



UNIVERSIDAD  
**SAN GREGORIO**  
DE PORTOVIEJO

**CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

Tesis de grado

Previo la obtención del título de

Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales

Tema

Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la  
ciudad de Portoviejo

Autores

Evelyn Gabriela Chong Navarrete

Manuel Andrés Garcés Zambrano

Director de tesis

Econ. Francisco Verduga Vélez

Portoviejo – Manabí –Ecuador

2015

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS

Econ. Francisco Verduga Vélez, certifica que la tesis de grado titulada **Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo**, es trabajo original de los egresados Evelyn Gabriela Chong Navarrete y Manuel Andrés Garcés Zambrano, la misma que ha sido desarrollada en su totalidad, bajo mi absoluta dirección y control.

---

Econ. Francisco Verduga Vélez

Director de Tesis

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR**

### **TEMA**

**Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo.**

Tesis de grado sometida a consideración del tribunal examinador, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniería en Finanzas y Relaciones Comerciales.

### **TRIBUNAL**

---

Eco. Julio César Silva Ruiz  
**COORDINADOR DE CARRERA**

---

Eco. Francisco Verduga Vélez  
**DIRECTOR DE TESIS**

---

Ing. Grace Rodríguez Loor  
**Miembro del tribunal examinador**

---

Eco. Alex Ramos Mendoza  
**Miembro del tribunal examinador**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las ideas, resultados y conclusiones del presente trabajo investigativo sobre **Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo**, pertenece exclusivamente a los autores, y al patrimonio intelectual de las tesis de la Universidad particular San Gregorio de Portoviejo.

---

Evelyn Gabriela Chong Navarrete

---

Manuel Andrés Garcés Zambrano

## DEDICATORIA

A mi niña Mati, por su ejemplo de fortaleza y sus sabios consejos. Por ser ese apoyo y guía incondicional, incluso desde el cielo. Por ser mi certeza que nunca estaré sola, mientras la tenga a ella, en mis recuerdos.

A mi mami, por abrazar mis miedos y soñar mis sueños. Por aquella tenacidad y constancia que la convierte en esa virtuosa mujer que un día quiero llegar a ser.

A mi Titi, por su respaldo constante con su cariño sincero y preocupación por mi bienestar en todo instante.

A ustedes, mis tres mujeres por formar y hacer parte de este recorrido siendo parte importante de mi historia, pues en todo momento su apoyo ha sido mi base para seguir. Pero sobre todo, a ustedes, por estar tan feliz por esta victoria, que realmente no puedo llamarla enteramente mía, sino nuestra.

Evelyn Gabriela

## DEDICATORIA

Dedico este logro a mi padre José Manuel Garcés, porque sin él no habría sido posible alcanzar esta meta, padre te mereces esto y mucho más.

A mi Mami Keka, porque sé cuán importante era esto para ambos, y aunque ya no estés presente sé que desde el cielo me sigues cuidando y estás tan feliz como yo por este objetivo alcanzado.

Manuel Andrés

## AGRADECIMIENTO

Gracias a mi Dios por todas las bendiciones en mi vida, porque sin él nada sería posible.

Gracias a mis tres mujeres por su abrazo sincero, y palabras sabias. Por ser mis fuerzas y creer en mí, incluso cuando ni yo mismo lo hacía. Gracias por enseñarme a levantarme después de mis caídas. Gracias por aceptar mis decisiones, por aplaudir de pie mis victorias y asegurar mi mano durante mis derrotas. Gracias porque un día se emocionaron con mis palabras y me incentivaron a mostrarlas para el mundo. Creo que por más que busque, no encontraré palabras suficientes para expresar todo lo que quiero decir en este momento, que sólo me queda un Gracias, y hasta esa palabra se hace pequeña comparadas a su infinito amor y apoyo.

Gracias a mi compañero Manuel Garcés, por su complicidad y compromiso para conseguir juntos este logro y por su amistad intachable que durará para siempre.

Gracias a mi tutor de tesis, Econ. Francisco Verduga, por su guía, apoyo y respaldo en este proceso, y su ejemplo de profesionalismo.

Evelyn Gabriela

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado sabiduría, fortaleza y haberme guiado durante todos estos años de estudio. A mi padre y a mi abuelita Mami Keka, pilares fundamentales en todo este proceso y quienes gracias a su sacrificio y apoyo incondicional me guiaron a culminar esta meta. A mi madre, gracias por tu amor y apoyo.

A mi compañera de tesis, Evelyn Chong y a mi tutor el Eco. Francisco Verduga, gracias por el apoyo y compromiso en la elaboración de este trabajo. A todos los maestros encontrados a lo largo del camino por entregar generosamente su conocimiento; y a la Universidad San Gregorio de Portoviejo, me siento orgulloso de haber pertenecido a esta Institución.

Manuel Andrés

## **RESUMEN EJECUTIVO**

### **LAS MICROFRANQUICIAS COMO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO**

Evelyn Gabriela Chong Navarrete

Manuel Andrés Garcés Zambrano

La evolutiva globalización ocasiona que el mercado sea cada vez más competitivo; por esto, es de vital importancia el incorporar nuevos modelos de negocios, que aporten a la creación de riqueza y fuentes de empleo sostenible. Basados en este indicio, hemos realizado la presente tesis, la cual versa en el estudio de las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo, ya que brindan un sinnúmero de ventajas y oportunidades, como el de poner en marcha un negocio preexistente, con un visible éxito en el mercado, contando con respaldo y guía, convirtiéndolas en una herramienta atractiva y segura, que incentiva al emprendimiento de negocios. Cabe destacar, que Portoviejo, es una ciudad mercantil, altamente competitiva, debido a su favorable ubicación geográfica, es por esto, que su crecimiento comercial es evidente; por lo que realizamos una encuesta a la población económicamente activa de la ciudad, la misma que nos permitió determinar, el poco conocimiento de las personas, sobre las microfranquicias. Fue dicho resultado, que nos incentivó a elaborar una propuesta, basada en una estrategia de fortalecimiento para la expansión de los pequeños negocios en microfranquicias.

Palabras clave: microfranquicias, negocios, sector productivo, población económicamente activa, desarrollo, economía, empleo sostenible, inversión, ingresos.

## ABSTRACT

### **Micro franchise as an alternative for the development of the economy in the city of Portoviejo**

Evelyn Gabriela Chong Navarrete

Manuel Andrés Garcés Zambrano

Evolutionary globalization causes that the market is become more competitive; therefore, it is vital to incorporate new business models, contributing to the creation of wealth and sources of sustainable employment. Based on this indication, we have carried out this thesis, which is in the study of micro franchise as an alternative for the development of the economy in the city of Portoviejo, since they provide a number of advantages and opportunities, with visible success in the market, with support and guidance, making it an attractive and safe tool that encourages the development of business.

It should be noted, Portoviejo, is a commercial city, highly competitive, because of its good geographical location, therefore, that its trade growth is evident, added to the quality of its inhabitants; people with enthusiasm and desire to succeed, who are betting more and more innovation in matters of business concerns, so we performed a survey of the economically active city, which allowed us to determine, knowledge about the people, about micro franchises. Result, which encouraged us to elaborate a proposal, based on a strategy of strengthening for the expansion of small businesses in micro franchises was this.

Keywords: microfranchises, business, productive sector, economically active population, development, economics, sustainable employment, investment, opportunity, growth, income .

## ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS .....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	vi
RESUMEN EJECUTIVO .....	viii
LAS MICROFRANQUICIAS COMO UNA ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO .....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE.....	x
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1 LAS MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO.....	2
1.1 Las Microfranquicias.....	2
1.1.1 Oportunidades que ofrecen las microfranquicias. ....	4
1.1.2 Alternativa al desempleo .....	5
1.1.3 Ventajas de las microfranquicias .....	6
1.1.4 Tendencias de las microfranquicias .....	7
1.2 Las microfranquicias en el mundo.....	9
1.3 Las microfranquicias en el Ecuador .....	11
1.4 Negocios posibles para microfranquicias .....	14
1.5 Resultados de la encuesta a la Población Económicamente Activa (PEA) de Portoviejo sobre el nivel de conocimiento que tienen de las microfranquicias.....	15
1.5.1 Análisis e interpretación de los resultados .....	15
1.6 Establecimiento del nivel de conocimiento de las personas sobre las microfranquicias como alternativa al desempleo.....	18
CAPITULO II.....	20
2 FUENTES DE EMPLEO SOSTENIBLE EN PORTOVIEJO .....	20
2.1 El Empleo.....	20
2.2 Fuentes de empleo sostenible .....	21
2.3 Ocupación y subocupación.....	22
2.4 Presentación y análisis de estadísticas del último censo sobre empleo y subempleo .....	25

2.5	Resultados de la encuesta a la Población Económicamente Activa (PEA) de Portoviejo sobre las fuentes de empleo sostenible en la ciudad.....	28
2.6	Determinación de las fuentes de empleo sostenible en la ciudad de Portoviejo y relación con el número de personas sub ocupadas y desocupadas.....	31
CAPÍTULO III.....		33
3	OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO.....	33
3.1	El sector productivo de Portoviejo .....	33
3.2	Oportunidades de inversión en el sector productivo .....	36
3.3	Crecimiento comercial de Portoviejo .....	39
3.4	Resultados de la encuesta al sector productivo de Portoviejo .....	41
3.4.1	Análisis e interpretación de los resultados .....	41
3.5	Determinación de las oportunidades de inversión en el sector productivo, que incentivan el crecimiento comercial de la ciudad .....	43
CAPÍTULO IV .....		45
4	EXPANSIÓN DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS Y GENERACIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS .....	45
4.1	Pequeños negocios en Portoviejo .....	45
4.1.1	Posibilidades de expansión de los pequeños negocios existentes .....	49
4.2	Generación de ingresos .....	51
4.3	Resultados de la encuesta al sector productivo de Portoviejo sobre la expansión de los pequeños negocios y la generación de ingresos .....	54
4.3.1	Análisis e interpretación de los resultados.....	54
4.3.2	Análisis de la expansión de los pequeños negocios y su relación con la generación de ingresos .....	56
CONCLUSIONES .....		59
CAPÍTULO V.....		61
5	PROPUESTA.....	61
5.1	Identificación de la propuesta.....	61
5.2	Introducción .....	61
5.3	Esquema gráfico de la estrategia .....	63
5.4	Descripción de la propuesta.....	64
BIBLIOGRAFÍA .....		71
ANEXOS		

## Índice de tablas

Tabla 1.....	15
Tabla 2.....	17
Tabla 3.....	26
Tabla 4.....	26
Tabla 5.....	26
Tabla 6.....	28
Tabla 7.....	29
Tabla 8.....	41
Tabla 9.....	42
Tabla 10.....	54
Tabla 11.....	55

## Índice de ilustraciones

Gráfico 1.....	16
Gráfico 2.....	17
Gráfico 3.....	28
Gráfico 4.....	30
Gráfico 5.....	41
Gráfico 6.....	42
Gráfico 7.....	54
Gráfico 8.....	55

## INTRODUCCIÓN

El presente documento de investigación realiza un análisis acerca del desarrollo de la economía de Portoviejo tomando como una alternativa a las microfranquicias.

El capítulo uno trata de las microfranquicias como alternativa al desempleo, partiendo desde la definición de una franquicia, y puesto que las microfranquicias nacen de las mismas, esto hace que tengan semejanzas pero a su vez diferencias que las demarcan. Determinamos así, sus oportunidades, ventajas y tendencias.

En el capítulo dos realizamos un análisis de las fuentes de empleo sostenible en Portoviejo, así como, la presentación de estadísticas de la última encuesta de empleo y subempleo del INEC.

El capítulo tres analiza las oportunidades de inversión en el sector productivo, así como el crecimiento comercial en la ciudad, lo que convierte a Portoviejo en un mercado altamente competitivo.

El capítulo cuatro analiza la expansión de los pequeños negocios y su generación de recursos económicos, así como sus estrategias comerciales para posicionarse en el mercado, y además mostramos resultados de la encuesta al sector productivo.

El capítulo cinco formula una propuesta alternativa de solución al problema que comprende una estrategia de fortalecimiento para la expansión de los pequeños negocios en microfranquicias, que coadyuvará a la solución del problema planteado.

## CAPÍTULO I

# 1 LAS MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO

### 1.1 Las Microfranquicias

Antes de definir lo que son las microfranquicias es preciso dar a conocer qué son las franquicias, ya que el sistema de microfranquicias nace de éstas, por lo cual tienen semejanzas, pero también diferencias bien demarcadas.

Una definición de franquicia es:

“Un modelo de negocio en el que una empresa o negocio denominado franquiciante, cede su conocimiento o *know how* a un tercero llamado franquiciado, el cual entre otras cosas debe entregar a cambio, una regalía o pago periódico por los respectivos derechos de uso” (Ortíz, J. & Márquez, W., 2011, p. 13).

Puede decirse entonces, que las franquicias son una alianza, acuerdo o compromiso entre dos partes, el franquiciador que es quien concede la franquicia y sus beneficios, como publicidad y capacitación; y el que la recibe, denominado franquiciado. Cuyo lapso de duración de dicha alianza, puede oscilar entre 5 y 30 años, el mismo que puede ser finalizado antes de ese plazo, si así lo consideran necesario.

Dadas las anteriores definiciones de franquicia, se pueden presentar algunas conceptualizaciones de lo que son las microfranquicias, para posteriormente, describir sus particularidades como ventajas, beneficios, tendencias y otras

afines.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID), cita un concepto de microfranquicias que establece que son pequeños negocios que contribuyen a mejorar las condiciones de vida y bienestar social; cuya inversión inicial no supera en 3 veces el PIB del país, que posee estándares de la marca, capacitación, regalías al franquiciante, sistematización de procesos, entre otros (BID, 2009).

La microfranquicia permite la oportunidad a personas de escasos recursos de obtener su propio negocio, basados en la reproducción de uno más grande y exitoso, el cual le brindará su apoyo y asesoría constante; aportando entonces, un gran impacto social.

Los microcréditos son un respaldo primordial a las microfranquicias, pues facilitan el capital necesario para que los pequeños negocios puedan financiar e iniciar sus operaciones; los cuales tienen únicamente una relación financiera, diferenciándose de esta manera a las microfranquicias, ya que además de una relación financiera, estas últimas, involucran también el seguimiento del microfranquiciador durante todo el proceso y tiempo de vida de la franquicia.

Se encontró que una microfranquicia es un modelo basado en los estándares de las franquicias, cuyo valor de ingreso no debe ser mayor a tres veces el PIB per cápita del país, y en el que organismos privados y públicos encaminan sus esfuerzos para que aquellos que se encuentran en la base de la pirámide socio económica de un país, se vean beneficiados mediante la creación de sus propios

negocios económicamente sustentables, elevando su calidad de vida y aportando al desarrollo de los pueblos (Ortiz, J. & Márquez, W. 2011, p. 43).

Revisando en el texto de Saraguro, P.(2014):

El Ecuador se ha transformado en un país visionario y de progreso, cada día más competitivo, por lo que en la actualidad, las empresas ecuatorianas exitosas están incursionando en nuevos mecanismos de exportación de las mismas, como son las franquicias de baja inversión o microfranquicias, las cuales aportan y han logrado posicionar a las empresas, en un significativo ámbito comercial. (Saraguro, P., (2014) pág. 26)

### **1.1.1 Oportunidades que ofrecen las microfranquicias.**

Las microfranquicias son un mecanismo de negocios, que permite la creación de empleo, lo que incentiva al emprendimiento, al dar a las personas la oportunidad de convertirse en microempresarios, permitiendo además, que los empresarios acrecienten su sentido social.

Dicha creación de empleo sostenible es una gran alternativa de prosperidad, que favorece a los países en desarrollo con altas tasas de desempleo.

La formación empresarial es otra oportunidad que ofrecen las microfranquicias, gracias a la instrucción constante, la misma que es fundamental, pues asegura el éxito, ya que facilita el aprendizaje de conocimientos para la administración tanto del negocio, como los recursos de capital, así como también los respectivos

procesos operativos.

Las microfranquicias a pesar de su pequeño tamaño, son capaces de tener un efecto multiplicador, atrayendo a grandes empresas de consumo masivo, las cuales podrán beneficiarse con la oportunidad de distribuir sus productos a este tipo de negocios, logrando acaparar más mercado, acortando distancias con el consumidor, lo que redundará en una nueva fuente de ingreso.

Por otro lado, la comunidad se beneficia con precios más bajos, gracias a la disminución de intermediarios, ya que permite, un fácil acceso de proveer los productos o servicios a los consumidores, a un precio asequible, pudiendo llegar incluso a zonas remotas, donde existe frecuentemente una escasez de bienes y servicios.

### **1.1.2 Alternativa al desempleo**

El mercado altamente competitivo en el que nos rodeamos, y su constante evolución, ocasionan que cada día más personas resuelvan emprender en un negocio, convirtiéndose en microempresarios, como una alternativa al desempleo y subempleo.

Sin embargo, la falta de dinero para consumir, ocasiona una caída de la demanda, lo que provoca que los nuevos emprendedores y microempresarios vean un difícil escenario para sobrevivir.

Las microfranquicias son una propuesta de expansión, dirigida a las microempresas con una madurez y tiempo en el mercado, que desean un mayor crecimiento tanto a nivel nacional como a nivel internacional, con un menor riesgo, lo que ocasionará una mejora en su productividad, comercialización, prestación de servicios, calidad y más plazas de empleo sostenible, colaborando así al incremento del PIB, y el buen vivir de la comunidad.

### **1.1.3 Ventajas de las microfranquicias**

Algunas de las ventajas de las microfranquicias se resumen en que son una estrategia de expansión, un costo menor y más ágil, es una réplica de un negocio exitoso en cualquier área; una inversión inicial baja; no existe el pago de regalías; el retorno sobre la inversión es bajo y rápido; la finalidad del negocio es social y de lucro; el financiamiento se lo hace a través de microcréditos o de inversión propia; no se necesita hacerle publicidad al negocio; y existe una relación contractual entre el microfranquiciante y el microfranquiciado, es decir, entre quien otorga la microfranquicia y entre quien la recibe, respectivamente. (Lozano, M. & Piedra, L. (2010).

Otras ventajas que ofrecen las microfranquicias tales como: la fácil reproducción de un modelo de negocio con un pre éxito establecido en el mercado. La garantía que éstas ofrecen en relación a la comercialización de productos y servicios de calidad.

Son aplicables en todo tipo de territorio, sin limitación de una región en específico; además que al ser la réplica de negocios con un mercado y demanda ya establecida, evita el posible rechazo al momento de su implementación.

Provee una transmisión de conocimientos e intercambio de ideas, referente a los métodos y técnicas de comercialización y administración, con lo que se establece una mejora y retroalimentación constante, gracias a relación continua entre el microfranquiciado y microfranquiciador.

Permite una negociación de las partes, en aspectos como pagos de licencia, derechos, deberes, renovación o anulación del contrato de franquicia, siempre que los involucrados lo crean necesario.

#### **1.1.4 Tendencias de las microfranquicias**

Desde que surgieron las microfranquicias en el mundo, han venido presentando cambios y tendencias que han incidido en un mejoramiento de su organización funcional y comercial.

Algunas de estas tendencias implican un formato completo del negocio, donde es el microfranquiciador quien proporciona casi la totalidad de materiales para comenzar el negocio, es decir, capacitación, manual de operaciones, contacto con proveedores, control de calidad, publicidad, entre otros.

Otra de las tendencias está en las microfranquicias por conversión, las cuales

involucran la decisión de transformar en una microfranquicia a una microempresa que ya existe y está operando desde hace cierto tiempo en el mercado.

En la tendencia del negocio en caja o negocio prediseñado hay mucha similitud con el negocio el formato completo, donde es en las fases iniciales del proyecto en que se brinda toda la asistencia técnica necesaria.

En la tendencia de distribución local, se incluyen a los distribuidores de productos creados por el microfranquiciador. (Lozano, M. & Piedra, L. (2010).

El efecto que tienen las microfranquicias es multiplicador al ser un modelo de negocio que se conforma por empresas de lucro, entidades de microfinanzas, gobiernos locales y lo microfranquiciados; donde cada uno aporta lo suyo, esto tiene también las respectivas retribuciones. Para las empresas de lucro ven la oportunidad para expandirse, aumentando la venta y distribución de sus productos y lograr un crecimiento con responsabilidad social; para las entidades microfinancieras sus carteras de inversión crecería dando réditos en los ingresos por intereses producto de la colocación de estos capitales y el tener la capacidad de volverá invertir en más préstamos; los gobiernos locales pueden paliar una necesidad imperiosa de fuentes de trabajo mejorando la calidad de ingresos de su comunidad elevando el estándar de vida de los ciudadanos; y el microfranquiciado logra tener una fuente de trabajo fija donde el *know how* se lo enseña la empresa y el apoyo financiero de las IMFs para empezar (Ortíz, J. & Márquez, W. 2011).

## 1.2 Las microfranquicias en el mundo

Se encontraron algunas descripciones de microfranquicias que operan en el mundo. Una de ellas es Fun Leche Ltda., que es una microfranquicia dedicada a la distribución de productos lácteos en bicicleta cuyo modelo es la comercialización y generar fuentes de empleo. Tiene por accionistas a los microfranquiciantes, inversión de arranque de 22 dólares, dos veces en el año reciben capacitación y los obligan a ahorrar el 10% de la venta del mes (Ortiz, J. y Márquez, W., 2011).

Teléfono de Aldea, es una microfranquicia que provee de servicios telefónicos en las áreas rurales a precios accesibles, su modelo es la comercialización y el brindar servicio de comunicación. Tiene alianza con un operador del servicio telefónico lo que le hace proporcionar a los clientes tarifas competitivas a precios preferenciales, además de alianzas estratégicas con instituciones microfinancieras. Tienen vasta experiencia en la coordinación de logística e infraestructura; proveen los insumos para la comunicación y capacitan al microfranquiciante cuando otorgan la microfranquicia. Una particularidad es que conceden sus franquicias mayoritariamente a las mujeres, garantizando el ingreso por su conocimiento del mercado (S. A., 2013).

Los Puestos CFW (ChildandFamilyWellnessShops) son una red de pequeñas tiendas que venden medicinas para niños y consultas médicas básicas y proveen servicios de salud y medicación sobre todo en las zonas rurales en alianza estratégica con una Fundación que es líder en el movimiento y desarrollo de políticas y prácticas regionales respecto del uso de medicamentos y de los

servicios farmacéuticos. Esta Fundación otorga los microcréditos a los interesados, pues tiene alianzas estratégicas con laboratorios farmacéuticos multinacionales y con proveedores de tecnologías en la solución de problemas básicos de salud pública (S. A., 2013).

APPRO TEC – KicksTAR es una empresa de desarrollo y comercialización de nuevas tecnologías agrícolas y de la construcción, de costos bajos, como un sistema de fabricación de ladrillos, una bomba para riego activada por los pies, y una prensa para semillas varias para la obtención de aceite comestible. El modelo se basa en la distribución de tecnologías innovadoras que solucionan problemas de la producción.

Esta microfranquicia se caracteriza por el desarrollo de una tecnología duradera, fácil de utilizar y de poner en práctica una idea nueva de negocio; una inversión inicial inferior a los 1.000 dólares por tecnología o maquinaria que se comercializaría en el mercado; establece una cadena de suministro con rentabilidad económica; sus tecnologías funcionan manualmente; realizan la tecnificación de pequeñas unidades de producción agrícolas (UPA's) o agricultores para que mejoren sus ganancias durante las temporadas de producción baja cuando el precio del producto decrece. Contribuyen al desarrollo del mercado demandante de estas tecnologías, sin otorgar subsidios ni subvenciones a los microfranquiciatarios (S. A., 2013).

### 1.3 Las microfranquicias en el Ecuador

En el Ecuador, así como en tantos países del planeta, las microfranquicias han venido operando desde hace algunos años atrás.

El proceso para transformarse en franquiciador, demanda que la empresa acoja sistemas estandarizados y manuales operativos, para garantizar el éxito en el funcionamiento de sus locales. Un franquiciador, ya no solo se enfoca en el consumidor final, sino en la búsqueda de nuevos clientes (franquiciados), orientando sus objetivos a éstos, a atender sus necesidades y procurar su éxito. En el Ecuador existen franquicias exitosas que han replicado y exportado sus experiencias a otros países, sin importar el campo al que pertenezcan. Es así como observamos renombradas franquicias como Farmacias Cruz Azul, Disensa, Frutanga, Docucentro, Escoffe, entre otros. Cabe mencionar, que en el Ecuador, la primera microfranquicia fue Juan Chichero, lo que despertó el interés de empresarios ecuatorianos, de apostar por sus ideas y de hacer franquiciables sus microempresas, por lo que surgieron Yogurtito, Rikoko, Koktelitos, como pioneros de este nuevo mecanismo. (Maldonado, C., 2009, pp. 7.8).

Cabe destacar que desde la aparición de las primeras franquicias ecuatorianas, es inevitable la evolución de este mecanismo, ya que en la actualidad, es gratificante observar cada día más en el mercado, franquicias ecuatorianas, entre los que tenemos: Los Cebiches de la Rumiñahui, Churrín- Churrón, Green Frost, Hups, Pañaleras Pototín.

El caso Pototín, comprende la venta de pañales para bebés y niños. Tiene un derecho de franquicia único que le permite operar la tienda por un periodo de 10 años (puede ser renovado posteriormente). No existen regalías mensuales ni anuales. Tiene un valor de inversión inicial entre 1.500 a 2.000 que se cancelan al momento de la firma del contrato, siete días después de que el interesado envíe la solicitud.

Pototín provee un inventario inicial con la mercadería necesaria para empezar a trabajar, con variedad y calidad, calculada entre 5.200 y 6.100 dólares. Estos valores deben entregarse al momento de recibir la mercadería, esto es 125 días después de haber entregado la solicitud. Además dentro de los 90 días de haber entregado la solicitud el interesado podrá recibir por un valor de 1500 a 3000 dólares la adecuación del local con la provisión de mobiliario, vitrinas, perchas, computador, impresora de tickets (Ortíz y Márquez, 2011, pp. 99, 100).

Correos del Ecuador es una empresa estatal de servicios de correspondencia, mensajería y paquetería, cuyo modelo de microfranquicia está enmarcado en la distribución. Primeramente el aspirante a microfranquiciante debe poseer un local para el funcionamiento del negocio. El costo de la inversión inicial es de \$500 que pueden ser financiados con un microcrédito a través del Banco Nacional de Fomento.

Yogurt Persa es una empresa de comida rápida, cuya marca Yogurtito pretende una ampliación de sus servicios de venta de comida rápida sacando la línea YOGURTITO, que es un negocio artesanal de venta de pan de yuca y yogurt, con

una inversión inicial de 6,000 - 8,000 dólares, poseen su propia marca diferente de Yogurt Persa, manteniendo el concepto de venta de comida rápida igual que Yogurt Persa. Posee unos costos bajos. Proveen de uniformes a los empleados. Sus locales se caracterizan por su diseño para los sectores populares. Proveen de capacitación al microfranquiciante y al personal y de la asistencia técnica correspondiente, antes de la apertura de la microfranquicia, así como en la forma de escoger el local del negocio más apropiado. Además la empresa provee los productos listos para ser cocinados y comercializados al cliente final.

Puede notarse en la exposición de las experiencias de microfranquicias en el Ecuador, basándose en la teoría expuesta acerca de las formas de operación de éstas, que el factor o ventaja de la inversión baja no se aplica a los casos de pañaleras Pototín y bebidas lácteas Yogurtito, puesto que la inversión inicial en estas microfranquicias es bastante alta, y sobre todo por cuanto el valor de la inversión es un condicionante para la determinación del término franquicia o microfranquicia, ya que siendo así estos casos no corresponderían a microfranquicias sino a franquicias.

Así mismo, la empresa pública de Correos del Ecuador, se indica que el valor inicial de inversión está enmarcado como bajo, y aquí no existe intervención de la empresa privada, pues es la empresa estatal o pública la que apoya esta iniciativa microfranquiciadora.

## **1.4 Negocios posibles para microfranquicias**

Se puede referenciar que dentro del Ecuador, existen varios negocios posibles de convertirse en microfranquicias, de tal manera que se puede incursionar en el ámbito de la construcción y reformas, las energías renovables, la restauración de obras; en el ámbito de los alimentos y comidas se tienen los negocios de cafetería y heladería, cervecerías y tapeo, comida rápida, panadería y pastelería; en el ámbito de la informática e internet; en el área del comercio; en el sector del turismo mediante la hotelería y hosterías; en el ámbito infantil y todo lo que se deriva de éste, como ropa, zapatos, accesorios, muebles; en el área de la decoración y mobiliario de casas y otras edificaciones; en el ámbito de la fotografía y paisajística; en el cuidado de las mascotas; las telecomunicaciones; la producción de vinos.

De la misma manera se pueden establecer microfranquicias de todo lo que involucra el amplio mundo del cuidado corporal, salud y belleza, tales como: calzado y complementos, joyerías y relojerías, mercerías y ropa íntima, moda deportiva y sport, moda masculina, moda femenina, moda infantil, moda juvenil, moda nupcial, moda unisex. Además se pueden establecer microfranquicias de centros asistenciales y de cuidado del adulto mayor o centros gerontológicos, guarderías infantiles. Los centros de bienestar y Spa's para toda la familia; la dietética y parafarmacias; la estética y el cuidado personal; los gimnasios y centros de bronceado; las peluquerías; la belleza y salud; las clínicas dentales; las ópticas.

Las microfranquicias de servicios como papelerías y material de oficina, productos especializados, tiendas eróticas, tiendas especializadas, tiendas de regalos para

fiestas, juguetes, varios; servicios de administración de fincas, agencias de viajes, arreglos textiles, asesorías y consultorías en general, también juegan un papel muy importante para generar rentabilidad y fuentes de trabajo. (Maldonado, C. (2009).

De la misma manera, se puede citar que:

“Las oportunidades de negocio más importantes en Ecuador se sitúan en servicios de limpieza, capacitación para la educación, enseñanza de idiomas, servicios de reparación para el automóvil y servicios en general, como seguridad privada y sistemas de seguridad, servicios de correo y servicios comerciales. Los canales de distribución más usados en Ecuador por la mayoría de las franquicias son negocios de acceso directo por el público que se pueden encontrar en los malls y las zonas comerciales de las principales ciudades” (Maldonado, C., 2009, pp. 6, 7).

## 1.5 Resultados de la encuesta a la Población Económicamente Activa (PEA) de Portoviejo sobre el nivel de conocimiento que tienen de las microfranquicias

### 1.5.1 Análisis e interpretación de los resultados

**Tabla 1**

*Resultado de la encuesta sobre Nivel de conocimiento de la PEA de Portoviejo acerca de las microfranquicias.*

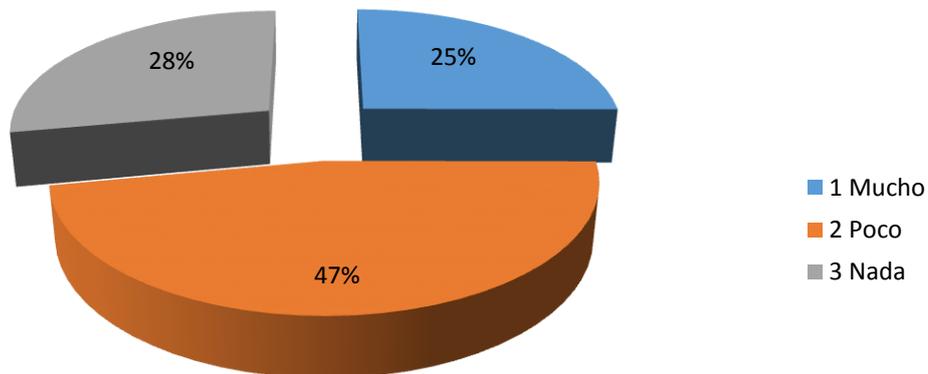
<b>Orden</b>	<b>Alternativas</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1	Mucho	96	25
2	Poco	180	47
3	Nada	107	28
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo

**Elaboración:** Chong, G. y Garcés, M.

**Gráfico 1**

*Resultado de la encuesta sobre Nivel de conocimiento de la Población Económicamente Activa (PEA) de Portoviejo acerca de las microfranquicias.*

**Análisis e interpretación**

Al consultarle a la muestra de la población económicamente activa de Portoviejo, ¿Qué tanto conoce usted sobre las microfranquicias?, el 47% (180 personas) indicó conocer muy poco sobre las microfranquicias, un 25% (96 personas) manifestó conocer mucho sobre las microfranquicias, y otro 28% (107 personas) respondió que no conoce nada al respecto. Estos resultados demuestran que en general existe poco conocimiento sobre las microfranquicias de parte de los habitantes del cantón Portoviejo.

**Tabla 2**

*Resultado de la encuesta sobre las microfranquicias como alternativa al desempleo en la ciudad de Portoviejo.*

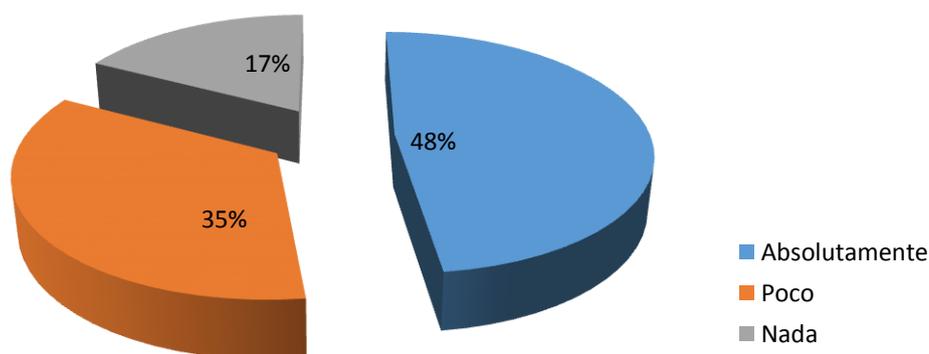
Orden	Alternativas	f	%
1	Absolutamente	184	48
2	Poco	134	35
3	Nada	65	17
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo

**Elaboración:** Chong, G. y Garcés, M.

**Gráfico 2**

*Resultado de la encuesta sobre las microfranquicias como alternativa al desempleo en la ciudad de Portoviejo.*



### **Análisis e interpretación**

Al consultarle a la muestra de la población económicamente activa (PEA) de Portoviejo, ¿Considera usted que las microfranquicias son una alternativa al desempleo en la ciudad de Portoviejo?, el 48% (184 personas) indicó que absolutamente las microfranquicias son una alternativa al desempleo, el 35% (134 personas) manifestó que muy poco; y el 17% (65 personas) respondió que para nada las microfranquicias son una alternativa al desempleo. Los resultados obtenidos

reflejan que los habitantes de Portoviejo consideran que aplicar el modelo de microfranquicias puede significar una alternativa atractiva para combatir el desempleo.

## **1.6 Establecimiento del nivel de conocimiento de las personas sobre las microfranquicias como alternativa al desempleo**

En base a los resultados expuestos, sobre el nivel de conocimiento de las personas sobre las microfranquicias como una alternativa al desempleo, se puede establecer que el nivel de conocimiento es muy bajo, apenas el 25% de la Población económicamente activa (PEA) de Portoviejo conoce lo que son las microfranquicias, sus ventajas y oportunidades en el medio.

Empero, aunque el 72% de la PEA encuestada, tenga un conocimiento mínimo de lo que son las microfranquicias, el 48% de ellos considera que las microfranquicias como tales constituyen un alternativa al desempleo en la ciudad de Portoviejo.

Dadas las estadísticas puede concluirse que es comprensible de cierta manera, el que las personas, sin importar la actividad económica - productiva que realicen, conozcan muy poco del significado de un término como las microfranquicias, el cual no se limita a una simple definición, sino que, es una acción inmersa en cualquiera de los sectores productivos que existen en la comunidad portovejense, manabita y ecuatoriana, pues son el símbolo de que cualquier actividad o negocio de producción, comercialización exitoso, que se ejecuta bajo la metodología de su mentor, que es la persona que lo ha ideado, engrandecido y multiplicado, puede beneficiar a muchos

más involucrados, generando nuevas fuentes de trabajo y nuevas oportunidades de crear riqueza económica y social.

## CAPITULO II

### 2 FUENTES DE EMPLEO SOSTENIBLE EN PORTOVIEJO

#### 2.1 El Empleo

El empleo es la ejecución de actividades a cambio de una remuneración. En la actualidad, las personas ofertan sus habilidades en el mercado laboral, las cuales son receptadas por las empresas que requieren de estas habilidades especiales para producir sus bienes y/o servicios. A lo largo de la historia el empleo se ha caracterizado por poseer varias características o modalidades como el feudalismo y esclavismo. El empleo ha tomado un rol indispensable dentro de la sociedad, es por eso que los estados constantemente realizan esfuerzos, proponiendo leyes y normas que lo regulen y así poder garantizar el bienestar general de la población (Porter, M., 2011).

De manera contraria el desempleo es la inactividad laboral involuntaria de una persona, la misma que teniendo la edad, capacidad y voluntad de trabajar no puede conseguir empleo y se ve obligado a una situación de paro forzoso. (Porter, M., 2011).

Concordante con las definiciones expuestas, de acuerdo al INEC (2014) el desempleo en la ciudad de Portoviejo a junio del 2014, presenta una tasa del 5,04%, comparada con una tasa de desempleo del 3,39% a diciembre de 2013; una tasa del 3,35% a diciembre del 2012, y una tasa del 2,33% a diciembre del 2011.

## 2.2 Fuentes de empleo sostenible

De acuerdo al Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE) y la Fundación Biodiversidad (2010), se puede determinar que el empleo sostenible o de actividades relacionadas con el medio ambiente, ha generado que un 2,62 % de la población ocupada se dedique al denominado “empleo verde”, lo que involucra alrededor de 530.947 nuevas fuentes de empleo o puestos de trabajo.

De este total de empleos verdes, los inherentes a las energías renovables representan el 20,6 % que significan 109.368 puestos de trabajo, predominando el sector de gestión y tratamiento de residuos, que comprende 140.343 puestos de trabajo. Cifras que hablan por sí mismas, destacando el hecho de que las fuentes de empleo sostenible están consolidándose actualmente y se multiplicarán en un futuro cercano.

La OIT (2013), afirma que se debe poner especial atención en los denominados empleos verdes, pues éstos pueden nacer causando impacto negativo al medio ambiente, debido a que no son un trabajo decente y se realizan prácticas indebidas. Es el caso del trabajo de reciclado de basura, cuyo proceso implica un riesgo para la salud de las personas e inclusive daños al ambiente, aunque su propósito sea el coadyuvar a disminuir la afectación de la basura en los ecosistemas, mediante la recuperación de materias primas. El empleo verde no debiera implicar estos riesgos, y debiera generar mejores ingresos económicos, en comparación con el reciclaje de la basura.

### 2.3 Ocupación y subocupación

Revisando en la página web de [ecuadorencifras.gob.ec](http://ecuadorencifras.gob.ec) (2014), se puede observar datos arrojados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en los que se determinan que la tasa de empleo o de ocupación plena en la ciudad de Portoviejo, a junio de 2014 se ubicó en el 24,57%; en una tasa del 25,24% a diciembre de 2013, en una tasa del 23,28% a diciembre de 2012, en una tasa del 22% a diciembre del 2011 y en una tasa del 21,7% a diciembre del 2010.

Analizando tales estadísticas se puede afirmar que la tasa de ocupación plena o de empleo en la ciudad de Portoviejo, se ha incrementado en los últimos cinco años, con un ligera variante del 0,67% en el año 2014 con respecto al año anterior 2013.

En cuanto a la tasa de subempleo en Portoviejo se tiene que, a diciembre de 2010 se ubicó en el 2,76%; a diciembre del 2011 alcanzó el 2,43%; a diciembre de 2012 se ubicó en el 2,31%, a diciembre de 2013 representó el 2,66% y a junio de 2014 representó el 2,30%.

Analizando los datos se tiene que, esta tasa tiene una tendencia a la baja, de manera general, excepto por un incremento en el año 2013 con respecto al año anterior 2012.

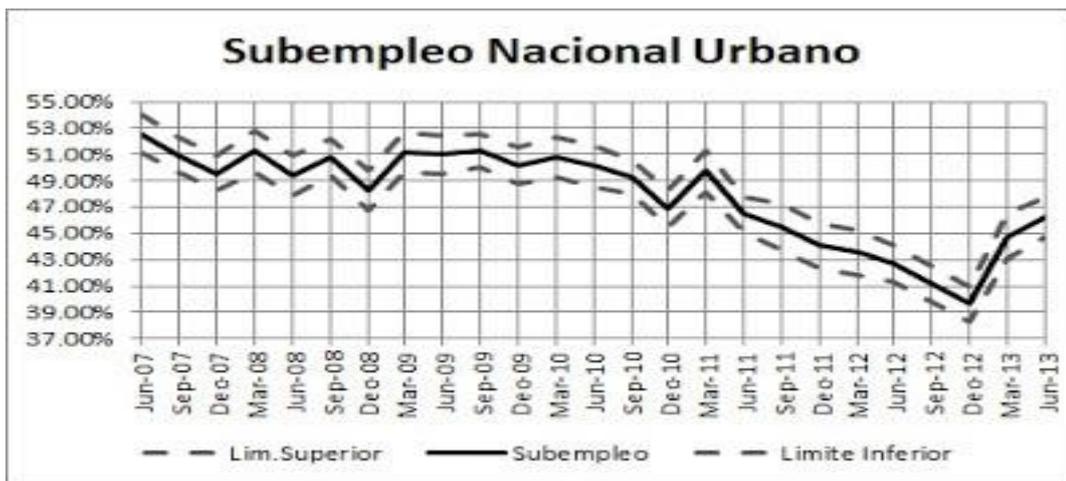
Según datos reportados por el INEC, se puede analizar que la tasa de desempleo ha ido fluctuando de manera continua desde el 2007 al 2011, sin embargo a partir de Junio del 2012, no ha presentado variaciones significativas, manteniéndose estable. Ubicándose en la actualidad, la tasa de desempleo en 4.89%. (González, M., 2013).

Dicho análisis, puede observarse en la gráfica a continuación:



Fuente:(economiaenjeep.blogspot.com, 2013)

La figura a continuación, presenta la evolución de la tasa de subempleo, la cual presenta una tendencia a la baja con un 42.68% en Junio del 2012, datos que fueron revertidos con su significativo incremento en el 2013, en ese mismo periodo, con el 46.25%.



Fuente:(economiaenjeep.blogspot.com, 2013)

La gráfica a continuación muestra la reducción, que se puede comparar, en los meses de junio del 2012 a junio del 2013, de la tasa de ocupados plenos, cuya fluctuación en los periodos anteriormente mencionados fueron del 50.11% al 46.92%.



Fuente:([economiaenjeep.blogspot.com](http://economiaenjeep.blogspot.com), 2013)

Se puede deducir que, debido a la estabilidad que presenta la tasa de desempleo, aquéllos, podría inferirse que aquéllos que se retiraron del sector de ocupados plenos, ahora forman parte del segmento de subempleados. (González, M., 2013).

El término subempleo se utiliza para referirse al empleo inadecuado en relación con la ocupación plena o la profesión específica de la persona, de ahí se puede diferenciar varios tipos de subempleo de los cuales se diferencian tres: Trabajar menos de la duración de una jornada normal de trabajo, estar en esta situación con carácter involuntario, buscar un trabajo adicional o estar disponibles para trabajar más horas. (Porter, M., 2011).

## **2.4 Presentación y análisis de estadísticas del último censo sobre empleo y subempleo**

Analizando en El Comercio (2014), acerca de la encuesta nacional de empleo y desempleo de marzo de 2014, se puede citar que:

“Según la Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo de marzo 2014, el desempleo a nivel nacional se ubicó en 4,85%, el subempleo en 54,01% y la ocupación plena en 40,89%. Mientras en el área rural, el desempleo llegó a 3,35%, 74,4% de subempleo y 22,23% de ocupación plena. Dado que son los primeros datos producidos de este tipo en marzo, estas cifras carecen de una línea comparable con marzo del 2013, señaló el INEC en un comunicado. A nivel urbano, el desempleo se ubicó en 5,58% en marzo de 2014 frente a 4,61% del mismo mes del año anterior, una variación de 0,96 puntos estadísticamente significativa. El subempleo urbano alcanzó el 44,25% y la ocupación plena urbana 49,81%, mientras en marzo del 2013 las tasas de subempleo y ocupación plena llegaron a 44,78% y 48,66% respectivamente, cifras que no muestran cambios estadísticamente significativos. Dentro de la cifras de pobreza, la pobreza por ingresos urbana llegó a 16,75% frente a 17,74% de marzo del 2013, lo que no representa una variación estadísticamente significativa. Por su parte, la pobreza extrema alcanzó el 3,87% en comparación a 4,39% del año anterior. En marzo de 2014, la línea de pobreza se ubicó en 2,63 dólares diarios per cápita y la línea de extrema pobreza se ubicó en 1,48 dólares. Los individuos cuyo ingreso per cápita es menor a la línea de pobreza/pobreza extrema son considerados pobres/pobres extremos” (párr. 1).

De acuerdo a datos obtenidos en el INEC (2014), de la Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo, se muestran las siguientes tablas:

**Tabla 3***Tasa de desempleo en la ciudad de Portoviejo*

<b>Año</b>	<b>Tasa %</b>
2011	2,33
2012	3,35
2013	3,39
2014	5,04

**Fuente:** INEC (2014)**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.**Tabla 4***Tasa de empleo en la ciudad de Portoviejo*

<b>Año</b>	<b>Tasa %</b>
2010	21,7
2011	22,0
2012	23,28
2013	25,24
2014	24,57

**Fuente:** INEC (2014)**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.**Tabla 5***Tasa de subempleo en la ciudad de Portoviejo*

<b>Año</b>	<b>Tasa %</b>
2010	2,76
2011	2,43
2012	2,31
2013	2,66
2014	2,30

**Fuente:** INEC (2014)**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.

Según la página web del Sistema Nacional de Información (2014), dentro de la población ocupada por rama de actividad, el 23,22% está concentrada en el comercio al por mayor y menor; el 17,6% se dedica a la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; el 8,7% imparte enseñanza; el 8,6% pertenece al sector de la construcción; el 6,7% trabaja en las industrias manufactureras; el 6,3% se dedica a la administración

pública y defensa; el 5,7% realiza transporte y almacenamiento; el 4,5% se dedica actividades de los hogares como empleadores; el 4% labora en actividades de alojamiento y servicio de comidas; el 3,9% desarrolla actividades de la atención de la salud humana; y el 10,9% realiza otras actividades.

**Imagen No. 1**

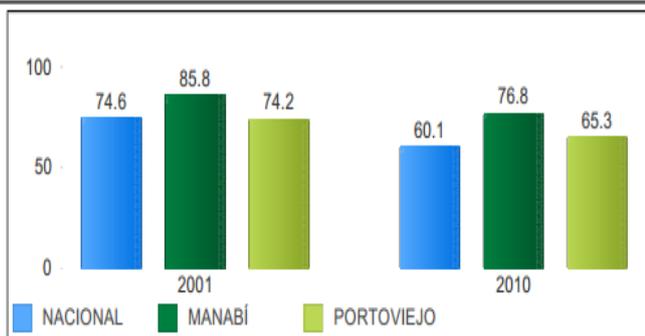


**Fuente:** INEC (2014) Censo de población y vivienda

**Imagen No. 2**

• La pobreza en el cantón PORTOVIEJO por NBI es de 17.4% con respecto a la provincia de MANABÍ

**PORTOVIEJO: Porcentaje de Personas Pobres por NBI Intercensal 2001 - 2010**



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

**Fuente:** INEC (2014) Censo de población y vivienda

## 2.5 Resultados de la encuesta a la Población Económicamente Activa (PEA) de Portoviejo sobre las fuentes de empleo sostenible en la ciudad

Tabla 6

*Resultado de la encuesta a la Población Económicamente Activa de Portoviejo sobre si ¿Usted es una persona con una ocupación fija o subocupación?*

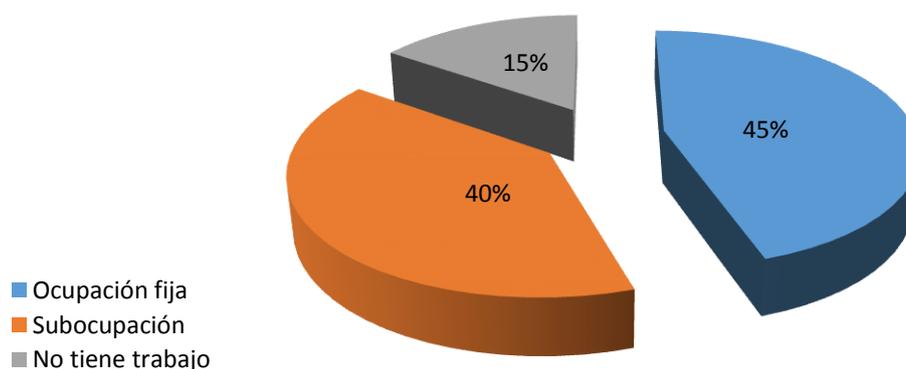
Orden	Alternativas	f	%
1	Ocupaciónfija	172	45
2	Subocupación	153	40
3	No tienetrabajo	58	15
<b>Total</b>		<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo (2014)

**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.

Gráfico 3

*Resultado de la encuesta a la Población Económicamente Activa (PEA) de Portoviejo sobre si ¿Usted es una persona con una ocupación fija o subocupación?*



### Análisis e interpretación

Al consultar a la población económicamente activa de Portoviejo sobre si ¿Usted es una persona con una ocupación fija o subocupación?, el 45% (172 personas) indicó que tiene una ocupación fija, el 40% (153 personas) posee subocupación y el 15% (58 personas) no tiene empleo. Estos resultados demuestran que la mayor parte de los encuestados posee ocupación fija o subocupación, sin embargo el porcentaje de desempleo que arrojó la encuesta sigue siendo muy alto.

Tabla 7

*Resultado de la encuesta: Según su apreciación ¿Cuáles son las fuentes de empleo más comunes en la ciudad?*

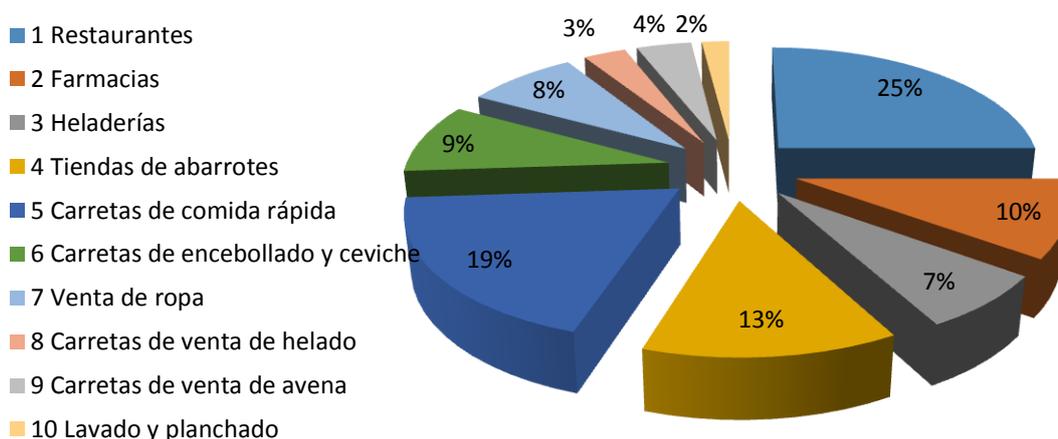
<b>Orden</b>	<b>Alternativas</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
1	Restaurantes	163	25
2	Farmacias	65	10
3	Heladerías	46	7
4	Tiendas de abarrotes	84	13
5	Carretas de comida rápida	124	19
6	Carretas de encebollado y ceviche	59	9
7	Venta de ropa	52	8
8	Carretas de venta de helado	20	3
9	Carretas de venta de avena	26	4
10	Lavado y planchado	13	2
<b>Total</b>		<b>652</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo (2014)

**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.

#### Gráfico 4

Resultado de la encuesta: Según su apreciación ¿Cuáles son las fuentes de empleo más comunes en la ciudad?



#### Análisis e interpretación

Al consultar a la población económicamente activa de Portoviejo, ¿Según su apreciación, cuáles son las fuentes de empleo más comunes en la ciudad?, cabe recalcar que los encuestados contestaron varias opciones detalladas en la pregunta, en tal razón, no se ha tabulado sobre la base de los 383 miembros de la muestra, sino del número de respuestas.

Dentro de los resultados se tuvo que el 25% (163 personas) opinaron que las fuentes de empleo más comunes en Portoviejo son los restaurantes; seguido de un 19% (124 personas) que cree que son las carretas de comida rápida; el 13% (84 personas) indicó que son las tiendas de abarrotes; el 10% (65 personas) manifiesta que son las farmacias; el 9% (59 personas) cree que son las carretas de venta de encebollado y ceviche; el 8% (52 personas) contestó que es la venta de ropa; el 7% (46 personas) dijo que son las heladerías; un 3% (20 personas) manifestó que son las carretas de

venta de helado; otro 4% (26 personas) opina que son las carretas de venta de avena; y un 2% (13 personas) cree que está en el lavado y planchado a domicilio.

## **2.6 Determinación de las fuentes de empleo sostenible en la ciudad de Portoviejo y relación con el número de personas sub ocupadas y desocupadas**

De acuerdo a los resultados presentados, los restaurantes constituyen la mayor fuente de empleo sostenible en la ciudad de Portoviejo, seguido de la venta de comida rápida en carretas, las tiendas de abarrotes y las farmacias.

Estos resultados están directamente relacionados con la ocupación de la muestra poblacional estudiada, de tal manera que, el 45% de la población tiene una ocupación fija y el 40% está sub ocupado, lo cual significa que es un mínimo porcentaje de la muestra, la que no cuenta con una fuente de empleo.

Lo expuesto, puede interpretarse además, que dentro de este 85% de la muestra estudiada, están implícitos aquellos que generan su propia fuente de trabajo, como propietarios, y aquellos que tienen un empleo fijo de esta tipología, desde hace algún tiempo.

De la misma manera, el hecho de generar una fuente de trabajo, no significa, en la mayor parte de los casos, que deba dedicársele el tiempo completo, pues existen muchas actividades que demandan únicamente de medio tiempo, y son las que están relacionadas con la subocupación, siendo el caso de las carretas de comida rápida

como hamburguesas y hotdog, que suelen comercializarse a partir de las seis de la tarde, siendo una actividad comercial que se desarrolla en horas nocturnas, producto de lo cual, el individuo puede disponer del tiempo diurno y vespertino para realizar otra actividad laboral.

En el caso de los restaurantes y tiendas de abarrotes, su actividad comercial se centra en las horas del día, desde las siete de la mañana hasta la hora del almuerzo. Aunque haya muy pocos restaurantes que se dedican a la venta de meriendas, pues esta actividad es ejercida mayormente en carretas o lugares en que únicamente se venden meriendas, cuyo horario de trabajo, se circunscribe también a las horas nocturnas.

## CAPÍTULO III

### 3 OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO

#### 3.1 El sector productivo de Portoviejo

El Gobierno Autónomo descentralizado del cantón Portoviejo, dentro de su estructura orgánica funcional, contempla la Dirección de Desarrollo Económico y Productivo que tiene como objetivo fundamental formular y desarrollar políticas de fortalecimiento a la economía local “orientadas a mejorar la oferta productiva y exportable del cantón, así como también los servicios financieros y de otra naturaleza, con miras a elevar su competitividad a nivel regional y nacional y generar nuevas fuentes de inversión y empleo” (GAD Municipal de Portoviejo, 2011, pág. 1).

Así, de acuerdo a (GAD Municipal de Portoviejo, 2011), el portafolio de productos que contempla esta Dirección, implica un:

“Modelo de desarrollo económico del cantón, con políticas, directrices y acciones que sean fruto de la incorporación y aporte interinstitucional y del sector privado, y que establezcan objetivos y metas estratégicas para promover el crecimiento y desarrollo de Portoviejo,

Dar asistencia técnica en la elaboración de proyectos productivos y financieros que impulsen la competitividad del cantón;

Gestión de cooperación nacional e internacional para canalizar recursos financieros y de asistencia técnica en beneficio del cantón; e,  
Información de las facilidades e infraestructura que ofrece el cantón para desarrollar proyectos productivos y financieros” (párr. 3 - 7).

Según el GAD Municipal de Portoviejo (2011), el trabajo organizado que se contempla a nivel del gobierno municipal implica entre otros objetivos relevantes, el poder:

Posicionar a Portoviejo con un comercio organizado ubicado en sectores convenientes de la ciudad, como el mercado de mayoristas ubicado en el parque industrial de Portoviejo y un mercado - centro comercial "SUR" ubicado en la Av. 15 de abril a la altura de los terrenos de SENAGUA, con gran capacidad de recepción y distribución, así como mercadeo y comercialización de los productos al por mayor y menor. Además de un centro comercial en la parroquia urbana de Picoazá.

Desarrollar actividad turística en el cantón, dando comodidad y atención en las tres vías que pueden brindar mejor atención a los turistas. Estas son: de Portoviejo a San Plácido (Ruta del Encanto), de portoviejo a Colón (Ruta del sabor) y de Portoviejo hacia Crucita (Ruta del mar).

Desarrollo turístico de la "Poza Azul" en la parroquia Colón (finca turística)

Hacienda - Hotel Ecológico en la Parroquia Pueblo Nuevo

Desarrollo turístico en el "Balcón de las Sirenas" en la parroquia Picoazá (Brazo de mar subterráneo).

Declarar parroquia ecológica a Chirijos, desarrollando turismo de agua dulce y turismo de aventura en las montañas).

Desarrollar la idea para la zona industrial de la parroquia Crucita (reubicación del faenamiento de la Pinchagua del malecón hacia la zona industrial). (párr. 8 - 16)

Si bien es cierto, que los sectores priorizados en el Código de la Producción, a nivel de país, son el sector turismo, alimentos frescos y procesados, farmacéuticos, metalmecánica, energías renovables, plásticos, transporte y logística, cadena forestal sustentable y biotecnología; en el cantón Portoviejo existen otros importantes sectores de la producción, como son: el sector pesca, agricultura y ganadería,

acuacultura y avicultura, el comercio formal e informal, artesanías, textiles y confecciones, maderero forestal, pecuario, silvicultura, etc.

Estos se constituyen en sectores de la producción, dentro de los cuales están implícitas varias fuentes de negocios, que a su vez generan un efecto multiplicador en cientos de familias portovejenses, ya sea por ocupación o sub ocupación.

Portoviejo por ser un valle, tiene una producción abundante en legumbres, hortalizas, verduras y frutas tropicales, que son comercializadas en los mercados locales, y que hacen parte del sector de la producción agrícola.

El sector industrial no es mayormente explotado, por lo que es aún muy limitado, siendo la agroindustria su mayor referente, del que podemos notar las industrias procesadoras de plátanos, aguardiente y salsa de tomate.

De la misma manera, el sector turismo es otro potencial sector en desarrollo, que se está promocionando no solamente a nivel local y nacional, sino a escalas internacionales, pues la playa de crucita, denominada como crucita la bella, es un destino turístico muy visitado por propios y extraños. Además, dentro de la urbe existen lugares turísticos que son muy visitados, como la Catedral Metropolitana, los Museos del Banco Central y de Cerro Jaboncillo. Así mismo en el campo, existen lugares paradisiacos como cascadas, ríos, badenes, esteros y arroyos.

El sector de los alimentos, incluye la venta de comida en sus diferentes presentaciones, ya sea en restaurantes, carretas de comida rápida, carretas de venta de

encebollados y ceviches, carretas de venta de jugos y batidos, de venta de bocadillos como corviches, empanadas, pastelillos, panes de almidón, hayacas, bollos, tortillas etc., este sector de la producción no solamente se lo encuentra en plena urbe y su casco comercial, sino en la zona urbano marginal, y sobre todo en la zona rural o el campo; los cuales son muy visitados los fines de semana y días feriados.

El sector de las artesanías, aunque goza de un tratamiento preferencial cuando de impuestos se trata, es considerado como un sector muy representativo dentro del cantón Portoviejo, de forma que está presente en parroquias urbanas y rurales, así en Picoazá, se elaboran sombreros de paja mocora y muebles de madera.

En la parroquia rural de Ríochico se elaboran las tradicionales hamacas de hilo, así como las tradiciones culinarias en cuanto a la preparación de platos y dulces, como alfajores, huevos moyos, suspiros, enrollados, troliches, rompopo, etc., además de la confección de manteles bordados a mano, en hilo y telas

El sector agrícola está asentado a lo largo de las principales vías cantonales, también dentro de la urbe, pero sobre todo en las zonas y parroquias rurales, de esta manera se lo encuentra en Riochico, San Plácido, Alajuela, Chirijos, Mejía, Colón, Calderón, Crucita.

### **3.2 Oportunidades de inversión en el sector productivo**

Como ya se ha indicado anteriormente, a nivel de país, la cartera de estado que está a cargo de los sectores productivos es el Ministerio Coordinador de Sectores

Estratégicos que involucra al Ministerio Coordinador de la Producción. Dicha cartera de estado, ya ha formulado el “Catálogo de Inversión para Proyectos Estratégicos 2014-2017”.

De acuerdo al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Proecuador):

Ecuador ha ofrecido en el sector de telecomunicaciones y sector ambiental 500 millones de dólares, en el sector eléctrico aproximadamente 11.8 mil millones de dólares, 9800 millones de dólares en el campo de recursos naturales no renovables, 2.026 mil millones de dólares en el tratamiento de los recursos hídricos, y alrededor de 3500 millones de dólares en el sector industrial. Ofreciendo con esto, 28000 millones de dólares en oportunidades de inversión en diferentes áreas de sectores estratégicos.

Los proyectos planteados en el catálogo aportan a incentivar la industrialización del país. Para ello el Gobierno Ecuatoriano desarrolla un plan completo y exhaustivo de industrias básicas, con el objetivo de transformar la estructura productiva y crear una economía sostenible, diversificada e incluyente (proecuador.gob.ec, 2014).

Dicho catálogo es una recopilación de las múltiples posibilidades para la inversión que presentan las diferentes regiones del Ecuador, sus provincias y cantones, entre los cuales está el cantón Portoviejo, en los diferentes sectores de la producción, considerados como estratégicos, tales como, el sector hidrocarburífero, el sector de las telecomunicaciones, agua, electricidad, minería y ambiente.

Dentro de este catálogo, el cantón Portoviejo oferta oportunidades de inversión en telecomunicaciones, medio ambiente, en agua y electricidad, para los empresarios nacionales y extranjeros que desearan invertir en una provincia rica en biodiversidad cultural, riqueza arqueológica, costumbres, tradiciones, buena comida, etc.

Pero, el verdadero potencial para la inversión en el cantón Portoviejo, no radica en los sectores considerados como prioritarios o estratégicos por el gobierno nacional, puesto que cuando de microfranquicias se trata, la ciudad ofrece nuevas oportunidades a la creatividad de los emprendedores, y Portoviejo es un clarísimo ejemplo de la existencia de muchos negocios establecidos que ya son exitosos en la comunidad Portovejense.

Son oportunidades de inversión para las microfranquicias, negocios como Jean Pierre, que comercializa alimentos elaborados en horno, como tortillas, corviches, bolones, panes de almidón, tortas de choclo y plátano, hayacas, etc. Emprendimientos como la venta de jugos naturales, con o sin fines dietéticos, pero nutricionales. Los viveros de plantas ornamentales, de árboles forestales, de venta de abonos orgánicos como el humus, compost, biol, etc.

Además de emprendimientos de ropa deportiva, casual y de noche, uniformes; de elaboración de zapatos y sandalias, para hombres, mujeres y niños. La venta de yogurt natural con o sin granizado, la venta de avenas y coladas preparadas; de chicha y batidos.

### **3.3 Crecimiento comercial de Portoviejo**

El cantón Portoviejo debido a su favorable ubicación geográfica, por estar bañado por el río que lleva su nombre, por el valle, por las colinas que lo circundan, por su intensa actividad comercial y agrícola, por ser centro político y administrativo de la provincia y por la solidaridad y emprendimiento de su gente, Portoviejo es como la calificó el poeta europeo: una ciudad que tiene el arte de vivir.

El río Portoviejo como principal abastecedor de agua para el consumo humano y para el riego de los cultivos, es un factor primario estratégico, que incide indudablemente en el crecimiento comercial de la ciudad. Las colinas que son parte del entorno natural y constituyen un referente de la ciudad, son aprovechadas por el sector agroindustrial, para el sembrío de productos de ciclo corto y largo, especialmente como el limón y el plátano, que están poblando las colinas de la vía a crucita.

Portoviejo es una ciudad poseedora de micro riquezas, así como también es generadora de cultura. En ella puede evidenciarse el intenso comercio que la caracteriza, así como también la alta calidad profesional de sus habitantes, que son quienes sobremanera, han venido contribuyendo con el crecimiento comercial de la ciudad y del cantón todo.

Instituciones centenarias como el colegio Nacional Olmedo, y la Universidad Técnica de Manabí se han constituidos en referentes del desarrollo, no solo del cantón sino de la provincia de Manabí, pues indudablemente han sido y son generadoras del fomento del crecimiento comercial en sus zonas de influencia; así

actividades como copiadoras, cyber cafés, venta de alimentos, bares y restaurantes, se han originado, producto del establecimiento de estas reconocidas instituciones de educación.

En cuanto a los emprendimientos que han favorecido el crecimiento comercial de la ciudad, las ferreterías son un claro ejemplo de ellos, Portoviejo es el corazón del comercio de Manabí, donde llegan clientes de todos los cantones de la provincia porque saben que van a encontrar lo que buscan.

El mercado del cantón Portoviejo es competitivo, se puede encontrar diversidad de artículos para los diferentes usos, domésticos, profesionales, industriales, etc., y a precios muy flexibles, lo que favorece el crecimiento comercial también.

El crecimiento comercial es evidente, cuando el sector comercio ha registrado un significativo crecimiento, pues anteriormente se contaba con pequeños locales comerciales atendidos tradicionalmente desde el mesón, muchos de los cuales se han transformado en el formato de pequeños comisariatos, a manera de emulación de las grandes cadenas de comisariatos y de farmacias, que ya están presentes en la ciudad, como Mi Comisariato, Tía y Super tía, Akí y SuperAkí, y Supermaxi.

Lo cual es un indicador muy favorable para la inversión en la ciudad, ya que existen más inversionistas de fuera de la provincia y del extranjero, para generar un crecimiento comercial positivo, que involucra un beneficio participativo de propios y foráneos.

### 3.4 Resultados de la encuesta al sector productivo de Portoviejo

#### 3.4.1 Análisis e interpretación de los resultados

**Tabla 8**

*Resultado de la encuesta: ¿Cree usted que las oportunidades de inversión en el sector productivo son muy limitadas?*

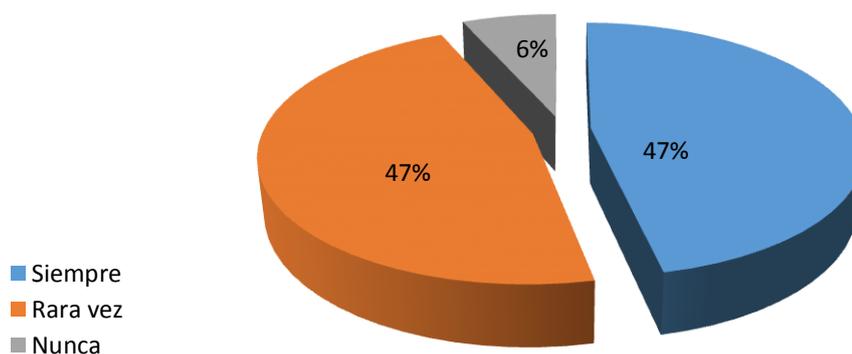
Orden	Alternativas	f	%
1	Siempre	180	47
2	Raravez	180	47
3	Nunca	23	6
<b>Total</b>		<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo (2014)

**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.

**Gráfico 5**

*Resultado de la encuesta: ¿Cree usted que las oportunidades de inversión en el sector productivo son muy limitadas?*



#### Análisis e interpretación

De las 383 personas encuestadas de la población económicamente activa del cantón Portoviejo, un 47% (180 personas) de la muestra poblacional encuestada, cree que siempre son muy limitadas las oportunidades de inversión en el sector productivo; y

otro 47% (180 personas) considera que rara vez son limitadas estas oportunidades de inversión. En general la población económicamente activa de Portoviejo considera que existen pocas oportunidades de invertir en sector productivo de Portoviejo por lo que es interesante introducir nuevas modalidades de negocios que permitan crecer a los comerciantes.

**Tabla 9**

*Resultado de la encuesta: ¿Considera usted que Portoviejo ha crecido comercialmente?*

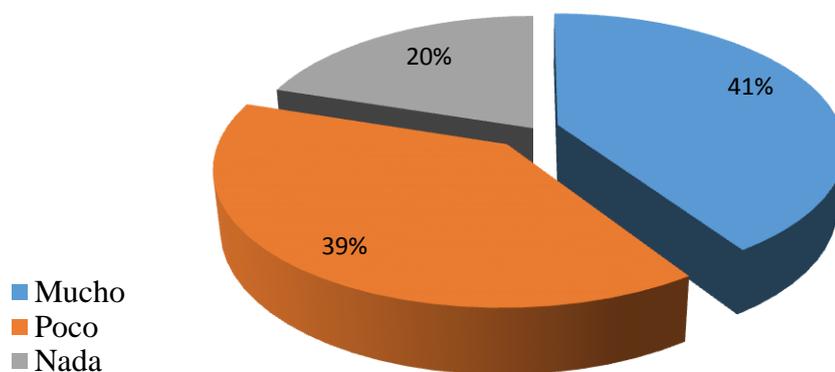
Orden	Alternativas	f	%
1	Mucho	157	41
2	Poco	149	39
3	Nada	77	20
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo

**Elaboración:** Chong, G. y Garcés, M.

**Gráfico 6**

*Resultado de la encuesta: ¿Considera usted que Portoviejo ha crecido comercialmente?*



### **Análisis e interpretación**

De 383 personas encuestadas, el 41% (157 personas) de la muestra poblacional consultada sobre el crecimiento comercial de Portoviejo consideró que Portoviejo ha crecido mucho comercialmente; mientras el 39% (149 personas) manifestó que Portoviejo ha crecido poco en el aspecto comercial, y el 31% (77 personas) creyó que Portoviejo no ha crecido nada comercialmente. De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta a la población económicamente activa de Portoviejo, se considera que la ciudad ha crecido poco comercialmente, por lo que es necesario implementar nuevos mecanismos de negocios que permitan dinamizar el sector comercial de la ciudad.

### **3.5 Determinación de las oportunidades de inversión en el sector productivo, que incentivan el crecimiento comercial de la ciudad**

Constituyéndose las microfranquicias como “negocios que se pueden replicar de una manera muy fácil, con características que permiten a los microempresarios desarrollar e iniciar negocios, todo esto mediante las metodologías de las ya conocidas franquicias”. (Ortiz & Márquez, 2011)

Siendo así, entonces, las microfranquicias son una oportunidad para que las personas de escasos recursos puedan adquirir pequeños negocios, con el respaldo de uno más grande y exitoso.

En el entorno manabita, especialmente en la ciudad capital, Portoviejo, pueden determinarse varias oportunidades de inversión en el sector productivo, que podrían enmarcarse en ideas de microfranquicias de negocios exitosos ya existentes en el mercado local, así los ya famosos sandwiches de Bocatta, los ceviches de Zavalita, los corviches y tortillas del Jean Pierre, son entre otras, ideas de microfranquicias que perfectamente pueden emprenderse en ciudades vecinas, como Manta, Chone, Calceta y cualquier otro cantón manabita.

Estos emprendimientos o negocios, sin lugar a dudas han contribuido con el crecimiento comercial que la ciudad de Portoviejo presenta en los últimos seis años, lo cual puede evidenciarse en el 61% de las opiniones de la población de Portoviejo consultada al respecto.

## CAPÍTULO IV

### 4 EXPANSIÓN DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS Y GENERACIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS

#### 4.1 Pequeños negocios en Portoviejo

Un negocio es una actividad o entidad cuyo fin es el adquirir dinero y ganancias, por la prestación de servicios, así como también, por realizar actividades comerciales y de producción. (K. Arturo, 2009)

Los pequeños negocios en la ciudad de Portoviejo, particularmente, son negocios de menor escala, conocidos o denominados también como microempresas, poseen un número máximo de diez de trabajadores.

Entre estos pequeños negocios se pueden citar también aquellos que ofrecen servicios móviles o a domicilio, como él (la) peluquera, masajista, manicurista, cantante, músico, animador@, etc. que no posee un local para realizar su actividad, sea éste, propio o alquilado.

El surgimiento e incremento de los pequeños negocios en la ciudad de Portoviejo, es una de las formas que las personas han encontrado no solamente para obtener ingresos sino para conseguir una independencia económica, en el caso de los jóvenes y de las mujeres emprendedoras, específicamente.

Aunque algunos de estos emprendimientos hayan demandado mayor o menor inversión, mayor o menor esfuerzo y dedicación, por parte de sus emprendedores, es precisamente esa complejidad o exigencia la que hace la diversidad entre los pequeños negocios establecidos en la ciudad, pues constituyen la huella personal, los intereses, la disponibilidad de los recursos económicos a invertir y sobre todo, las necesidades de la demanda de la realidad del entorno social en que se desenvuelven.

En Portoviejo, quienes han empezado un negocio desde cero, lo han hecho debido a su espíritu emprendedor, que posteriormente les ha permitido irlo desarrollando gradualmente, logrando con perseverancia que su producto y/o servicio, e inclusive su sello personal o su marca, se posicionen en el mercado. Estos emprendedores, hoy por hoy, orgullosos de sus creaciones, han tenido que vencer muchos obstáculos, las equivocaciones en que han incurrido les han hecho aprender a superar las barreras y les han significado una experiencia muy valiosa, para el futuro de su negocio.

La mayor parte de estos pequeños negocios en Portoviejo, debido a su naturaleza micro, han necesitado una inversión económica muy baja, la cual les ha permitido irse consolidando, capitalizándose y generando ganancias económicas, por lo que no necesitaron de la inyección de capital externo, prestado a familiares o a entidades financieras, pero que sí, para efectos de expansión, lógicamente si han recurrido.

Es importante destacar además, que una de las ventajas /desventajas de iniciarse con un bajo capital, es precisamente el desarrollo muy lento del negocio, pues el microempresario, para poder hacer uso de la ganancia que le queda del negocio, no puede reinvertir en él, en propaganda, en personal, en otros activos, herramientas,

etc. por citar el caso de una carreta que vende encebollados, en la que la inversión fuerte está precisamente en la maquinaria principal que sería la carreta equipada con la cocineta eléctrica o a gas, y los asientos. Y la inversión menor radica en el producto a comercializar que es los encebollados. En este ejemplo, su ideador, seguramente obtiene una ganancia económica diaria con la que subsiste y financia el costo de su maquinaria principal, que es la carreta, por lo cual, mientras él no termine de pagar esta maquinaria, no podrá incrementar otras cosas a su pequeño negocio, como pueden ser, un juego de mesa con sillas adicionales, para la atención de muchos más clientes, incorporar más vajilla, otra persona que le ayude en la atención a los clientes, etc.

En este particular, es muy importante que el microempresario tenga la visión de planificar el crecimiento de su negocio, ya que, los costos pueden elevarse con el transcurrir del tiempo, como consecuencia del margen de error que se puede presentar en el proceso de aprendizaje, debido a la posibilidad de que el negocio no funcione tal como se había esperado. Y en este punto, también es muy importante la decisión personal y la fortaleza que caracterice al emprendedor para lograr salvar las barreras y hacer crecer su emprendimiento, con mucho empeño y dedicación.

Entre los pequeños negocios más populares en la ciudad de Portoviejo, se pueden enunciar a:

La fabricación y venta de productos, en la que se crea productos propios, nuevos, que no existían antes en el mercado. El mejoramiento de productos que ya existían, a los

que se les ha dado una nueva imagen o transformación. La reventa de productos de terceros, ya existentes.

La oferta de servicios, en que la inversión suele ser mucho menor y requieren menos infraestructura que la fabricación de productos. Esta comprende también, servicios que han estado haciendo falta en el mercado y aún no han sido cubiertos, para ofertarlos. El mejoramiento de los servicios ya existentes en el mercado, y la reventa de servicios a terceros negocios.

Emprendimientos con características propias y particulares, cuya base es el ingenio, la creatividad y el potencial del emprendedor para innovar. Los mismos que sin la presencia fija del emprendedor atraen ingresos, estos son; por ejemplo: personas que escriben libros de prosa, verso, poesía y canciones; contenido para sitios webs o blogs que reciben comisiones por derechos de autoría y rentabilizan sus sitios con publicidad. Personas que alquilan bienes muebles, inmueble y maquinarias. Los accionistas e inversionistas en general.

Los negocios dedicados a la prestación de servicios, como los restaurantes, hoteles, spa y salones de belleza, agencias de viajes, gimnasios, constructoras y agencias de bienes raíces, etc.

Los negocios de manufactura o de producción, que se dedican a transformar materias primas en productos finales valiosos, como talleres de elaboración de muebles en general, talleres de costura y sastrerías, producción de chifles, panaderías, pastelerías, confección de zapatos, talleres metalmecánicos, etc.

Los negocios dedicados a la extracción de recursos naturales, como las pesquerías, madereras, ganaderas, etc. Los negocios de minoristas o de ventas al por menor, que se dedican a la compra de productos por volumen, para posteriormente comercializarlos al menudeo a los consumidores. Algunos de estos negocios cuentan con un local comercial o almacén donde guardan y comercializan los productos, otros los guardan o embodegan en sus casas y los comercializan en pequeños stands, donde promueven y ofrecen sus productos, y por los que pagan un valor al municipio.

Ejemplos de negocios minoristas en Portoviejo, son las tiendas de ropas y zapatos, bazares, cosméticos, farmacias, y otros, ubicados a lo largo de la calle Chile, las tercenas, tiendas de abarrotes, bodegas, las tiendas de electrodomésticos, las tiendas de repuestos y ferreterías, etc.

#### **4.1.1 Posibilidades de expansión de los pequeños negocios existentes**

Estos pequeños negocios de la ciudad, tienen muchas posibilidades de poder expandirse, tales como:

Generar satisfacción en un mercado demandante, mediante la investigación de una necesidad específica.

Desarrollar ideas simples que pueden aportar positivamente al crecimiento del negocio, como la aplicación de la tradicional “yapa”, que consiste en obsequiar un

poquito más del producto o servicio que se ofrece, de manera que se pueda hacer más felices a sus clientes y con esto captar la atención de nuevos potenciales clientes.

Analizar el mercado en el que se compete, caracterizando a la competencia, sus ventajas y desventajas, que productos o servicios están ofreciendo a diferencia del propio, cómo es la atención que brindan, qué opinan los clientes de ellos, etc.

Reflexionar para poder obtener un éxito sustentado del negocio, teniendo claras las palancas de las que se puede hacer uso para alcanzarlo. Se debe centrar en las cosas importantes, marcarse prioridades y poner en marcha la estrategia.

Analizar la posición en la cadena de valor, concienciando el valor que con que se está aportando, las cosas que se deben hacer prioritariamente para poder añadir valor al producto o servicio que se oferta; descartar aquellas que no están aportando valor; qué otras cosas se pudieran agregar para fortalecer la actividad del negocio.

Identificar las ventajas competitivas, todas las cosas que permitirán alcanzar el éxito y poder diferenciarse de los competidores, definiendo las fortalezas y debilidades del negocio. Así como aquello que se puede ofrecer al mercado con el producto o servicio, tales como un buen precio, la distribución, una buena imagen, una idea novedosa, etc.

Diseñar una estrategia para posicionarse en el mercado, los clientes, el segmento de mercado al que se va a dirigir, la forma en que se va a dar conocer con los clientes, las formas de distribución del producto o servicio, los canales a utilizar para la

comercialización, los precios de venta, todo esto que constituye el plan de marketing.

Establecer un plan de negocios propio, para determinar aspectos como, la inversión necesaria, el mercado a cubrir, los servicios o productos, los medios a utilizar, las personas que van a trabajar, la contabilidad, etc.

Analizar las necesidades de dinero y los mecanismos para financiarlo, como microcréditos en bancos o cooperativas, que permitan fortalecer la actividad productiva o comercial del negocio, ya que previendo esta necesidad fundamental, se garantiza la permanencia del negocio en el mercado.

## **4.2 Generación de ingresos**

Para la obtención o generación de ingresos, los pequeños negocios de la ciudad de Portoviejo, han implementado algunas estrategias, que les han permitido mantenerse competitivos en el mercado, mantener sus negocios en temporadas bajas respecto a las ventas, y lograr obtener más ganancias en temporadas altas, cuando la necesidad del producto o servicio se incrementa.

Una de las estrategias más comunes que los pequeños comerciantes aplican, son los precios de venta consensuados, es decir, los precios de venta que coloca la competencia, de manera que el mismo artículo, producto o servicio, cuesta lo mismo, en los diferentes lugares donde son ofertados.

Los precios de venta al consumidor, recomendados por los fabricantes son otra de las estrategias utilizadas por los pequeños negocios, sobre todo aquellos que expenden productos de abarrotes, ferretería, alimentos, etc., de tal forma que no se toma en cuenta a la competencia para colocar los precios.

Los precios más bajos que los de la competencia, son otra estrategia que utilizan los pequeños negocios, aunque tienden a reducir el margen de ganancia por venta, pero en contraste con esto también pueden incrementar las ganancias del negocio, ya que se puede vender más productos o servicios, es decir que se incrementa el volumen de las ventas.

Esta estrategia es aplicada sobre todo por los negocios de venta de comida preparada, pues se requiere de una reducción de costos, que habitualmente la hacen teniendo el personal mínimo para la atención al público, muchos de estos negocios están en casas, es decir que no pagan el alquiler, y aquellos que pagan un alquiler están ubicados en áreas económicas; llevan un buen control de los insumos materias primas o suministros, es decir que no se desperdician los alimentos, pues los sobrantes también se comercializan para comida de animales.

Negocios como los bazares, ferreterías, tienen identificados aquellos artículos que se venden más, teniendo un stock mayor, a diferencia de los que tienen una menor demanda, con esto reducen su capital de trabajo, y rotan con mayor frecuencia su inventario.

Los precios al por mayor son aplicados por la mayoría de pequeños negocios en temporadas altas, como navidad, fin de año, inicio de clases, carnavales, día de la madre, día del padre, etc. Esta estrategia consiste en la venta de más de una unidad al mismo tiempo cuando el cliente requiere de un solo artículo, como en el caso de los interiores amarillos, lleva el de dama y el de varón con un descuento especial.

Existen pequeños negocios también que tienen precios más altos que sus competidores, como algunas panaderías y pastelerías que venden los panes a quince y veinte centavos, y lo hacen porque la calidad del producto es la que cuenta.

En esta estrategia los propietarios añaden que para no disminuir el tamaño del pan ni la calidad, cuando sube el precio de los insumos, principalmente la harina, ellos prefieren subir un poco el precio, manteniendo la calidad, que es lo que les interesa a sus clientes; además de la buena atención de los empleados y de la tradicional yapita para los clientes más fieles. También indican que el producto que elaboran es exclusivo, aunque puede ser imitado, no se compara al original, y es lo que atrae a sus clientes.

### 4.3 Resultados de la encuesta al sector productivo de Portoviejo sobre la expansión de los pequeños negocios y la generación de ingresos

#### 4.3.1 Análisis e interpretación de los resultados

**Tabla 10**

*Resultado de la encuesta: ¿Cómo califica usted la generación de ingresos en su actividad comercial?*

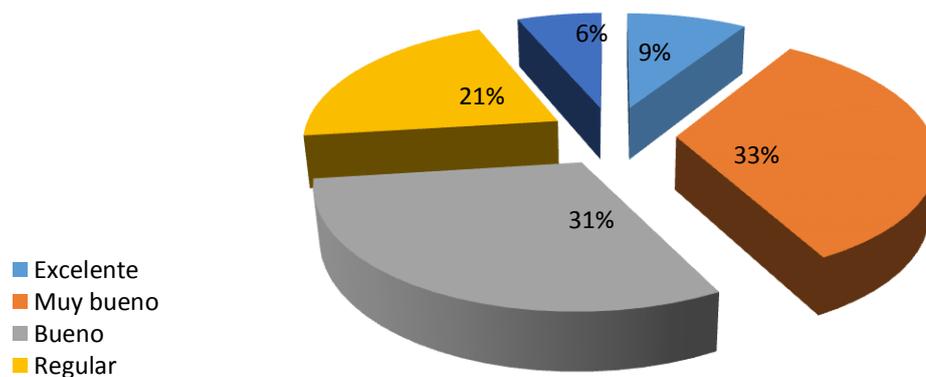
Orden	Alternativas	f	%
1	Excelente	35	9
2	MuyBueno	126	33
3	Bueno	119	31
4	Regular	80	21
5	Malo	23	6
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo (2014)

**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.

**Gráfico 7**

*Resultado de la encuesta: ¿Cómo califica usted la generación de ingresos en su actividad comercial?*



## Análisis e interpretación

El 33% de los encuestados (126 personas) califican como muy buena la generación de ingresos en su actividad comercial, el 31% (119 personas) la califican como buena y el 21% (80 personas) consideran que es regular. De acuerdo a los resultados de la encuesta a la población económicamente activa de la ciudad se puede evidenciar que la mayor parte de comerciantes considera que su generación de ingresos es muy buena o buena.

**Tabla 11**

*Resultado de la encuesta: ¿Cree usted que puede expandir su negocio, bajo el sistema de microfranquicias?*

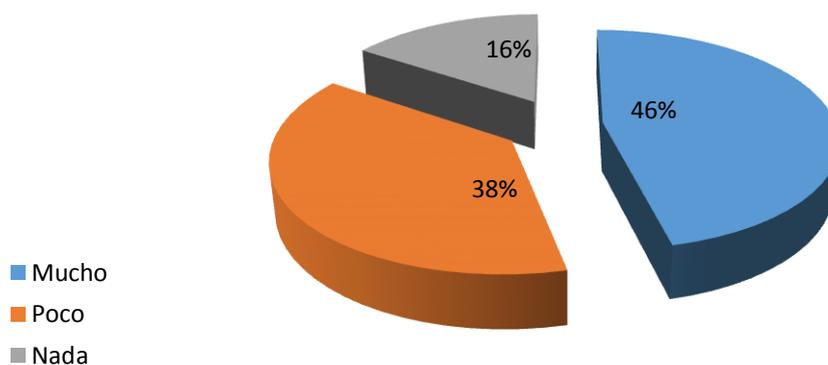
Orden	Alternativas	f	%
1	Mucho	176	46
2	Poco	146	38
3	Nada	61	16
	<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a la PEA de Portoviejo (2014)

**Elaboración:** Chong, E. G. y Garcés, M. A.

**Gráfico 8**

*Resultado de la encuesta: ¿Cree usted que puede expandir su negocio, bajo el sistema de microfranquicias?*



## **Análisis e interpretación**

El 46% (176 personas) de la muestra poblacional encuestada considera que su negocio si puede expandirse mucho bajo el sistema de microfranquicias mientras que el 38% (146 personas) cree que puede expandirse solo un poco. Esto demuestra que un porcentaje mayor de la muestra considera viable la expansión de sus negocios mediante el sistema de microfranquicias, sin embargo por el poco conocimiento que poseen acerca de estas todavía se cuenta con un 16% (61 personas) que no considera muy viable la aplicación de este tipo de negocios.

### **4.3.2 Análisis de la expansión de los pequeños negocios y su relación con la generación de ingresos**

Al consultar a la muestra poblacional de la población económicamente activa de Portoviejo, sobre la consideración de que su negocio si puede expandirse bajo el sistema de microfranquicias el mayor porcentaje 46% considera que si puede expandirse mediante este sistema, y un 38% cree que solo puede expandirse un poco, mediante la incorporación de una microfranquicia.

En este punto es preciso acotar que en la entrevista realizada a los propietarios de los comercios o pequeños negocios de la ciudad de Portoviejo, se pudo evidenciar que en la ciudad no existen microfranquicias como tales, lo que existe son sucursales de pequeños negocios exitosos, que siguen siendo propiedad de su creador o dueño del negocio.

Los comerciantes no han tenido en cuenta la posibilidad de acceder a una microfranquicia, sencillamente porque desconocen su existencia, aunque no descartan que esta sea una buena oportunidad para el crecimiento o expansión de su emprendimiento, debido a la sistematización de los procesos, para poder ofertar productos y servicios de calidad, y sobre todo de la provisión de equipos y suministros fundamentales para poder brindar una atención de calidad a los clientes potenciales.

El 33% de los encuestados califican como muy buena la generación de ingresos en su actividad comercial, el 31% la califican como buena y el 21% consideran que es regular.

Los pequeños negocios que han logrado expandirse utilizando diferentes mecanismos, que incluyen la financiación mediante microcréditos, la incursión en nuevas líneas de negocio, la asociatividad, los productos y/ o servicios de calidad, los productos o servicios innovadores, etc., son la evidencia de que para lograr crecer es necesario tomar decisiones fundamentales que permitan su crecimiento.

Las microfranquicias constituyen una buena oportunidad para el microempresario, para que pueda fortalecer su actividad comercial, o emprender en una nueva actividad, que le genere mejor rentabilidad, mediante la oferta de un producto o servicio que funciona, y que tiene una demanda probada entre los clientes.

Las microfranquicias son una buena alternativa para la generación de ingresos, cuando se quiere incursionar en una actividad productiva, aportar al mejoramiento de

la economía familiar, comunitaria y social, y sobre todo de las condiciones socioeconómicas propias y de la familia.

## CONCLUSIONES

1. Se establece que el nivel de conocimiento sobre las microfranquicias es muy bajo, ya que sólo el 27% de la población encuestada, tiene noción de las mismas y sus ventajas. Sin embargo, se pudo notar el indudable interés mostrado por nuestros encuestados, al impartirles información sobre esta temática, llegando éstos a considerar que las microfranquicias son un nuevo mecanismo de ingresos.
2. Se determinó que existen diversas fuentes de empleo sostenible en la ciudad, lo que se ve reflejado en el incremento de la tasa de ocupación, así como la tendencia a la baja de la tasa de subempleo de la ciudad. Además, se puede señalar que las microfranquicias, son una nueva tendencia de fuentes de empleo sostenible, puesto que contribuyen a la creación de más ofertas de trabajo.
3. Se identificaron las oportunidades de inversión en el sector productivo, con lo que se puede concluir, que si bien, éstas han aumentado comparadas con años anteriores, aún falta la difusión de las mismas, para que puedan brindar sus grandes beneficios a toda la comunidad. Además, se debe destacar, que el incremento de las oportunidades de inversión, ha colaborado para el evidente crecimiento comercial que ha tenido la ciudad.
4. Se determina, que en la actualidad, es más común observar, en el sector comercial de la ciudad de Portoviejo, un sinnúmero de pequeños negocios exitosos, por lo que su presencia ha ido en aumento. Los mismos, que basados en su experiencia y posición en el mercado, buscan constantemente la oportunidad

de expandirse, para mantenerse competitivos, y así también buscar el mejoramiento en la generación de ingresos económicos de sus negocios.

5. Se concluye, diseñar una propuesta que coadyuvara a la solución del problema planteado, enmarcada en una estrategia de fortalecimiento para la expansión de los pequeños negocios en microfranquicias.

## **CAPÍTULO V**

### **5 PROPUESTA**

#### **5.1 Identificación de la propuesta**

Estrategia de fortalecimiento para la expansión de los pequeños negocios en microfranquicias.

#### **5.2 Introducción**

Fundamentados en los resultados de la investigación se ha formulado la propuesta “Estrategia de fortalecimiento para la expansión de los pequeños negocios en microfranquicias”, la cual contiene cuatro etapas, diagnóstico, planificación, ejecución y; evaluación y control.

La primera etapa comprende un diagnóstico de la situación actual de los pequeños negocios de Portoviejo, que involucra la descripción de la situación real referente al proceso formativo de los pequeños negocios en materia de microfranquicias.

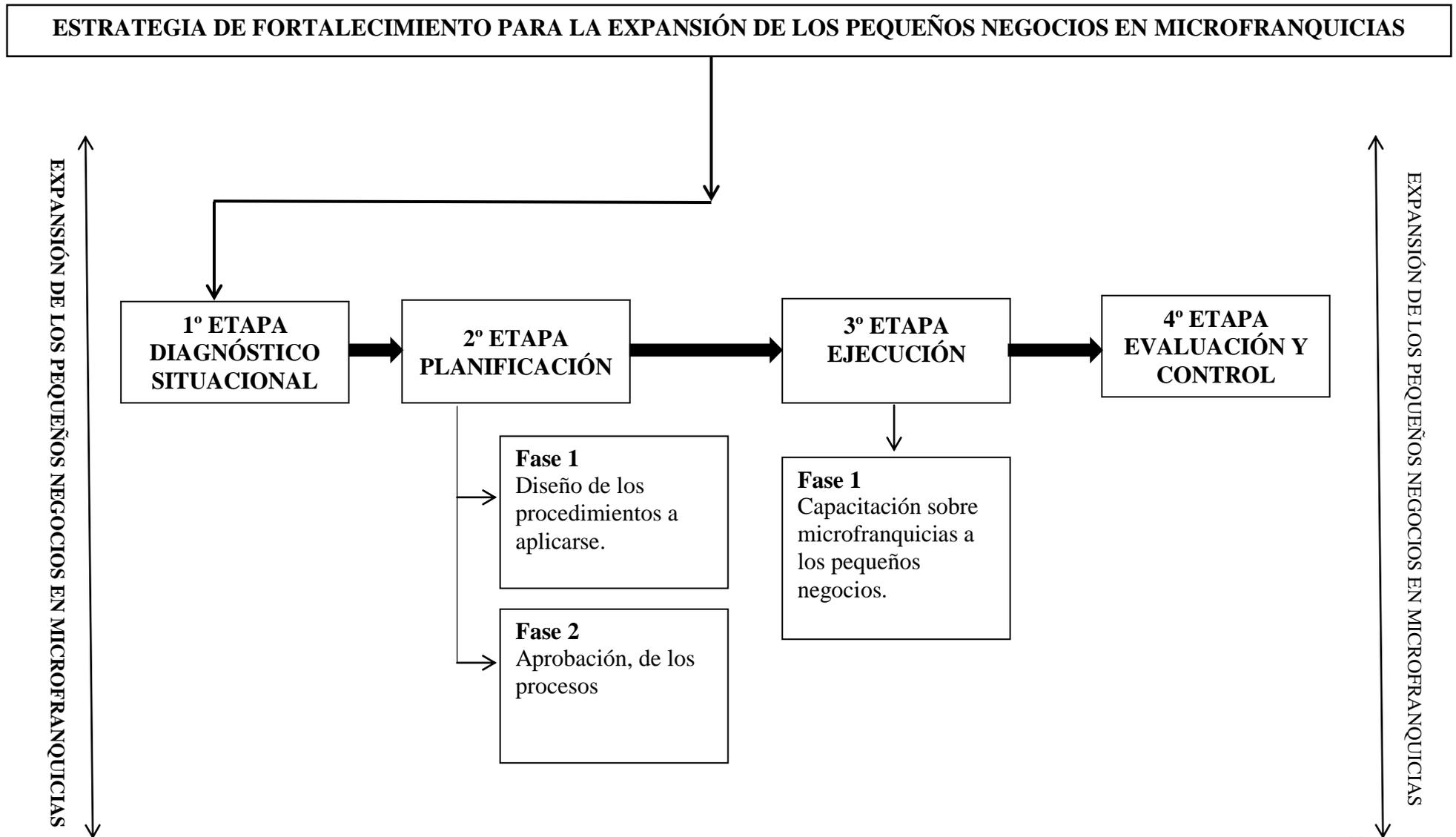
La segunda etapa corresponde a la planificación que comprende dos fases, una que implica el diseño de los procedimientos a aplicarse en la capacitación dirigida a los pequeños negocios de Portoviejo para su expansión en microfranquicias. Y la segunda fase que contiene la aprobación de los procesos que abarca el establecimiento de una microfranquicia y que serán impartidos a los pequeños negocios.

La tercera etapa es la ejecución de las actividades formativas a desarrollarse en el cual se observa la fase tres que es la capacitación a los pequeños negocios sobre las microfranquicias y su establecimiento.

La cuarta etapa es la evaluación y control de todo el proceso, y la verificación de las actividades planificadas, que contribuya al mejoramiento y fortalecimiento de los pequeños negocios expandiéndolos mediante el establecimiento de microfranquicias.

Con el empleo de esta estrategia se pretende aportar positivamente a los pequeños negocios de la ciudad de Portoviejo, fomentando su expansión, mediante una propuesta práctica que involucra una alternativa a poner en marcha, ejecutable y comercial, desde el punto de vista de los negocios y las finanzas.

### 5.3 Esquema gráfico de la estrategia



## **5.4 Descripción de la propuesta**

### **PRIMERA ETAPA**

#### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

La primera etapa es el diagnóstico que contiene la situación real referente al proceso formativo de los pequeños negocios en materia de microfranquicias.

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

El diagnóstico situacional es la identificación, análisis y evaluación de la situación real de la organización, y sus procesos, durante el logro de resultados y objetivos planteados por la misma. (Universidad Nacional de Colombia (UNC), 2014)

#### **OBJETIVOS**

1. Diagnosticar la situación actual del proceso formativo de los pequeños negocios en materia de microfranquicias.

#### **ACTIVIDADES**

- a. Conocer la capacidad instalada de los pequeños negocios
- b. Determinar su capacidad de expansión
- c. Conocer su decisión de emprendimiento en una nueva línea de negocios
- d. Determinar su decisión para transformar su negocio en una microfranquicia

## **SEGUNDA ETAPA**

### **PLANIFICACIÓN**

La segunda etapa corresponde a la planificación que comprende dos fases: la fase uno implica el diseño de los procedimientos a aplicarse en la capacitación dirigida a los pequeños negocios de Portoviejo que quieren expandirse mediante la incorporación de microfranquicias. La fase dos es la aprobación de los procesos que abarca el establecimiento de una microfranquicia y que serán impartidos a los pequeños negocios.

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

La planificación es un método en el cual se establecen objetivos que se desean lograr, así como también, se definen procedimientos a ser ejecutados de forma sistemática para alcanzar dichos objetivos. (Pérez, E. (2006). *Función Directiva y Recursos Humanos en Sanidad*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos).

### **OBJETIVOS**

1. Diseñar los procedimientos a aplicarse en la capacitación dirigida a los pequeños negocios de Portoviejo para su expansión en microfranquicias.
2. Definir los procesos que abarca el establecimiento de una microfranquicia y que serán impartidos a los pequeños negocios.

## **ACTIVIDADES**

- a. Invitar a los pequeños negocios a participar de la capacitación.
- b. Diseñar un tríptico informativo sobre las microfranquicias.
- c. Elaborar los contenidos a impartir en la capacitación.
- d. Determinar los pequeños negocios con potencial para acceder a una microfranquicia.
- e. Establecer los requerimientos para establecer una microfranquicia.
- f. Definir los compromisos de las partes, microfranquiciador y microfranquiciado, previo al establecimiento de la microfranquicia.

## **FASES**

### **1. Diseño de los procedimientos a aplicarse.**

En esta fase se diseñarán los procedimientos necesarios para la capacitación dirigida a los pequeños negocios de Portoviejo que quieran expandirse mediante la incorporación del sistema de microfranquicias, para lo cual se realizará un análisis inicial del estado en que se encuentran los mismos para luego diseñar las estrategias adecuadas para realizar una capacitación personalizada de acuerdo a las necesidades de cada negocio.

## **2. Aprobación, de los procesos**

Una vez diseñados los procedimientos a aplicarse para la capacitación dirigida a los pequeños negocios de Portoviejo, corresponde aprobar los procesos diseñados, indicados anteriormente.

### **TERCERA ETAPA: EJECUCIÓN**

La tercera etapa es la ejecución de las actividades formativas a desarrollarse en la cual se observa la fase tres que es la capacitación a los pequeños negocios sobre las microfranquicias y su establecimiento.

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

La ejecución es poner en práctica de manera sistemática, el conjunto de procesos y estrategias planteadas, para conseguir el cumplimiento de metas y el logro de resultados deseados. (Brossidy, L. &Charam R. (2003). *El arte de la ejecución de los negocios*: Editorial Aguilar)

### **OBJETIVOS**

1. Capacitar a los pequeños negocios sobre las microfranquicias y su establecimiento.

## **ACTIVIDADES**

- a. Preparar el material de apoyo necesario para impartir la capacitación, como son contenidos, trípticos diapositivas.
- b. Imprimir los trípticos informativos a ser distribuidos en la capacitación.
- c. Elaborar las diapositivas que contengan la información sobre microfranquicias a ser impartida a los pequeños negocios.

## **FASE**

### **Capacitación sobre microfranquicias a los pequeños negocios.**

Ejecutar las actividades descritas en esta etapa, poniendo en marcha las capacitaciones, a los pequeños negocios interesados en aplicar el sistema de microfranquicias, tomando en cuenta las necesidades detectadas.

## **CUARTA ETAPA: EVALUACIÓN Y CONTROL**

La cuarta etapa es la evaluación y control de todo el proceso, y la verificación de las actividades planificadas, que contribuya al mejoramiento y fortalecimiento de los pequeños negocios expandiéndolos mediante el establecimiento de microfranquicias.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

El concepto de evaluación se refiere a la valoración y análisis objetivo para determinar la calidad en el desempeño del cumplimiento de procesos y estándares establecidos en los logros alcanzados. Dicha valoración permitirá determinar posibles mejoras para la organización. (García, J.; 2010).

De acuerdo a Arnoletto, E. (2010):

Control significa comprobar y supervisar que todos los procesos y objetivos se realicen de forma correcta, para corroborar el establecimiento de estándares, así como la determinación y medición de desempeño (Arnoletto, E. (2010). *La gestión organizacional en los gobiernos locales*. Recuperado en <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/777/index.htm>)

## **OBJETIVOS**

1. Verificar las actividades planificadas, que contribuyan al mejoramiento y fortalecimiento de los pequeños negocios para su expansión mediante el establecimiento de microfranquicias.

## **ACTIVIDADES**

- a. Dar seguimiento a la planificación ejecutada.
- b. Verificar que la planificación de la capacitación se cumpla en todo lo programado.

- c. Dar seguimiento a los pequeños negocios que decidan emprender en el establecimiento de una microfranquicia.
- d. Asesorar positivamente en materia de microfranquicia a los pequeños negocios de Portoviejo que pretenden expandirse.

## BIBLIOGRAFÍA

1. **AGUIRRE, R.** (2008). Estudio de Factibilidad para la Creación de la Franquicia “Le Mirage”, empresa especializada en la organización integral de eventos infantiles, en la ciudad de Quito. Quito, Ecuador: Universidad Tecnológica Equinoccial. Tesis publicada.
2. **AKER, D.** (2001). *Investigación de Mercado*. Reino de España: Editorial McGraw Hill. Pg 33-34
3. **AMAYA, T., Ayala, O. & Quijada, F.** (2009). *Guía para la concesión de franquicias en las empresas salvadoreñas del sector Alimentos*. San Salvador, El Salvador: Universidad Dr. José Matías Delgado. Tesis publicada.
4. **BARABADILLO** (1996). *Código deontológico europeo*. Recuperado de: [http://www.mundofranquicia.com/normativa-legal/Codigo\\_Deontologico\\_Europeo\\_de\\_Franquicia.pdf](http://www.mundofranquicia.com/normativa-legal/Codigo_Deontologico_Europeo_de_Franquicia.pdf) p. 45.
5. **BID** (2009). *Concepto de microfranquicias*. Recuperado de: <http://www.microfranchises.org/>
6. **CABASCANGO, J.** (2009). *Proyecto: Centro Artesanal ARTE-SANO*, por el autor José Luis Santillán. Universidad San Francisco de Quito. Tesis publicada. Recuperado de: <http://www.biblioteca.utm.edu.gt/tesis/pdf>
7. **CASQUETE, Loor, Mendoza & Quiroz** (2010). *Diseño y ejecución de un plan de capacitación en emprendimiento de pequeños negocios dirigido a la comunidad “La Alborada” del sitio El Guabito de la parroquia Simón Bolívar del cantón Portoviejo; y adecuación de un aula pedagógica, periodo 2009-2010*. Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí. Recuperado de :<http://www.repositorio.utm.edu.ec/handle/123456789/2000> pag 23, parr 45-46.
8. **CHAVARRÍA, L.** (2009). *Las franquicias como una opción de crecimiento para las microempresas: propuesta de un modelo*. México: Instituto Politécnico Nacional de México. Tesis publicada.
9. **CONDE, A.** (s. f.). *Microfranquicia: Desarrollo de un Sistema de Microfranquicias en México. Gran Empresa como Microfranquiciante*. México D. F.: FUNDES.
10. **CONTRERAS, J.** (2010). *Propuesta de una metodología para el desarrollo de un sistema de micro franquicias en el Ecuador, como una opción estratégica para el crecimiento económico del país*. Loja, Ecuador: Universidad Técnica Particular de Loja.
11. **CONTRERAS, J.** (2010). *Propuesta de una metodología para el desarrollo de un sistema de micro franquicias en el Ecuador, como una opción estratégica*

*para el crecimiento económico del país.* Loja, Ecuador: Universidad Técnica de Loja. Recuperado de: <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/991>

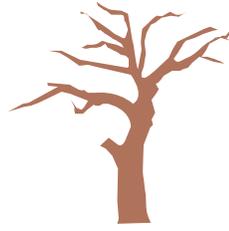
12. **EL CIUDADANO** (2014). *Ecuador ofrece oportunidades de inversión en sectores estratégicos.* Recuperado de: [http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-ofrece-oportunidades-de-inversion-en-sectores-estrategicos-por-usd-28-000-millones/parr. 1-3](http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-ofrece-oportunidades-de-inversion-en-sectores-estrategicos-por-usd-28-000-millones/parr.1-3)
13. **FLEIS, A.** (2013). *La Franquicia en España: Estudio y evolución de las redes mixtas. Propuesta de un modelo predictivo de tipo polinómico.* Tesis publicada. España: Universidad Internacional de Catalunya.
14. **GAD Municipal de Portoviejo,** (2011). *Dirección de desarrollo económico y productivo.* Recuperado de: [07, diciembre, 2014]. Disponible en: [http://portoviejo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25:dir-eccion-de-desarrollo-economico-productivo&catid=109:direcciones-municipales&Itemid=14](http://portoviejo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=25:dir-eccion-de-desarrollo-economico-productivo&catid=109:direcciones-municipales&Itemid=14) p. 1
15. **GAD Municipal de Portoviejo,** (2011). *Dirección de desarrollo económico y productivo.* Recuperado de: [http://portoviejo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25:dir-eccion-de-desarrollo-economico-productivo&catid=109:direcciones-municipales&Itemid=14](http://portoviejo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=25:dir-eccion-de-desarrollo-economico-productivo&catid=109:direcciones-municipales&Itemid=14)parr. 3-7
16. **GAD Municipal de Portoviejo,** (2011). *Dirección de desarrollo económico y productivo.* Recuperado de: [http://portoviejo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25:dir-eccion-de-desarrollo-economico-productivo&catid=109:direcciones-municipales&Itemid=14](http://portoviejo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=25:dir-eccion-de-desarrollo-economico-productivo&catid=109:direcciones-municipales&Itemid=14)parr. 8-16
17. **GARCÍA, Y. & Alcívar, L.** (2013). *La incidencia al crecimiento y desarrollo del sector empresarial del cantón Portoviejo, con el sistema de franquicia (Holcim y cruz azul). Periodo 2004 – 2007.* Portoviejo: Universidad Técnica de Manabí.
18. **GONZÁLEZ, M.** (2014). Empleo retrocede. Desigualdad y Pobreza se estancan. <http://economiaenjeep.blogspot.com/2013/07/empleo-retrocede-desigualdad-y-pobreza.html>parr. 1-10
19. **INEC** (2014). *Encuesta de empleo y desempleo.* Recuperado de: [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)
20. **INEC** (2014). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo-ENEMDU.* Recuperado de:[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-encuesta-nacional-de-empleo-desempleo-y-subempleo-enemdu/parr 2-9](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-encuesta-nacional-de-empleo-desempleo-y-subempleo-enemdu/parr.2-9)
21. **INEC** (2014). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo-ENEMDU.* Recuperado de: <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/subempleo-mayor-sector-rural-de.html> parr. 1

- 22. KOTLER, P.** (1995). *Dirección de la Mercadotecnia*. 7ª edición, pag 36
- 23. LOZANO, M. & Piedra, L.** (2010). *Propuesta de un sistema de microfranquicias como alternativa de inversión con menor riesgo para el desarrollo económico en la ciudad de Loja*. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja. Tesis publicada. Recuperado de: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/1383>
- 24. MALDONADO, C.** (2009). *Análisis del desarrollo de Microempresas, bajo el Sistema de Micro franquicias, periodo 2006-2008, en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Escuela Politécnica del Ejército. Tesis publicada. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1504/1/T-ESPE-026632.pdf> pp. 6-8
- 25. MALDONADO, C.** (2009). *Análisis del desarrollo de Microempresas, bajo el Sistema de Micro franquicias, periodo 2006-2008, en el Ecuador*. Quito, Ecuador: Escuela Politécnica del Ejército. Tesis publicada. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1504/1/T-ESPE-026632.pdf> prr. 23
- 26. NIETO, E.** (2010). Creación de una red de franquicias, a partir del negocio actual denominado Lentejitas el sabor, restaurante de la ciudad de Riobamba. Riobamba, Ecuador: escuela Superior Politécnica del Chimborazo, ESPOCH. Tesis publicada.
- 27. OIT** (2013). *Informe de la Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado de: <http://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>.
- 28. ORTÍZ, J. y Márquez, W.** (2011). *Creación de un modelo de microfranquicia en la Industria automotriz multimarca en la ciudad de Guayaquil*. República del Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil. Recuperado de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1771/19/UPS-GT000227.pdf> pp. 13-100
- 29. PERALES, N.** (2008). *Las cadenas de franquicia como una forma de organización plural*. Universidad Complutense de Madrid. Tesis publicada.
- 30. PNUMA** (2014). *Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Medio Ambiente por el desarrollo*. Recuperado de: <http://www.pnuma.org/parr>. 5
- 31. PORTER, M.** (2011). *Claves de una estrategia competitiva*. Recuperado de: <http://yotamience.blogspot.com/2011/09/definicion-de-empleo-desempleo-y.html> parr 1-4
- 32. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA** (2010). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado de: <http://buscon.rae.es/draeI/parr>. 1 -2

- 33. RED BYTE TECH**(2009). *Objetivo del diagnóstico situacional*. Bogotá. Recuperado de: [http://www.redbytetech.com/sitio\\_htm1/servicios\\_diagnostico\\_objetivo.htm](http://www.redbytetech.com/sitio_htm1/servicios_diagnostico_objetivo.htm) parr 1
- 34. S. A.** (2013). Recuperado de: [http://www.itu.int/dms\\_pub/itu-d/opb/hdb/D-HDB-VPD-2007-R1-PDF-S.pdf](http://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/hdb/D-HDB-VPD-2007-R1-PDF-S.pdf)
- 35. S. A.** (2013). Recuperado de: <http://kickstart.org/home/>
- 36. S. A.** (2013). Recuperado de: <http://www.undp.org/.../KENYA%20HEALTHSTORE%20CASE%20SUMMARY.pdf>
- 37. SARAGURO, P.** (2014). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una franquicia Disensa en la ciudad de Zamora*. República del Ecuador: Universidad Nacional de Loja. Recuperado de: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/7617/1/Priscila%20Bernabe%20Saraguro%20S%C3%A1nchez.pdf>. pp. 26 -27
- 38. SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN**(2014). *Portoviejo: Poblacion ocupada por rama de actividad*. Recuperado de: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1301\\_PORTOVIEJO\\_MANABI.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1301_PORTOVIEJO_MANABI.pdf)
- 39. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA**(2014). *Diagnóstico situacional*. Dirección Nacional de Innovación Académica: Bogotá. Recuperado de: [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo\\_2/cap2lecc2\\_2.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc2_2.htm) parr. 1
- 40. VILLALOBOS, M.** (2009). *Aplicación de la Planeación Estratégica a la franquicia de alimentos Chaskafruta*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Tesis publicada.
- 41. WORDPRESS** (2014). *Concepto de planificación - Definición, Significado y Qué es*. Consultado: Recuperado de: <http://definicion.de/planificacion/#ixzz3Q4p6zDUV> parr 1-7
- 42. WORDPRESS** (2014). *Definición de ejecución - Qué es, Significado y Concepto*. Recuperado de: <http://definicion.de/ejecucion/#ixzz3Q4qjGFxQ> parr 1 - 2
- 43. WORDPRESS** (2014). *Concepto de evaluación - Definición, Significado y Qué es*. Recuperado de: <http://definicion.de/evaluacion/#ixzz3Q4sEDsjd> parr 1-5
- 44. WORDPRESS** (2014). *Definición de control - Qué es, Significado y Concepto*. Recuperado de: <http://definicion.de/control/#ixzz3Q4shLCKU> parr 1-2

- 45. ZÚÑIGA, M.**(2009). *Las franquicias en el Ecuador y su aplicación en la ciudad de Babahoyo, como herramienta de desarrollo económico. Caso de aplicación: Rokoko*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Tesis publicada.

## **ANEXOS**



UNIVERSIDAD  
**SAN GREGORIO**  
DE PORTOVIEJO

**CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**PROYECTO DE TESIS**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

**INGENIERO EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**TEMA:**

“Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la  
ciudad de Portoviejo”

**AUTORES:**

EVELYN GABRIELA CHONG NAVARRETE  
MANUEL ANDRÉS GARCÉS ZAMBRANO

Portoviejo – Manabí – Ecuador

2014

# ÍNDICE GENERAL

1. MARCO REFERENCIAL	Pág.
1.1. Problema.....	1
1.2. Tema.....	1
1.3. Antecedentes.....	1
1.4. Contextualización del problema.....	5
1.5. Prognosis.....	7
1.6. Delimitación del problema.....	7
1.7. Objetivos.....	8
1.7.1 General.....	8
1.7.2 Específicos.....	8
1.8. Justificación.....	9
2. MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes investigativos.....	10
2.2. Marco conceptual.....	16
2.3. Hipótesis.....	22
2.3.1. Hipótesis lógica.....	22
2.3.2. Hipótesis nula.....	22
2.3.3. Hipótesis estadística.....	22
2.4. Identificación de las Variables.....	23
2.4.1. Variable independiente.....	23

2.4.2. Variable dependiente.....	23
2.5. Operacionalización de las variables.....	24
2.6. Plan Analítico.....	26

### 3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación.....	30
3.2. Modalidad de investigación.....	31
3.3. Métodos de investigación.....	32
3.4. Técnicas de investigación.....	32
3.5. Recursos.....	33
3.5.1 Humanos.....	33
3.5.2 Materiales.....	33
3.5.3 Tecnológicos.....	33
3.5.4 Económicos.....	33
3.6. Población y muestra .....	33
3.6.1. Tipo de muestra.....	34
3.6.2. Tamaño de la muestra.....	34
3.7. Presentación, análisis e interpretación de los resultados.....	35
3.8. Presupuesto.....	36
3.9. Cronograma.....	37
3.10. Bibliografía.....	38

ANEXOS.....	41
-------------	----

# **1. MARCO REFERENCIAL**

## **1.1. PROBLEMA**

Insuficientes micro franquicias que promuevan el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo.

## **1.2. TEMA**

Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo.

## **1.3. ANTECEDENTES**

En muchos de los países desarrollados, existe un porcentaje significativo de la población, comúnmente de inmigrantes y propios del lugar, que sufren de desempleo o viven en condiciones de pobreza, debido a la falta de fuentes de empleo, o a la capacidad de crear una forma innovadora de subsistencia, para ellos y sus familias, que redunde en un mejoramiento de la economía familiar y social.

En el caso de España, donde son muchos los inmigrantes ecuatorianos que han llegado, algunos para quedarse, otros, de paso, hasta conseguir algunas metas personales que contribuyan a mejorar sus condiciones de vida; han vivido en carne propia, el

desempleo, y el empleo en fuertes labores dentro de la industria, en los campos agrícolas, o en residencias de familias apoderadas, por una paga que en algunos de los casos, les ha sido suficiente para pagar los gastos de alimentación y de alquiler.

Esta necesidad de crear empleo y riqueza sostenible, ha hecho que se incorporen nuevos modelos de negocio, derivados de las franquicias, estos son las microfranquicias, que son actividades ya probadas, con una marca de prestigio, que aporta toda la formación necesaria al franquiciado para ponerla en marcha y, sobretodo, con un bajo nivel de inversión, que equivale a mínimos gastos fijos mensuales. Lo cual convierte a la microfranquicia en “un negocio 100% “llave en mano”, un valor que sin duda alguna está generando una enorme oportunidad para personas con espíritu de trabajo y de superación que quieren apostar por una sociedad con mayor calidad de vida y bienestar”. (Alares, 2006, párr. 3).

De acuerdo a Sánchez (2010), “los nuevos modelos sociales y económicos convierten a la microfranquicia en la mejor opción para crear riqueza y empleo sostenible” (párr. 1). La microfranquicia está al alcance de cualquier persona, como una salida profesional, lista para ser ejecutada.

Las microfranquicias pueden considerarse como una receta funcional para combatir la crisis económica por la que atraviesan muchas familias de los estratos sociales medios y bajos, mediante el emprendimiento de negocios, con un mínimo de inversión, pero con una máxima seguridad. Las microfranquicias son equivalentes al autoempleo, una

alternativa al desempleo, mucho más seguro y atractiva, pues no existe el riesgo al que se somete una persona cuando quiere emprender un nuevo negocio solo.

El Ecuador no está desvinculado de la realidad mundial, en que son cada vez más las personas que buscan nuevos mecanismos de ingresos, con poco capital y la seguridad que una microfranquicia le puede otorgar. De esta forma, se ha evidenciado que las franquicias que tienen mayor tiempo operando en el país, son las de comidas rápidas como Mc Donalds y Kentucky Fried Chicken, pero es conocido que no están localizadas en todo el Ecuador, por lo que el impacto socio económico que generan, no puede considerarse como totalmente efectivo, por cuanto sus beneficios no han sido multiplicadores.

Así, con el paso de los años han surgido otras franquicias importadas, que mantienen un mercado cautivo dentro de los malls, localizados en las ciudades más grandes del país, como Quito y Guayaquil, pues poseen las características que los franquiciadores exigen como son, un alto de número de visitantes, facilidad para la apertura de locales y una amplitud de horario comercial; pero que al igual que las primeras, no presentan esa alternativa al desempleo y al desarrollo de la economía local.

Es visible entonces, que las micro franquicias han estado inexistentes en el país, pues el mercado ha estado prácticamente dominado por las franquicias extranjeras, hasta hace poco tiempo en que surgieron las primeras franquicias ecuatorianas como Churrín Churrón, Disensa, HUPS, Escoffee, Frutanga que ya se han lanzado a nuevas experiencias en otros países. Otras franquicias ecuatorianas exitosas son Docucentro y

Farmacias Cruz Azul, en campos diferentes como las tecnologías informáticas y los servicios farmacéuticos respectivamente.

Un ejemplo de las micro franquicias extranjeras que han incursionado en el mercado ecuatoriano es Juan Chichero de Venezuela, que con poca inversión promovió a que los pequeños empresarios ecuatorianos consideren que sus microempresas también pueden ser franquiciables, así nacieron Yogurtito, Rikoko, Koktelitos. (Maldonado, 2009)

En el entorno manabita, especialmente en la ciudad capital, Portoviejo, el establecimiento de microfranquicias es prácticamente inexistente, aunque podrían generarse algunas ideas de microfranquicias de negocios exitosos ya existentes en el mercado local, así los ya famosos sandwiches de Bocatta, los ceviches de Zavalita, los corviches y tortillas del Jean Pierre, son entre otras, ideas de microfranquicias que perfectamente pueden emprenderse en ciudades vecinas, como Manta, Chone, Calceta y cualquier otro cantón manabita.

#### **1.4. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA**

Las microfranquicias se originan de las franquicias tradicionales, que básicamente consiste en reproducir un negocio exitoso mediante un proceso sistematizado, en otro lugar, del cual participan el franquiciador y el franquiciado, el primero es quien posee todos los derechos del negocio y es quien vende o da en licencia un negocio sistematizado al segundo, que es quien administrará el negocio bajo el mismo nombre,

como parte de una red, siguiendo la metodología de operación y el apoyo del franquiciador, a cambio del pago de honorarios.

Este modo de operación, hace que sea el franquiciador quien tenga el mando, controlando los aspectos macro del negocio, como la creación y comercialización de la marca, la adquisición de los insumos, el perfeccionamiento constante del modelo y la contratación y capacitación de los operadores de la franquicia.

Las microfranquicias se han venido desarrollando, fundamentadas en el tradicional concepto del sistema de franquicias, pero han evolucionado en contraposición de éstas, al plantearse como propósito social, el ofrecer oportunidades a las personas de los estratos sociales bajos y escasos recursos económicos, por ser este tipo de personas, las que comúnmente carecen de oportunidades, habilidades y sobre todo del capital para poder invertir en un negocio que los conduzca al éxito económico. De esta manera, las microfranquicias les brindan una oportunidad de ser los dueños de su propio negocio, administrarlo, y disfrutarlo, ya que al mismo tiempo, están en contacto con sus clientes, el contexto local y las condiciones de los microfranquiciadores.

Actualmente las microfranquicias tienen un efecto multiplicador, pues se han convertido en un modelo de negocios que involucran empresas con fines de lucro, instituciones financieras que otorgan microcréditos, gobiernos seccionales y a los microfranquiciados.

Cada cual hace su trabajo, las instituciones financieras otorgan el capital de trabajo, con la oportunidad de crecimiento de su cartera de inversión, tanto en nuevos clientes,

cuanto en la nueva colocación del capital; las empresas con fines de lucro tienen la oportunidad de expandirse, a través de la distribución masiva de sus productos, que les generaría mayores ventas y un crecimiento empresarial sostenible; los gobiernos seccionales estarían contribuyendo al buen vivir, a través del trabajo digno que mejoraría los ingresos familiares y de la comunidad; los microfranquiciados lograrían cristalizar una fuente segura de trabajo, donde es capacitado por la empresa microfranquiadora, para realizar eficazmente sus funciones.

## **1.5. PROGNOSIS**

¿Qué pasaría con el desarrollo de la economía, si no se aplica adecuadamente el sistema de microfranquicias en la ciudad de Portoviejo?

## **1.6. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**CAMPO:** Comercial

**ÁREA:** Microfranquicias

**ASPECTO:** Desarrollo de la Economía

**PROBLEMA:** Insuficientes micro franquicias que promuevan el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo.

**TEMA:** Las microfranquicias como una alternativa para el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo.

**DELIMITACIÓN ESPACIAL:** La investigación se desarrollará en la ciudad de Portoviejo.

DELIMITACIÓN TEMPORAL: La investigación se realizará en el periodo comprendido entre marzo de 2014 a febrero de 2015.

## **1.7. OBJETIVOS**

### **1.7.1. General**

Analizar el impacto de las microfranquicias en el desarrollo de la economía de la ciudad de Portoviejo.

### **1.7.2. Específicos**

1. Establecer el nivel de conocimiento de las personas sobre las microfranquicias como alternativa al desempleo.
2. Determinar las fuentes de empleo sostenible en la ciudad, relacionado con el número de personas sub ocupadas y desocupadas.
3. Identificar las oportunidades de inversión en el sector productivo, vinculándolo con el crecimiento comercial de la ciudad.
4. Analizar el nivel de interés de expansión de los pequeños negocios, relacionándolo con la poca generación de ingresos.

5. Diseñar una propuesta que coadyuve a la insuficiencia de microfranquicias que promuevan el desarrollo de la economía en la ciudad de Portoviejo.

## **1.8. JUSTIFICACIÓN**

Es importante el estudio del tema de las microfranquicias por múltiples razones, entre las que destacan el poco conocimiento que las personas poseen acerca de éstas, lo cual incluye las ventajas, características posibilidades, y sobre todo las oportunidades de poner en marcha un negocio que tiene visible éxito y que tiene el respaldo de la persona (s) o empresa que lo ideó (microfranquiciador), para generar ingresos económicos y fuentes de empleo.

El tema es actual o contemporáneo, ya que las microfranquicias nacen de las franquicias, pero con el agregado social, es decir que a diferencia de las segundas, las microfranquicias ofertan mayores oportunidades de trabajo, tanto a nivel administrativo (microfranquiciado), cuanto a nivel operativo (empleados), constituyéndose en una verdadera alternativa ante el desempleo y sub empleo que existe en el medio social.

Tiene relevancia académica porque es una tesis de investigación sobre un tema de utilidad colectiva que pone de manifiesto la importancia del conocimiento de nuevas herramientas que generen productividad, trabajo e ingresos económicos, en la teoría como en la práctica, a nivel de estudiante, cuanto de docente y de profesional en cualquier rama de las finanzas y las relaciones comerciales.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

En la Universidad Complutense de Madrid, España, en el año 2008, se investigó el tema “Las cadenas de franquicia como una forma de organización plural”, cuyo autor, Narciso Perales, concluyó que las cadenas de franquicias si son una forma de organización plural y ajustan sus características a diversas contingencias, tanto del entorno como de factores propios de cada organización.

En la Universidad Internacional de Catalunya, España, en el año 2013, se investigó el tema “La Franquicia en España: Estudio y evolución de las redes mixtas. Propuesta de un modelo predictivo de tipo polinómico”, cuyo autor Alain Fleis, concluyó que la intensificación de la competencia inherente a la globalización de los intercambios obliga a las empresas comerciales que se ven amenazadas a modificar sus organizaciones y se observa una inter-relación organizacional a través del establecimiento de redes y de la externalización de los recursos, también llamado out sourcing. A nivel local, el emprendedor de la “microeconomía” carece de medios para penetrar en el mercado adecuado, ser más competitivo, realizar campañas de marketing eficientes.

En la Universidad Autónoma de Aguascalientes, en México, en el año 2009, se investigó el tema “Aplicación de la Planeación Estratégica a la franquicia de alimentos

Chaskafrutas”, cuya autora, María Guadalupe Villalobos Gonzáles, concluyó que el segmento industrial al que pertenece Chaskafrutas, es atractivo por existir pocos negocios que compitan directamente con todos nuestros productos. Hay negociaciones que se dedican solo a helados de yogurt o solo a alimentos de tipo snack pero son pocos los que manejan nuestra mezcla de productos. Sin embargo si existe una fuerte competencia con productos sustitutos lo que hace al mismo tiempo incrementar el poder en los clientes al existir productos no iguales en la competencia pero que por el precio suplen a los nuestros. Por ello no se puede incrementar los precios sin un estudio bien fundamentado por ser un factor determinante en la negociación. El poder de negociación de los proveedores es fuerte, por la naturaleza del negocio en el que el franquiciante, La Huerta, es el único proveedor de los insumos.

En el Instituto Politécnico Nacional de México, en el año 2009, se investigó el tema “Las franquicias como una opción de crecimiento para las microempresas: propuesta de un modelo”, cuya autora, Leticia Refugio Chavarría López, concluyó que los sistemas de franquicias como una forma de expansión de las empresas no debe ser totalitarios, ni una solución a problemas financieros, sino una forma de hacer negocio con un espíritu emprendedor. De acuerdo a los resultados de esta investigación y el análisis de los datos, poco más del 85% de los encuestados, reportó ser la primera vez que visitaba eventos relacionados con la adquisición de franquicias, por lo que se puede deducir que pocos inversionistas en franquicias tienen conocimiento sobre el manejo de negocios y no tienen acceso a la información correspondiente. Las principales ocupaciones son a nivel profesionalista, empleado o trabajadores de forma independiente, pero pocos conocen el manejo de un negocio formal.

A pesar de que se ha presentado un entorno difícil para crear empresas exitosas en nuestro país, los inversionistas prefieren invertir en franquicias, porque representan una forma más rápida, no sólo para entrar al mundo de los negocios, sino también para acceder a nuevas tecnologías, estrategias de mercado, capacitación de personal y productos y servicios reconocidos y ampliamente aceptados por el consumidor. Han existido empresas con recursos bajos que han logrado franquiciar sus negocios y gracias a ello actualmente algunas exportan sus marcas al extranjero, esto demuestra que es posible tener éxito, y que solo es cuestión de que nuestros empresarios se decidan a modificar su cultura empresarial y esto los llevará al éxito.

En la Universidad Dr. José Matías Delgado, de San Salvador, El Salvador, en el año 2009, se investigó el tema “Guía para la concesión de franquicias en las empresas salvadoreñas del sector Alimentos”, cuyos autores, Tania Vanessa Amaya Corleto, Oscar Francisco Ayala Bichara y Fátima Lorena Quijada Guevara, concluyeron que, aunque la llegada de las primeras franquicias a Centroamérica data de la década de los setenta, cuando el gigante McDonald's incursionó, junto con marcas como Hardee's y Pizza Hut, y en los siguientes 25 años la región se siguió poblando de franquicias extranjeras, no fue hasta 1994 cuando la guatemalteca Pollo Campero marcó una nueva etapa: una empresa centroamericana empezaba a franquiciar.

Hay un antes y un después de Pollo Campero: fue la bandera de salida para todos los centroamericanos. Pero desde ese hito, pasaron siete años para que se generara el boom de franquicias locales en los distintos países, agrega Fernández. La industria,

formalmente, nació en 2001 en la región. Desde esa fecha, ha crecido 1,500%, expresa el analista, quien también es director comercial de la empresa consultora Francorp, para México, C. A. y el Caribe. Mientras que en 2001 el 99% de las franquicias que operaban en la región eran importadas, ahora solo el 76% lo son. La mayoría proviene de Estados Unidos, pero también las hay mexicanas, españolas, argentinas y brasileñas.

En la Escuela Politécnica del Ejército, en Ecuador, en el año 2009, se investigó el tema “Análisis del desarrollo de Microempresas, bajo el Sistema de Micro franquicias, periodo 2006-2008, en el Ecuador”, cuya autora, Cristina Alexandra Maldonado Cárdenas, concluyó que, la micro franquicia, que son franquicias de baja inversión, su precio en el mercado llega hasta los \$12 000 y pequeños empresarios que optaron por expandir su negocio a través de este método son muestra de que las microempresas ecuatorianas pueden replicarse a través del sistema de micro franquicia, tales son los ejemplos de Koktelitos, Pañaleras Pototín, Hot dogs de la Gonzáles Suárez, entre otros.

En la Universidad Técnica Particular de Loja, en Ecuador, en el año 2010, se investigó el tema “Propuesta de una metodología para el desarrollo de un sistema de micro franquicias en el Ecuador, como una opción estratégica para el crecimiento económico del país”, cuya autora, Johanna Contreras, concluyó que las microfranquicias se propagan a nivel mundial como una herramienta real, desarrolladora de microempresarios exitosos.

En la Escuela Superior Politécnica del Litoral, en Ecuador, en el año 2009, se investigó el tema “Las franquicias en el Ecuador y su aplicación en la ciudad de Babahoyo, como

herramienta de desarrollo económico. Caso de aplicación: Rokoko”, cuya autora, Mariuxi Zúñiga, concluyó que actualmente existen locales franquiciados sin entorno. No se encontró suficiente información sobre estos negocios.

En la Universidad Nacional de Loja, en Ecuador, en el año 2010, se investigó el tema “Propuesta de un sistema de microfranquicias como alternativa de inversión con menor riesgo para el desarrollo económico en la ciudad de Loja”, cuyas autoras, la Dra. Martha Lozano y la Lic, Lilia Piedra, concluyeron que las franquicias son el más y exitoso método de expansión empresarial de cuantos existen en la actualidad; impactan de manera positiva la economía del país en donde se encuentran.

En la Universidad Técnica de Manabí, en Ecuador, en el año 2013, se investigó el tema “La incidencia al crecimiento y desarrollo del sector empresarial del cantón Portoviejo, con el sistema de franquicia (Holcim y cruz azul). Periodo 2004 – 2007”, cuyas autoras, Yanine García Tuárez y Laura Alcívar Moreira, concluyeron que el sistema de franquicias en la provincia de Manabí, una región con múltiples necesidades y limitaciones busca mejorar su estándar de comercialización, que permitirá la expansión, el crecimiento y desarrollo del sector empresarial, así como también de determinados tipos de actividades comerciales o industriales, por parte de empresas que carecen del capital suficiente para hacer inversiones directas y para sus programas de expansión.

Por ello se ha desarrollado esta investigación que permite explorar sobre la incidencia al crecimiento y desarrollo del sector empresarial del cantón Portoviejo, con el sistema de Franquicia y para ello se escogió dos empresas que impulsan su actividad comercial a través de las franquicias como son las empresas Holcim y Cruz Azul, como una muestra

de esta estrategia que permite tener acceso a una nueva fuente de capitales, sin perder o diluir el control del sistema de marketing, evitar los gastos fijos elevados que implican generalmente un sistema de distribución por almacenes propios, cooperar con los distribuidores independientes, pero altamente motivados por ser propietarios de sus negocios, cooperar con los hombres de negocios locales bien integrados en medio de la ciudad, de la región o del país, crear una nueva fuente de ingresos basada en el saber aplicar las franquicias, realizar un aumento rápido de las ventas, teniendo el éxito un efecto bola de nieve y beneficiarse de las economías de escala gracias al desarrollo del sistema de franquicia que es un tipo de contrato utilizado en comercio por el que una parte llamada franquiciante cede a otra llamada franquiciado la licencia de una marca así como métodos de hacer negocios a cambio de una tarifa periódica o royalty.

## **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **Microfranquicia**

Son negocios que se pueden replicar de una manera muy fácil, con características que permiten a los microempresarios desarrollar e iniciar negocios, todo esto mediante las metodologías de las ya conocidas franquicias. Constituye entonces una oportunidad para que las personas de escasos recursos puedan adquirir pequeños negocios, con el respaldo de uno más grande y exitoso. (Ortiz y Márquez, 2011)

### **Franquicia**

Contrato por el que una empresa concede a otra mediante el derecho a la explotación de una marca, asegurándole una ayuda destinada a facilitar esa explotación. Libertad y

exención que se concede a una persona para no pagar derechos por las mercancías que introduce o extrae, o por el aprovechamiento de algún servicio público.

Es un acuerdo o convenio por el que una empresa, generalmente en fase expansiva, proporciona a otra, que busca fortalecer su posición en el mercado u obtener una exclusiva, asistencia, conocimientos, experiencia, imagen, junto a servicios, financiación y productos. Es el derecho otorgado a un comerciante para la distribución y venta de los productos de un fabricante. También esta relación puede darse de fabricante a fabricante.

(Diccionario de Economía, 2010)

### **Análisis**

Distinción y separación de las partes de un todo, para llegar mejor al conocimiento de sus componentes y de sus interacciones recíprocas. . (Diccionario de Economía, 2010)

### **Desarrollo económico**

En un sentido inmediato expresa simplemente crecimiento económico, el aumento de los bienes y servicios que produce una nación, generalmente medido como producto bruto o ingreso per cápita. En la bibliografía se lo ha utilizado, más específicamente, para referirse al estado al que arriba un país cuando su economía despliega sus potencialidades y se acerca al alto consumo en masa.

En tal sentido se habla de países *desarrollados*, que son los más adelantados en cuanto a niveles de producción, tecnología y productividad, y países *subdesarrollados* o, más eufemísticamente, *en vías de desarrollo*, para referirse a las economías de menores niveles de ingreso y productividad, que generalmente concentran su producción en el

sector primario. Suele hablarse también, aludiendo a la primera categoría, de países *industrializados*, aunque la orientación de las modernas economías hacia los servicios ha restado algo de sentido a esta denominación. (Diccionario de Economía, 2010)

### **Economía**

El vocablo economía tiene al menos tres significados diferentes. Por una parte es sinónimo de ciencia económica; en otro sentido, se utiliza para designar el sistema económico concreto existente en un país o región, como cuando se habla de "la economía japonesa", por ejemplo.

Por último, y más apegada a la etimología del término, la palabra economía significa, en el lenguaje corriente, la administración recta y prudente de los bienes, el ahorro de tiempo, materiales o trabajo. Esta acepción, en términos ya algo más técnicos, significa entonces el uso óptimo de los recursos de forma que una cantidad dada de los mismos produzca la mayor satisfacción o utilidad. En este sentido, pues, economía es sinónimo de eficiencia, de escogencia entre medios escasos para el logro de fines determinados con lo cual se establece un vínculo teórico con el primero de los significados mencionados. . (Diccionario de Economía, 2010)

### **Negocio**

Nombre genérico que se da a cualquier firma comercial. También es sinónimo de operación. (Diccionario de Economía, 2010)

## **Inversión**

Es el gasto dedicado a la adquisición de bienes que no son de consumo final, bienes de capital que sirven para producir otros bienes. En un sentido algo más amplio la inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización de proyectos que se presumen lucrativos. Conceptualmente la inversión se diferencia tanto del consumo como del ahorro: con respecto a este último, porque es un gasto, un desembolso, y no una reserva o cantidad de dinero retenida; con respecto al consumo, porque no se dirige a bienes que producen utilidad o satisfacción directa, sino a bienes que se destinan a producir otros bienes.

En el sentido corriente se habla de inversión cuando se colocan capitales con el objeto de obtener ganancias, aunque las mismas se produzcan gracias a la compra de acciones, títulos o bonos que emiten las empresas y que les sirven a éstas para incrementar su capital. Se habla entonces de inversión *financiera*, para distinguirla así de la inversión *real* que responde a la definición dada previamente. Esta última puede dividirse, para fines analíticos en: inversión *fija*, que corresponde a la compra y reposición de bienes de capital; inversión en bienes en proceso e inversión en stocks, o bienes finales. (Diccionario de Economía, 2010)

## **Empleo**

Es la ocupación o el trabajo que tiene una persona. La oferta de trabajo está conformada por las personas que, en un momento dado, desean trabajar a los salarios corrientes; la demanda de trabajo la realizan las empresas, que requieren de este factor productivo para realizar sus actividades.

Estas dos fuerzas confluyen en un espacio geográfico determinado y de su resultante emerge, como en cualquier otro mercado, el precio de la mercancía, que en este caso es el salario. No obstante, el mercado de trabajo posee ciertas particularidades que lo distinguen de los otros mercados, especialmente por la falta de completa movilidad. (Diccionario de Economía, 2010)

### **Desempleo**

Ausencia de empleo u ocupación: están desocupadas o desempleadas aquellas personas que, deseando trabajar, no encuentran quien las contrate como trabajadores. Para que exista una situación de desempleo, sin embargo, es necesario que la persona no sólo desee trabajar sino que además acepte los salarios actuales que se están pagando en un momento dado. También suele hablarse, en un sentido menos preciso, del desempleo de otros factores productivos: tierra, maquinarias, capital, etc.

El desempleo, además, es producido también por factores de tipo legal o *institucional*: cuando las autoridades de un país fijan un salario mínimo impiden que se ofrezcan colocaciones a un nivel inferior a éste, con lo que no es posible el descenso de los salarios reales y se dificulta el crecimiento de la demanda de trabajo; del mismo modo opera la fijación de salarios diferenciales para diversas categorías de trabajadores y cualquier limitación al desplazamiento de la mano de obra, ya sea geográfica o según ramas de actividad. (Diccionario de Economía, 2010)

## **Subempleo**

Suele llamarse subempleados, en las estadísticas sobre ocupación, al conjunto de personas que no trabajan un número mínimo de horas a la semana o que lo hacen sólo de modo esporádico, sin suficiente regularidad. Si el trabajador, sin embargo, por cualquier motivo, desea permanecer en esta situación, no puede hablarse técnicamente de subempleo, pues es sólo una persona ocupada que tiene una función de utilidad ocio/trabajo diferente al promedio existente en la economía.

Hay subempleo en cambio cuando el trabajador no encuentra una colocación que le permita incrementar su tiempo de ocupación. Esto puede ocurrir por causa de deficiencias estructurales de la economía o de un mercado en especial. (Diccionario de Economía, 2010)

## **2.3. HIPÓTESIS**

### **2.3.1. LÓGICA**

Las microfranquicias impactan significativamente en el desarrollo económico de la ciudad de Portoviejo.

### **2.3.2. NULA**

Las microfranquicias no impactan significativamente en el desarrollo económico de la ciudad de Portoviejo.

### **2.3.3. ESTADÍSTICA**

$$H_1 = a > b$$

$$H_0 = a \leq b$$

En que:

$$a = VI$$

$$b = VD$$

$H_1$  = hipótesis lógica

$H_0$  = hipótesis nula

## **2.4. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES**

### **2.4.1. VARIABLE INDEPENDIENTE**

Microfranquicias

### **2.4.2. VARIABLE DEPENDIENTE**

Desarrollo económico

## 2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

### 2.5.1. LAS MICROFRANQUICIAS

Conceptualización	Categoría	Indicador	Ítem básico	Técnicas o instrumentos
Las microfranquicias son negocios que se pueden replicar de una manera muy fácil, con características que permiten a los microempresarios desarrollar e iniciar negocios, todo esto mediante las metodologías de las ya conocidas franquicias. Constituye entonces una oportunidad para que las personas de escasos recursos puedan adquirir pequeños negocios, con el respaldo de uno más grande y exitoso. (Ortiz y Márquez, 2011)	Oportunidades que ofrecen las microfranquicias	Creación de riqueza Negocio listo Acceso de cualquier persona	1. ¿Conoce usted lo que son las microfranquicias?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.
	Fuentes de empleo sostenible.	Alternativa al desempleo Ingreso permanente Trabajo seguro	2. ¿Considera usted que en Portoviejo existen pocas fuentes de empleo sostenible?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.
	Oportunidad de inversión.	Mínima inversión Máxima seguridad No existe riesgo	3. ¿Cree usted que son muy limitadas las oportunidades de inversión en el sector productivo?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.
	Expansión de pequeños negocios existentes.	Nuevas líneas de negocio. Incremento de ingresos Mejoramiento de las condiciones de vida	4. ¿Piensa usted que podría expandir su pequeño negocio?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.

## 2.5.2. DESARROLLO DE LA ECONOMÍA

Conceptualización	Categoría	Indicador	Ítem básico	Técnicas o instrumentos
El desarrollo económico es la capacidad de los países para crear una mayor riqueza con la finalidad de promover el bienestar económico y social de sus habitantes, está compuesto por un conjunto de transformaciones políticas, económicas y sociales, las cuales son fruto del crecimiento económico sin embargo no siempre este crecimiento da como resultado el desarrollo debido a la inexistencia de las transformaciones mencionadas anteriormente. (Carpio, 2009)	Alternativas al desempleo	Microfranquicias Negocio informal Autoempleo	1. ¿Qué alternativas al desempleo ha encontrado usted?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.
	Ocupación y sub ocupación	Ocupación fija Ocupación medio tiempo Ocupación temporal	2. ¿Usted es una persona con un ocupación fija o sub ocupación?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.
	Crecimiento comercial en la ciudad	Desarrollo de comercios Desarrollo microempresarial Incremento de la ocupación	3. ¿Cómo ve usted el crecimiento comercial de la ciudad?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.
	Generación de ingresos	Adquisición de bienes, Inversión de dinero. Generación de fuentes de empleo.	4. ¿Considera usted que su actividad comercial genera suficientes ingresos?	Encuesta a la PEA de Portoviejo.

## **2.6. PLAN ANALÍTICO**

### **CAPÍTULO I**

#### **1. LAS MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO**

##### **1.1. LAS MICROFRANQUICIAS**

1.1.1. Oportunidades que ofrecen las microfranquicias

1.1.2. Alternativa al desempleo

1.1.3. Ventajas de las microfranquicias

1.1.4. Tendencias de las microfranquicias

##### **1.2. LAS MICROFRANQUICIAS EN EL MUNDO**

##### **1.3. LAS MICROFRANQUICIAS EN EL ECUADOR**

##### **1.4. NEGOCIOS POSIBLES PARA MICROFRANQUICIAS**

##### **1.5. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA PEA DE PORTOVIEJO SOBRE EL NIVEL DE CONOCIMIENTO QUE TIENEN DE LAS MICROFRANQUICIAS**

1.5.1. Análisis e interpretación de los resultados

##### **1.6. ESTABLECIMIENTO DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS PERSONAS SOBRE LAS MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA AL DESEMPLEO.**

### **CAPITULO II**

#### **2. FUENTES DE EMPLEO SOSTENIBLE EN PORTOVIEJO.**

##### **2.1. EL EMPLEO**

##### **2.2. FUENTES DE EMPLEO SOSTENIBLE**

##### **2.3. OCUPACIÓN Y SUBOCUPACIÓN**

- 2.4. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS DEL ÚLTIMO CENSO SOBRE EMPLEO Y SUBEMPLEO
- 2.5. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA PEA DE PORTOVIEJO SOBRE LAS FUENTES DE EMPLEO SOSTENIBLE EN LA CIUDAD
  - 2.5.1. Análisis e interpretación de los resultados
- 2.5. DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE EMPLEO SOSTENIBLE EN LA CIUDAD DE PORTOVIEJO Y RELACIÓN CON EL NÚMERO DE PERSONAS SUB OCUPADAS Y DESOCUPADAS.

### **CAPÍTULO III**

#### **3. OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO.**

- 3.1. EL SECTOR PRODUCTIVO DE PORTOVIEJO
- 3.2. OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO
- 3.3. CRECIMIENTO COMERCIAL DE PORTOVIEJO
- 3.4. RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL SECTOR PRODUCTIVO DE PORTOVIEJO
  - 3.4.1. Análisis e interpretación de los resultados
- 3.5. DETERMINACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN EL SECTOR PRODUCTIVO, QUE INCENTIVAN EL CRECIMIENTO COMERCIAL DE LA CIUDAD.

## **CAPÍTULO IV**

### **EXPANSIÓN DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS Y SU GENERACIÓN DE RECURSOS ECONÓMICOS.**

#### 4.1. PEQUEÑOS NEGOCIOS EN PORTOVIEJO

##### 4.1.1. Posibilidades de expansión de los pequeños negocios existentes

#### 4.2. GENERACIÓN DE INGRESOS

#### 4.3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL SECTOR PRODUCTIVO DE PORTOVIEJO SOBRE LA EXPANSIÓN DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS Y LA GENERACIÓN DE INGRESOS

##### 4.3.1. Análisis e interpretación de los resultados

#### 4.4. ANÁLISIS DEL DESINTERÉS DE EXPANSIÓN DE LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS Y SU RELACIÓN CON LA ESCASA GENERACIÓN DE INGRESOS.

## **CAPÍTULO V**

### **5. PROPUESTA**

#### 5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

#### 5.2. JUSTIFICACIÓN

#### 5.3. OBJETIVOS

#### 5.4. BENEFICIARIOS

#### 5.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

#### 5.6. METODOLOGÍA

#### 5.7. SUSTENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

#### 5.8. CRONOGRAMA

## 5.9. PRESUPUESTO

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

## **3. METODOLOGÍA**

### **3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo de la investigación se utilizarán los tipos: exploratoria, descriptiva, analítica, sintética y propositiva.

Exploratoria

Es de tipo exploratoria por cuanto, para familiarizarse con el problema, se necesitará encuestar a la PEA del cantón Portoviejo para verificar su nivel de conocimiento sobre las microfranquicias y todas las ventajas que implica, el poner en marcha un negocio de este tipo, como una alternativa eficaz contra el subempleo y desempleo.

Descriptiva

Por cuanto permitirá el análisis comparado de las oportunidades que las microfranquicias involucran con la puesta en marcha de cualquier pequeño negocio que no sigue un esquema probado y sistematizado como lo hacen las microfranquicias.

Analítica

Permitirá el análisis de la información y de los resultados obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, como son la encuesta y la entrevista.

Sintética

Se utilizará para la elaboración de las conclusiones, una vez que se ha concluido el trabajo de investigación.

Propositiva

Se utilizará para la elaboración de la propuesta alternativa de la investigación.

### **3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

Se aplicarán dos tipos de modalidades de la investigación, la bibliográfica y la de campo.

La modalidad bibliográfica se aplicará en la revisión de todos los libros, textos, enciclopedias, artículos científicos de revistas, semanarios, periódicos, tesis de grado,

doctorales, etc., que servirán como fuente de consulta para el desarrollo de la investigación.

La modalidad de campo se utilizará cuando se apliquen las técnicas de recolección de datos a la muestra poblacional, es decir las encuestas a la PEA de la ciudad de Portoviejo.

### **3.3. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Se emplearán dos tipos de métodos en la investigación, estos son el método analítico y el método hipotético - deductivo.

El método analítico se aplicará para fundamentar el análisis del impacto de las microfranquicias en la economía del cantón.

El método hipotético – deductivo se empleará para la comprobación de la hipótesis planteada en la investigación, ya sea la hipótesis lógica o la hipótesis nula.

### **3.4. TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

Se utilizará como técnica de recolección de la información la encuesta, la cual se aplicará a la población económicamente activa del cantón Portoviejo para investigar el nivel de conocimiento que tienen sobre las microfranquicias.

### **3.5. RECURSOS**

#### 3.5.1. Humanos

Investigadoras, Población Económicamente Activa de Portoviejo y Director de Tesis

#### 3.5.2. Materiales

Hojas bond A4, esferos, lápices, borrador, corrector, cuaderno, carpetas, grapadora, textos, revistas, periódicos, copias, anillados, empastados.

#### 3.5.3. Tecnológicos

Laptop, pendrives, internet, impresora, calculadora, cámara digital, teléfono móvil, cd room, scáner, infocus.

#### 3.5.4. Económicos

El costo de la investigación alcanzará los 762,30 dólares americanos; los cuales serán financiados por autogestión.

### **3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población o universo poblacional estará conformada por el total de la población económicamente activa del cantón Portoviejo, que corresponde a 102.175 habitantes.

### 3.6.1. Tipo de muestra

El tipo de muestra será aleatoria

### 3.6.2. Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula estadística:

**n**= Muestra

**N**= Población = 102.175

**P**= Nivel de ocurrencia 50% = 0,50

**Q**= Nivel de no ocurrencia 50% = 0,50

**z**= Nivel de confiabilidad 95% = 1.96

**e**= Margen de error 5% = 0,05

$$n = \frac{z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{z^2 \cdot P \cdot Q + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5)(0,5)(102.175)}{(1,96)^2 \cdot (0,5)(0,5) + (102.175)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,84)(0,5)(0,5)(102.175)}{(3,84)(0,5)(0,5) + (102.175)(0,025)}$$

$$n = \frac{98.129,11}{0,96 + 255,44}$$

$$n = \frac{98.129,11}{256,40}$$

$n = 382,72$

El tamaño de la muestra será de 383 habitantes que son parte de la población económicamente activa del cantón Portoviejo.

### **3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Para la recolección de datos se aplicarán encuestas a la población económicamente activa del cantón Portoviejo. En estos instrumentos se recogerán los datos relacionados con la actividad que desempeñan y su interés por las microfranquicias como una alternativa de empleo sostenible.

Con la aplicación de estos instrumentos de recolección de información se podrá fundamentar los objetivos de la investigación, basados esencialmente en el impacto de las microfranquicias sobre el desarrollo económico del cantón.

Para procesar toda la información recopilada durante el trabajo de campo, se empleará el programa Microsoft Excel 2010, con el cual se realizarán los cuadros y gráficos estadísticos que permitirán mostrar los resultados de la investigación. Estos resultados serán analizados y discutidos, contrastándolos con las investigaciones de varios autores citados en el marco teórico de este trabajo investigativo.

## PRESUPUESTO

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Valores	
			Unitario	Total
Papelería	Resmas	5	4.00	20,00
Suministro de tinta	Cartuchos	5	20.00	100,00
Fotocopias	Unidad	2000	0.04	80,00
Internet	Horas	70	1.00	70,00
Fotografías	Unidades	30	1.00	30,00
Transporte	boletos	60	1.00	60,00
Alimentación	almuerzos	60	3,00	180,00
Recargas móviles	recarga	40	3,00	120,00
Pendrives	U	2	16,00	32,00
Cd's	U	2	0,5	1,00
Imprevistos 10%				69,30
<b>TOTAL</b>				<b>\$762,30</b>

## CRONOGRAMA

Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aprobación de Proyecto																				
Recopilación de la Información																				
Desarrollo Capítulo I																				
Desarrollo Capítulo II																				
Desarrollo Capítulo III																				
Desarrollo Capítulo IV																				
Desarrollo Capítulo V																				
Conclusiones y Recomendaciones																				
Tesis Completa																				

## Encuesta a la PEA de Portoviejo

1. ¿Qué tanto conoce usted sobre las microfranquicias? Obe 1

Mucho

Poco

Nada

2. ¿Considera usted que las microfranquicias son una alternativa al desempleo en la ciudad de Portoviejo?

Absolutamente

Poco

Nada

3. ¿Usted es una persona con una ocupación fija o sub ocupación? Oe 2

Ocupación fija

Sub ocupación

No tiene trabajo

4. Según su apreciación, ¿Cuáles son las fuentes de empleo más comunes en la ciudad?

Restaurantes

Farmacias

Heladerías

Tiendas de abarrotes

Carretas de comida rápida

Carretas de encebollado y/o ceviche

Venta de ropa

Carretas de venta de helado

Carretas de venta de avena

Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Cree usted que son muy limitadas las oportunidades de inversión en el sector productivo?

Totalmente

Un poco

Nada

6. ¿Considera usted que Portoviejo, ha crecido comercialmente?

Mucho

Poco

Nada

7. ¿Cómo califica ud, la generación de ingresos en su actividad comercial?

Excelente

Bueno

Regular

8. ¿Cree ud que puede expandir su negocio, bajo el sistema de microfranquicias?

Totalmente

Quizás

Para nada

## ÁRBOL DE PROBLEMAS

