE CORRECTAMENTE EN EL CAMPO LABORAL?

- SI _____
- NO _____

7) SI ACTUALMENTE USTED ESTÁ TRABAJANDO, ¿HA RECIBIDO ALGUNA VEZ CAPACITACIONES PARA MEJORAR SUS HABILIDADES LABORALES?

- SI _____
- NO _____
- NO TRABAJA _____

8) EN SU CIUDAD, ¿EXISTEN PROGRAMAS U ORGANISMOS GUBERNAMENTALES DE CAPACITACIÓN QUE SE PUEDAN IMPLEMENTAR EN SU PARROQUIA?

- SI _____
- NO _____
- NO SE _____

ANEXO 5

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Esta encuesta tiene como objetivo la recopilación de datos para conocer la generación del comercio de la parroquia Picoazá del cantón Portoviejo de la provincia de Manabí, dirigida a los comerciantes de la parroquia. Su información es muy valiosa para nosotros, agradecemos su colaboración.

MARQUE CON UNA -X- LA RESPUESTA QUE USTED ELIJA

DATOS GENERALES

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:

SEXO: _____

EDAD: _____

1) ¿EN CÚAL DE ESTAS CATEGORÍAS GENERALES SE ENCUENTRA SU NEGOCIO?

- COMERCIO _____
- ABARROTES _____
- TRANSPORTE _____
- RESTAURANT _____
- FARMACIA _____
- ORGANIZACIÓN SOCIAL _____
- OTROS (OCIO, BELLEZA, TALLER, TECNOLOGÍA,) _____

2) ¿LA PROPIEDAD SOBRE SU LOCAL ES?

- PROPIA _____
- ALQUILADO _____
- PÚBLICO _____
- AMBULANTE _____

3) ¿QUÉ ACTIVIDADES COMERCIALES ESPECÍFICAS REALIZA DENTRO DE SU NEGOCIO?

- | | |
|--------------------|-----------------------|
| • CARNICOS _____ | • SODA BAR _____ |
| • ABARROTES _____ | • COMERCIAL _____ |
| • PLASTICOS _____ | • CONFECCION DE _____ |
| • BAZAR _____ | ROPA DEPORTIVA _____ |
| • ARTESANIAS _____ | • ESCOBAS _____ |
| • TRANSPORTE _____ | • FARMACOS _____ |

- FERRETERIA _____
- GABINETE DE BELLEZA _____
- INFORMÁTICA _____
- LICORERIA _____
- ORGANIZACIÓN SOCIAL _____
- PANES _____
- REPUESTOS DE BICICLETAS _____
- TEXTILES, ROPA Y CALZADO _____
- TELEFONIA _____

4) ¿ES USTED MINORISTA O MAYORISTA?

- MINORISTA _____
- MAYORISTA _____

5) ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DE VENTA DIARIO?

- 0 - 50 _____
- 51 - 100 _____
- 101 - 150 _____
- 151 - 200 _____
- 201 - 300 _____
- 301 - 400 _____
- 401 - 500 _____
- 501 - 600 _____

6) ¿CUÁL ES SU PROMEDIO DE MONTO INVERTIDO?

- 0 - 1.000 _____
- 5.001 - 10.000 _____
- 20.001 - 50.000 _____
- 100.001 - más _____
- 1.001 - 5.000 _____
- 10.001 - 20.000 _____
- 50.001 - 100.000 _____

7) ¿CÓMO CARACTERIZA USTED EL CAPITAL QUE HA INVERTIDO?

- INDIVIDUAL _____
- SOCIEDAD _____
- FAMILIAR _____

8) ¿CUÁNTOS EMPLEADOS TIENE EN SU COMERCIO? ESPECIFIQUE POR HOMBRE Y MUJER

- HOMBRE _____
- MUJER _____

9) ¿CÚAL ES LA EDAD DE SUS EMPLEADOS? ESPECÍFIQUE EN CANTIDAD

- MENOR DE 18 _____
- 18 - 24 _____
- MAYOR DE 24 _____

10) ¿QUÉ NIVEL DE INSTRUCCIÓN TIENE EL PROPIETARIO DEL NEGOCIO?

- NINGUNA _____
- PRIMARIA _____
- SECUNDARIA _____
- SUPERIOR _____

11) ¿EN SU NEGOCIO, QUÉ TIPO DE CONTABILIDAD LLEVA?

- MANUAL _____
- AUTOMATIZADA _____
- NINGUNA _____

12) ¿FACTURA EN SU NEGOCIO?

- SI _____
- NO _____

13) ¿DE DÓNDE PROVIENE SU MERCANCÍA?

- PORTOVIEJO _____
- GUAYAQUIL _____
- OTROS: _____
- MANTA _____
- QUITO _____

14) ¿SE HA CAPACITADO A TRAVÉS DEL NEGOCIO?

- SI _____
- NO _____

15) ¿ESTARÍA DISPUESTO A CAPACITARSE?

- SI _____
- NO _____

16) ¿QUÉ TEMAS LE GUSTARÍA RECIBIR EN DICHAS CAPACITACIONES?

- RECURSOS HUMANOS _____
- CONTROL Y GESTION DE MERCANCIA _____
- CONTABILIDAD Y COSTO _____
- NINGUNO _____
- ATENCION AL CLIENTE _____
- VENTAS _____

17) ¿RECIBIÓ ALGÚN TIPO DE ORIENTACIÓN LABORAL DESDE EL COLEGIO O UNIVERSIDAD?

- SI _____
- NO _____

ANEXO 6

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

Entrevista a las autoridades respectivas que apoyen al fomento del empleo juvenil mediante planes y programas.

- 1) ¿Cuál es su nombre?
- 2) ¿En qué dirección, departamento u organización trabaja?
- 3) ¿Cuál es su cargo?
- 4) Actualmente, ¿está en marcha algún programa que fomente el empleo juvenil?
- 5) ¿De qué manera lo están desarrollando?
- 6) ¿Tienen la suficiente difusión estos programas para llegar a todos los posibles participantes?
- 7) ¿Tuvo o está teniendo resultado?

ANEXO 7











