



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

PROYECTO:

“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACocha”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERO
COMERCIAL.

AUTOR:

DIEGO A. GUZMAN R.

**Loja – Ecuador
2011**

CERTIFICACIÓN

Loja, Septiembre de 2011

Ing. Com.

Vicente Paul Maldonado.

DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Director de tesis.

Certifico:

Que el presente trabajo de tesis Titulado “**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACocha**” presentado por el señor, Guzmán Rodríguez Diego Alberto, fue dirigido, orientado y revisado en todas sus partes; en vista de que cumple los requisitos de forma y fondo me permito autorizar su presentación, sustentación y defensa.

ATENTAMENTE:

.....
Ing. Com. Vicente Paul Maldonado
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Los criterios, definiciones, ideas y opiniones expuestas en el presente trabajo son de responsabilidad del autor.

AUTOR:

.....

DIEGO GUZMAN

AGRADECIMIENTO

Al terminar el presente trabajo de Tesis quiero dejar un sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, al Área Jurídica Social y Administrativa, y especialmente a la Carrera de Administración de Empresas.

A todas las personas que de una u otra manera han contribuido a la realización de la presente investigación, especialmente a los habitantes del Cantón Paltas los cuales han sido la fuente de información para la culminación con éxito de mi trabajo investigativo.

A mi Madre que ha sido el pilar fundamental para la realización del presente trabajo, Al Ing. Com. Vicente Paul Maldonado y al Ing. Pablo Maldonado que me supieron brindar sus conocimientos, tiempo y sobre todo voluntad para ayudarme a culminar con éxito mi tesis.

DIEGO GUZMAN

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis especialmente a mi Familia, los cuales son los principales contribuyentes para la culminación con éxito de mi tesis, los cuales con su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos un ejemplo a seguir y destacar, sin su apoyo no hubiera culminado el desarrollo de mi tesis con tranquilidad.

También a la Universidad Nacional de Loja el cual fue mí de Campus Educativo, a todas las autoridades por brindarme la oportunidad de formación y capacitarme en tan prestigiosas aulas y poder desarrollar mi proyecto de tesis.

DIEGO GUZMAN

Tema

a. Título

“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACocha”

Resumen

b. Resumen

El presente trabajo investigativo, ha sido realizado en las microempresas de producción "**Panificadoras y Artesanales**" de la ciudad de Catacocha donde se ha podido observar algunas falencias, las mismas que son detalladas sobre su base, se plantea propuestas, alternativas de solución, se indica el uso de las técnicas y encuestas las mismas que se aplicó en un total de 18 gerentes de las microempresas divididas de la siguiente forma 11 panificadoras y 7 artesanales y un total de 81 encuestas para los empleados divididas de la siguiente forma 55 panificadoras y 26 artesanales de dichas microempresas de la Ciudad de Catacocha.

De acuerdo a las encuestas aplicadas y a los datos obtenidos se pudo determinar qué: La información recopilada de las panificadoras de la ciudad de Catacocha; en cuanto a la formación profesional de los gerentes se puede mencionar que del total de 11 panaderías que existen en la ciudad de Catacocha, el 81,82% son nativos de Catacocha, el nivel de educación primaria 9,09% secundaria 72,72% superior 18,18%, el 11,18% tan solo poseen un título profesional. El tiempo que tienen las microempresa en el mercado indicaron, un 18,18% lleva en el mercado 2 años, el 9,09% lleva en el mercado 3 años, 36,37% lleva en el mercado 4 años, el 27,27% llevan 5 años, y el 9,09% tiene su empresa en el mercado 6 años. El financiamiento que utilizaron al crear su microempresa, el 54,55% utilizó capital propio, el otro 45,45% lo realizó por una entidad financiera. En el medio no es fácil acceder a un préstamo bancario lo cual representa el 54,55%, el otro 45,45% opinan que si es fácil acceder a un préstamo bancario.

Los objetivos con los que cuentan las empresas son las siguientes: tratar de buena manera al cliente; aumentar la clientela obtenida; cubrir el mercado local en su totalidad; crear sucursales en Catacocha; ofrecer productos de calidad; tener más recursos que el año anterior; llegar a toda la ciudadanía con nuestro producto; crear fuentes de trabajo en la localidad; fomentar el desarrollo de Catacocha; crear productos de calidad; cuidar la imagen de la microempresa.

La misión con la que cuentan es la siguiente: llegar con el producto a todo el cantón; ofrecer nuestros productos oportunamente a los clientes de Catacocha: aumentar el

tamaño de la microempresa ; aumentar el número de trabajadores en la microempresa; hacer conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha; mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo; posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas;comprar maquinaria eficiente para la producción;remunerar de mejor manera al personal de trabajo; adquirir un local propio para reducir costos en la elaboración; abrir una sucursal en el sector céntrico de Catacocha.

La visión planteada por cada una de estas tenemos:generar buenos valores en todas las personas de la microempresa;aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha;ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha;desempeñarse de manera eficiente y eficaz dentro de lo establecido;ser líderes en todo los ámbitos que requiere la microempresa;favorecer y remunerar el sacrificio del personal de la microempresa;trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral;establecer beneficios económicos a largo plazo;ofrecer productos de calidad y variedad;fomentar el desarrollo el Catacocha;dar buena atención al cliente.Él 63,63% de los encuestados indicó que los objetivos planteados se han cumplido. Él 72,73% opina que llevan un registro de ventas. El 87,50% de los gerentes llevan un registro de ventas diarias. Él 72,73% tiene conocimientos de planeación. Él 81,82% tiene conocimientos de organización. Él 63,64% manifiesta que las microempresas no cuentan con una estructura organizativa definida.

Con lo referente al **FODA** no tienen bien definida. El 63,64% ha recibido cursos de capacitación, el 54,55% indican que la adquieren la materia prima en la localidad, el 27,27% a nivel regional, 18,18% a nivel Nacional, el 72,73% de la materia prima adquieren a crédito con un plazo otorgado de 7 días. Tan solo el 36,36% de las empresas cuentan con tecnología de punta, el 9,09% innova su maquinaria de 1 a 2 años, el 27,27% de 2 a 3 años, el 45,45% de 3 a 4 años y el 18,19% de 5 años en adelante. En la escala de empleados que trabajan en las panificadoras tenemos:

El 54,55% está de 3 a 6 empleados, un 36,36% está de 6 a 9 empleados y el 9,09% de 9 a 12 empleados. El 100% solicitan requisitos para contratar personal. Él 78% que es la mayoría opina que capacita a sus empleados en diferentes áreas. El 63,64% adquieren la materia prima a comisariatos. Los beneficios que tienen son; entrega de

la materia prima en el local, buen servicio y bajos precios. El 81,82% está conforme con los servicios que ofrecen los proveedores. El 100% de los panificadores opinan que existen productos similares en el mercado local como: pasteles, empanadas cachos. El 81,82% manifestaron que tienen dificultad con los productos similares de la competencia. En cuanto a las herramientas que utilizan para enfrentar a la competencia es buena atención, espacio físico adecuado, productos de calidad y buena atención al cliente. El 81,82% de las microempresas tienen identificado a sus clientes potenciales. El 72,73% manifiesta que existe en el medio mano de obra calificada. El ámbito social, legal, cultural, demográfico, político y económico si influyen en las empresas panificadoras, y todas las empresas desean que existan cambios detallados a continuación: Capacitar al microempresario para mejorar la producción, Dar crédito financiero a bajo interés, Facilitar la compra de instrumentos de producción, Que se realice una cooperativa de agremiados, Que las entidades Gubernamentales vendan la mercadería a bajo costo, Que se realice una feria para dar a conocer el producto.

La encuesta se realizó a 7 microempresas artesanales que existen en la ciudad de Catacocha donde se puede decir que el 57,14% son nativos de Catacocha, en cuanto al nivel de educación primaria 42,85% secundaria 42,85% superior 14,29%, el 14,29% tan solo poseen un título profesional. Tan solo el 28,57% poseen título artesanal. El tiempo que tienen las microempresas en el mercado indicaron, un 42,86% lleva en el mercado 2 años, el 14,29% lleva en el mercado 3 años, 28,57% lleva en el mercado 4 años, el 14,29% llevan 5 años.

El financiamiento que utilizaron al crear su microempresa, el 71,43% utilizó capital propio, el otro 28,57% lo realizó por una entidad financiera. En el medio si es fácil acceder a un préstamo bancario que representa el 57,14%, el otro 42,86% opinan que no es fácil acceder a un préstamo bancario. Los objetivos con los que cuentan las empresas son las siguientes: Crecer económicamente, Aumentar el turismo y mejorar económicamente, Cubrir el mercado local en su totalidad, Ofrecer productos de calidad, Crear fuentes de trabajo en la localidad, Tratar de buena manera al cliente, Tener buenos ingresos.

La misión con la que cuentan es la siguiente: ampliar el negocio, Aumentar el tamaño de la microempresa, vender a todo el cantón, dar a conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha, mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo, posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas, contar con un local propio. La visión planteada por cada una de estas tenemos: Trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral, aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha, ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha, generar buenos valores en Catacocha, Crear beneficios económicos a largo plazo, Ofrecer productos de calidad y variedad, dar buena atención al cliente. El 57,14% de los encuestados indicó que los objetivos planteados no se han cumplido. El 57,14% opina que llevan un registro de ventas. El 75% de los gerentes llevan un registro de ventas diarias. El 42,86% tiene conocimientos de planeación. El 42,86% tiene conocimientos de organización. El 71,43% manifiesta que las microempresas no cuentan con una estructura organizativa definida.

Con lo referente al **FODA** no tienen bien definida. El 71,43% ha recibido cursos de capacitación, el 57,14% indican que la adquieren la materia prima en la localidad, el 28,57% a nivel regional, 14,29% a nivel Nacional, el 57,14% de la materia prima adquieren a crédito con un plazo otorgado de 31 días. Tan solo el 28,57% de las empresas cuentan con tecnología de punta, el 14,9% innova su maquinaria de 2 a 3 años, el 28,57% de 3 a 4 años, el 57,14% de 5 años en adelante. En la escala de empleados que trabajan en las panificadoras tenemos: 71,43% está de 3 a 6 empleados y el 28,57% de 6 a 9 empleados. El 100% solicitan requisitos para contratar personal. El 79% que es la mayoría opina que capacita a sus empleados en diferentes áreas. El 57,14% adquieren la materia prima a pequeños productores. Los beneficios que tienen son; La mercadería de calidad, Bajos precios, Entrega de la mercadería el día que es, Buen Servicio, Mercadería en buen estado. El 57,14% está conforme con los servicios que ofrecen los proveedores. El 100% de los panificadores opinan que existen productos similares en el mercado local. El 71,43% manifestaron que la existencia de estos productos afecta a las microempresas. En cuanto a las herramientas que utilizan para enfrentar a la competencia es buena atención al cliente, Productos de calidad, Espacio físico adecuado, Posicionamiento estratégico, Innovación de productos. El 71,43% de las microempresas tienen identificado a sus

clientes potenciales. El 85,71% manifiesta que existe en el medio mano de obra calificada. El ámbito social, legal, cultural, demográfico, político y económico si influyen en las empresas panificadoras.

Todas las empresas desean que existan cambios detallados a continuación por entidades gubernamentales detalladas a continuación: Que se realice una exposición para dar a conocer el producto, Que las entidades Gubernamentales vendan la mercadería a bajo costo, Capacitar al microempresario para mejorar la producción, Que se establezca precios fijos para la venta del producto, Dar crédito financiero a bajo interés, Facilitar la compra de instrumentos de producción y Que se habrá un mercado solo para artesanías.

De acuerdo al análisis realizado a cada uno de las microempresas “**Panificadoras y Artesanales**” se propuso lo siguiente:

- ❖ **Un Modelo de la Misión.**
- ❖ **Un Modelo de la Visión.**
- ❖ **Un Modelo de Organigrama Estructural.**
- ❖ **Manual de Funciones.**
- ❖ **Publicidad.**
- ❖ **Objetivos Estratégicos.**

Abstract

This research work has been performed in micro-production "and Artisan Bakeries" Catacocha city where it has been noted some shortcomings, they have been detailed on its base, there is proposed, alternative solutions, indicated using survey techniques and apply them to a total of 18 managers of micro-divided as follows 7 11 bakeries and craft a total of 81 surveys to employees divided as follows 55 and 26 artisan bakeries of these micro Catacocha City.

According to the surveys and data I can determine: Information collected bakeries in the city of Catacocha regarding the training of managers can be mentioned that out of 11 bakeries that exist in the city of Catacocha The 81.82% are native Catacocha, in the level of primary school 9.09% 18.18% 72.72% higher than the 11.18% only have a professional degree. The time you have the microenterprise market showed a 18.18% market takes 2 years, 9.09% have been on the market 3 years, 36.37% have been on the market 4 years, 27.27 % take 5 years, and 9.09% of your company in the market 6 years.

The funding used to create its micro, used the 54.55% equity, the other 45.45% was made by a financial institution. In the middle is not easy to access bank loans representing 54.55%, other 45.45% think that if it is easy to access a bank loan. The objectives with which the companies have are: a good way to treat customers, increase customer obtained Cover entire local market, create branches in Catacocha, offer quality products, have more resources than the previous year, reach all citizens with our product, create jobs locally, promote the development of Catacocha, create quality products, Caring for the image of the microenterprise.

The mission with which they have is this: Getting the product to the entire county, our products provide customers with timely Catacocha, increase the size of microenterprises, increase the number of workers in microenterprises, to make known our products Catacocha entire population, improve the presentation of the product without increasing cost, better position the micro to improve sales, Buy efficient machinery for the production, Paying to better staff work, acquire a separate room to reduce costs in the development, open a branch in the central sector of Catacocha.

The vision outlined by each of these are: Generate good values in all people in the microenterprises, increase the size of microenterprises in Catacocha, be better at making bread in Catacocha, function efficiently and effectively within the established , be leaders in all areas that require micro-enterprises, encourage and reward the sacrifice of personal micro-enterprises, their ethics and promote entrepreneurship work, establish long-term economic benefits, provide quality products and variety, encourage the development the Catacocha , to give good customer service.

63.63% of respondents indicated that the objectives have been met. He believes that 72.73% keep track of sales. The 87.50% of the managers keep track of daily sales. He has knowledge of 72.73% planning. He has knowledge of 81.82% organization. He states that 63.64% of micro do not have a defined organizational structure.

With regard to the SWOT are not well defined. 63.64% have received the training, the 54.55% indicate that acquire the raw material in the locality, 27.27% at the regional level, 18.18% at the national level, 72.73% of raw materials purchased on credit granted within 7 days. As only 36.36% of companies with leading-edge 9.09% innovative machinery from 1 to 2 years, 27.27% of 2 to 3 years 45.45% 3 to 4 years and 18.19% for 5 years and up. On a scale of employees working in the bakery are: 54.55% is 3 to 6 employees, 36.36% is from 6 to 9 employees and 9.09% from 9 to 12 employees. 100% requirements apply to hiring staff. 78% which is the majority view that enables employees in different areas. The 63.64% gain raw materials to commissaries. The benefits that are: delivery of raw materials in the room, good service and low prices. The 81.82% are satisfied with the services offered by suppliers. 100% of bakers believe that there are similar products on the local market such as cakes, pies horns. The 81.82% said they have difficulty with similar competing products. As for the tools they use to face the competition is good attention, physical space, quality products and good customer service.

The 81.82% of enterprises have identified your potential customers. The 72.73% stated that there is in the middle of skilled labor. The social, legal, cultural, demographic, political and economic if bakeries influence companies and all companies want changes there are detailed below: Train micro entrepreneurs to improve production, Dar credit at low interest, facilitate the purchase instruments of production, That a

cooperative union members, government entities selling the merchandise at low cost, which is a fair place to publicize the product. The survey was conducted in 7 craft micro-enterprises that exist in the city of Catacocha where you can say that 57.14% are native Catacocha, in the level of primary education 42.85% 42.85% higher secondary 14.29 %, only 14.29% have a college degree.

Only 28.57% have traditional title. The time you have the microenterprise market showed a 42.86% market takes 2 years, 14.29% have been on the market 3 years, 28.57% have been on the market 4 years, 14.29 % take 5 years. The funding used to create its micro, 71.43% used their own capital, and the other 28.57% was made by a financial institution. In the middle if it is easy to access a bank loan which is 57.14%, 42.86% think the other is not easy to access a bank loan.

The objectives which have businesses are: economic growth, increase tourism and improve economically cover the entire local market, offer quality products, create jobs locally, so this is good customer Having a good income.

The mission with which they have is: to expand the business, increase the size of the micro, sell the whole county, to present our products in the entire population of Catacocha improve the presentation of the product without increasing the cost, position microenterprise best to improve sales, having a separate room.

The vision outlined by each of these are: Work with and encourage entrepreneurship ethical employment, increase the size of microenterprises in Catacocha, be better at making bread in Catacocha, Catacocha generate good values, create long-term economic benefits, Offer quality products and variety, provide good customer service. 57.14% of respondents indicated that the objectives are not met. 57.14% think that track sales. 75% of managers keep track of daily sales. He has knowledge of 42.86% planning. He has knowledge of 42.86% organization. 71.43% stated that micro do not have a defined organizational structure.

With regard to the SWOT are not well defined. 71.43% received training, 57.14% suggest that the raw materials purchased locally, the regional level 28.57%, 14.29% at the national level, 57.14% of raw materials purchased on credit granted within 31 days.

Only 28.57% of companies with leading-edge, 14.9% innovative machinery from 2 to 3 years 28.57% 3 to 4 years 57.14% 5-year forward. On a scale of employees working in bakeries are: 71.43% is 3 to 6 employees and 28.57% 6 to 9 employees. 100% requirements apply to hiring staff. He is the 79% majority believes that enables employees in different areas. 57.14% raw material purchased from small producers. The benefits that are: The quality merchandise, low prices, delivery of the merchandise the day it is, good service, merchandise in good condition. 57.14% are satisfied with the services offered by suppliers. 100% of bakers believe that there are similar products on the local market. 71.43% stated that the existence of these products affects microenterprises.

As for the tools they use to face the competition is good customer service, quality products, appropriate physical space, strategic positioning, product innovation. 71.43% of enterprises have identified your potential customers. 85.71% stated that there is in the middle of skilled labor. The social, legal, cultural, demographic, political and economic if bakeries influence companies. All companies want listed below there are changes to governmental entities listed below: What is a statement made to publicize the product, government entities selling the merchandise at low cost, Train micro entrepreneurs to improve production, which is set fixed prices for the product, give credit at low interest, facilitate the purchase of instruments of production and been a single market for handicrafts.

According to the analysis to each micro "Bakeries and Craft" is proposed:

- ❖ **A Model of the Mission.**
- ❖ **A Model of Vision.**
- ❖ **A Model of Structural Organization.**
- ❖ **Operation Manual.**
- ❖ **Advertising.**
- ❖ **Strategic Objectives.**

Introducción

c. Introducción

Las microempresas son conscientes de la globalización económica (La Creciente Integración) ha sido guiada por cambios en la tecnología abaratamiento de los costes de transporte, de los costes de transmitir la información y cambios en la política es por ello que hoy en día la competitividad que existe es tan grande entre las diferentes microempresas de nuestro medio, que ha obligado a estas a utilizar y crear nuevas herramientas para obtener ventajas competitivas priorizando las necesidades de los clientes.

En la ciudad de Catacocha se puede observar la poca inversión en “manufactura y artesanía”, las microempresas se han orientado a la comercialización, la misma ha sido menos complicada al momento de realizar las actividades cotidianas. La falta de apoyo a estas microempresas de la ciudad de Catacocha por parte de Entidades Gubernamentales me encamino a desarrollar el presente trabajo investigativo titulado **“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACOCHA”**.

El presente proyecto de investigación está constituido por varias partes; en la primera parte se realiza un resumen donde se detalla en forma rápida los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los gerentes y trabajadores de las microempresas puestas en estudio con su traducción en inglés respectivamente. Así mismo se realizó la introducción donde se describe un breve análisis del trabajo investigativo.

Se presenta la metodología utilizada para su desarrollo, la cual incluye diversas técnicas y métodos, así también una entrevista a los gerentes y a los empleados de las microempresas **“Panificadoras y Artesanales”** objeto de estudio. Para determinar la muestra se realizó un sondeo previo en la ciudad de Catacocha para obtener el número de empresas y trabajadores existentes y se identificó la cantidad de 18 microempresas (Panificadoras y Artesanales), divididas en 11 panificadoras y 7 artesanales y un número de 81 empleados en total divididos en 55 panificadores y 26 artesanales los cuales me brindaron la información necesaria para el desarrollo investigativo.

En la revisión literaria se analizan conceptos importantes como: Reseña Histórica de la parroquia y un breve estudio del estado en que se encuentra la ciudad de Catacocha así también se analizan conceptos literarios como los factores económicos, 5 fuerzas de Michael Potter, Matriz BCG, Plan Estratégico relacionándose con lo que se va a utilizar en el desarrollo de investigación.

El trabajo está encaminado a ofrecer una propuesta de la planeación estratégica para las microempresas “**Panificadora y Artesanal**” de la ciudad de Catacocha, para la cual se inicia con un análisis situacional dentro del que se realizó un análisis interno y externo de la situación actual de las microempresas. Seguido de una breve reseña histórica de cada una de las microempresas puestas en estudio.

Es por esto se debe utilizar un (Plan Estratégico) el mismo que permitirá conocer de mejor manera el medio en las que actúan las microempresas y esto ayudara a alcanzar los objetivos y metas planteadas para beneficio de la ciudad de Catacocha.

A continuación se realiza un análisis **FODA** de cada una de las microempresas objeto de estudio, en las que se determinaron los factores internos como son las Fortalezas y Debilidades. Y los factores externos que son las Amenazas y Oportunidades, luego se realiza la matriz de criterios de alto impacto y valoración con sus respectivos porcentajes.

Posteriormente se plantea un modelo organizacional para las microempresas (Organigrama) así como proponer la organización administrativa, misión, visión y objetivos organizacionales que deberán ser implementados con sus respectivas metas, estrategias, tácticas, políticas, costo de cada objetivo, el responsable y los resultados esperados.

Al final del trabajo se realiza un resumen y son puestas a consideración las conclusiones y recomendaciones, las mismas que están encaminadas a dar solución a los problemas por los que actualmente atraviesan las microempresas “**Panificadoras y Artesanales**” de la Ciudad de Catacocha objeto de estudio.

Revisión de Literatura

d. Revisión Literaria



1. Reseña Histórica de la Ciudad de Catacocha.

Se sostiene que la provincia de los Paltas, cubría, al momento de la conquista española, un territorio extenso que englobaba toda la sierra desde la altura de Tumbes hasta la de Paita (Perú). La Región cultural Palta comenzaba en el macizo situado entre Saraguro y San Lucas. Las investigaciones arqueológicas muestran que en Catacocha existían asentamientos humanos desde el periodo Regional, esto es, desde hace unos 2.500 años (500 AC a 500 DC). Estos primeros asentados han sido localizados en las riberas de las quebradas, por ejemplo el río Playas en donde se encontraron recipientes cerrados y abiertos de cuero pastas distintas con colorantes con ellos aparecen diferentes materiales líticos, especialmente lascas de todas las dimensiones y hachas de basalto. Con un análisis imparcial y sereno los Paltas frente a la invasión española fueron indios dueños de un espíritu indómito, celosos y bravíos defensores de su tierra¹.

1.1. Porque se Llama Catacocha.

❖ Cuenta la historia que los Paltas fueron una tribu belicosa que se opuso tenazmente a la expansión del Tahuantinsuyo e inclusive colaboraron con la colonización de los españoles. Sus tradiciones aún se imponen en el que fuera su principal asentamiento: Catacocha, aquí el Chiriculapo esconde muchos secretos,

¹ Plan desarrollo territorial del Cantón Paltas 2005-2020.

puesto que a sus pies muchas vidas se ofrendaron a los dioses paganos. Es por ello que ha sido considerada, esta ciudad, como Patrimonio Cultural de la Humanidad.²

❖ El nombre Catacocha es eminentemente indígena. Según la tradición. Se dice que una pareja de indios, al pasar por estos lugares, se sorprendieron por la laguna. La india resbaló y creyendo que estaba junto a un Dios pronunció **TAYTA-COCHA** que significa (Padre Lago), ya con la venida de los españoles se dio por llamarle Catacocha y más tarde Villa de San Pedro de Catacocha.



1.2. Cultura.

Por la gran riqueza de sus tradiciones, heredada de los ancestros aborígenes y de la época colonial, fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación, el 25 de mayo de 1994. Este importante legado patrimonial debe por lo tanto ser conservado y preservado como testimonio para las futuras generaciones, en especial su Centro Histórico y las áreas de influencia entorno al mismo, que aún mantienen un patrón de homogeneidad de sus edificaciones construidas con materiales tradicionales. Por todo esto y con miras a fortalecer el turismo cultural, la tarea de convertirlo en referente más destacado nos compromete de sobremanera a todos.

En la ciudad de Catacocha se realiza anualmente una romería, cuyo objetivo principal es el de intercambiar las imágenes entre los agricultores de la parroquia de Cangonama y Catacocha. La iniciativa de efectuar esta fiesta se dio por la preocupación de los campesinos ante la larga sequía que presentó la hoya de Loja.

²Folleto de la Cámara de Comercio de Loja.

1.3. Artesanías.

La cerámica constituye la principal artesanía, especialmente la del barrio Tacoranga, donde en forma rudimentaria y tradicional se fabrican: ollas de barro, maceteros y otros objetos, que son muy vendidos en las festividades del cantón. Además se fabrican los afamados dulces de la provincia, es decir los bocadillos y los turrone que llevan para la venta en la Feria de Integración Fronteriza de la Ciudad de Loja.

1.4. Ubicación Geográfica.

EL Cantón Paltas se encuentra ubicado en el callejón Interandino de la Sierra ecuatoriana, al occidente de la Ciudad de Loja, entre los merinos $79^{\circ} 25'$ y 80° de longitud y las paralelas $3^{\circ} 47'$ y $12'$ de latitud.



1.5. Límites.

- ❖ **Norte:** Con los cantones Chaguarpamba, Olmedo; y, la Provincia de el Oro.
- ❖ **Sur:** Con los cantones de Calvas, Sozoranga y Céllica.
- ❖ **Este:** Con los cantones de Gonzanamá y Catamayo.
- ❖ **Oeste:** Con los Cantones Puyango y Céllica.

1.6. Aspectos Culturales.

Por la gran riqueza de sus tradiciones, heredada de los ancestros aborígenes y de la época colonial, fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación, el 25 de mayo de 1994.

2. FACTOR ECONÓMICO.

El crecimiento económico es una de las metas de toda sociedad y el mismo implica un incremento notable de los ingresos, y de la forma de vida de todos los individuos de una sociedad. Existen muchas maneras o puntos de vista desde los cuales se mide el

crecimiento de una sociedad, se podría tomar como ejes de medición la inversión, las tasas de interés, el nivel de consumo, las políticas gubernamentales, o las políticas de fomento al ahorro.

2.1. Que es el Factor Económico.

Es la esencia misma de la convivencia, adaptada a convivir en paz evitando las disputas y los resentimientos al colocarle un valor a los objetos y a las acciones, creando normas de convivencia basadas en la lógica matemática. Su misma definición así lo dice, "Eco", del griego "Equa", que quiere decir equilibrio o igualdad y "nomía", del griego "numa", que significa cuenta, convertido por los romanos en "Numero", que es un elemento de la cuenta³.

2.2. Factores Productivos.

Dentro de la clasificación del factor económico tenemos:

- ❖ Capital.
- ❖ Trabajo.
- ❖ Tierra.
- ❖ Tecnológico.

Los economistas clásicos consideraban que para producir bienes y servicios era necesario utilizar unos recursos o factores productivos: la tierra, el trabajo y el capital. Esta clasificación de factores sigue siendo muy utilizada en la actualidad.

Por **tierra** se entiende no sólo la tierra agrícola sino también la tierra urbanizada, los recursos mineros y los recursos naturales en general.

Por **capital** se entiende el conjunto de recursos producidos por la mano del hombre que se necesitan para fabricar bienes y servicios: la maquinaria o las instalaciones industriales, por ejemplo. Conviene que esto quede claro ya que la palabra 'capital' se usa muchas veces de forma incorrecta para designar cualquier cantidad grande de dinero. El dinero sólo será capital cuando vaya a ser utilizado para producir bienes y

³ Introducción a la microeconomía, Sloman John, 1998.

servicios, en cuyo caso se llamará capital financiero. El dinero que se vaya a utilizar para adquirir bienes de consumo no puede ser llamado capital.

Por **trabajo** se entiende la actividad humana, tanto física como intelectual. En realidad toda actividad productiva realizada por un ser humano requiere siempre de algún esfuerzo físico y de conocimientos previos

Los clásicos pensaban que para crecer económicamente, para producir más, era suficiente con el aumento de la cantidad de factores disponibles, principalmente del trabajo y del capital. Ahora se sabe que el papel más importante en el crecimiento económico lo tienen los avances en el conocimiento científico y técnico. Podríamos por tanto añadir a los tres factores productivos la **tecnología**, o simplemente técnica, que está incorporada al capital.

3. LAS 5 FUERAS DE MICHAEL PORTER BCG.

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos.



3.1. Poder de Negociación de los Proveedores o Vendedores.

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la producción⁴.

⁴Marketing en el Siglo XXI. 3ª EdiciónCAPÍTULO 2. Marketing estratégico.

3.2. Amenaza de Nuevos Entrantes.

Mientras que es muy sencillo montar un pequeño negocio, la cantidad de recursos necesarios para organizar una industria aeroespacial es altísima. Algunos factores que definen ésta fuerza son:

- ❖ Acceso a la distribución.
- ❖ Acceso a canales de distribución.
- ❖ Mejoras en la tecnología.

3.3. Amenaza de Productos Sustitutivos.

Como en el caso citado en la primera fuerza, las patentes tecnológicas muy difíciles de copiar, permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente una muy alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. Podemos citar, entre otros, los siguientes factores:

- ❖ Propensión del comprador a sustituir.
- ❖ Precios relativos de los productos sustitutos.

3.4. Rivalidad entre los Competidores.

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

3.5. Análisis Competitivo.

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo. Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia.

- ❖ La naturaleza y el éxito de los cambios probables del competidor.
- ❖ La probable respuesta del competidor a los posibles movimientos estratégicos.

- ❖ La reacción y adaptación a los posibles cambios del entorno.

La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello⁵.

3.6. Análisis de las fuerzas competitivas de Porter.

Toda competencia depende de las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en:

- ❖ Rivalidad entre competidores.
- ❖ Poder de negociación con los proveedores.
- ❖ Amenaza de productos o servicios sustitutivos.

La acción conjunta de estas cinco fuerzas competitivas es la que va a determinar la rivalidad existente en el sector.

4. EL ANÁLISIS FODA.

4.1. Introducción al FODA.

FODA es la sigla utilizada para referirse a una herramienta administrativa, analítica y cuanti-cualitativa que permite trabajar con toda la información disponible en una empresa u organización de cualquier tipo, sobre sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; la interacción el entorno en el cual se desarrollan⁶.

El análisis **FODA** consta de dos partes: una interna y otra externa. La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de la corporación, organización o empresa analizada; son aspectos sobre los cuales los directivos tienen algún grado de control. La parte externa se enfoca en las oportunidades que ofrecen el entorno y las amenazas que deben enfrentar la corporación, organización o empresa. Se puede decir entonces, que el **FODA** es una herramienta efectiva de análisis estratégico que se puede aplicar a cualquier empresa pública o privada y a su entorno.

⁵Marketing en el Siglo XXI. 3ª EdiciónCAPÍTULO 2. Marketing estratégico.

⁶www.monografias.com/foda/foda.

- ❖ Cultiva las fortalezas que tiene la organización.
- ❖ Aprovecha oportunidades que ofrece el entorno de la organización.
- ❖ Corrige debilidades actuales de la organización.

Análisis FODA



4.2. Fortalezas y Debilidades.

- **Análisis de Recursos:** Capital, recursos humanos, sistemas de información, activo fijo, activo no tangible.
- **Análisis de Actividades:** Recursos gerenciales, recursos estratégicos, creatividad.
- **Análisis de Riesgos:** Con relación a los recursos y a las actividades de la empresa.

4.3. Oportunidades y Amenazas.

Las oportunidades organizacionales se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos desempeños. Las amenazas organizacionales están en áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño.

5. PLAN ESTRATÉGICO.

Es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha⁷.

⁷www.monografias_planestrategico.com



5.1. Objetivo del Plan Estratégico.

Trazar un mapa de la organización, que nos señale los pasos para alcanzar nuestra visión. Convertir los proyectos en acciones (metas, objetivos, verificación y resultados).

5.1.1. Plan Estratégico ¿Por qué lo hacemos?

- **Para afirmar la Organización:** Fomentar la vinculación entre los “órganos de decisión” y los distintos grupos de trabajo. Para descubrir lo mejor de la organización.
- **Aclarar ideas futuras:** Muchas veces, las cuestiones cotidianas, el día a día de nuestra empresa, nos absorben tanto que no nos dejan ver más allá de mañana.

5.1.2. Redactar el Plan Estratégico.

Si en los pasos anteriores era imprescindible asegurar la participación y el acuerdo del mayor número de personas (implicados), la redacción del **plan estratégico** debe encargarse a una persona o a un grupo muy reducido, que recoja la información generada, la sistematice y la presente de forma ordenada.

- ❖ Introducción.
- ❖ Misión y Visión.
- ❖ Análisis de la situación actual.
- ❖ Plan Operativo.

6. PLANEACIÓN.

6.1. Introducción.

La planeación proporciona la base para una acción efectiva que resulta de la habilidad de la administración para anticiparse y prepararse para los cambios que podrían

afectar los objetivos organizacionales, es la base para integrar las funciones administrativas y es necesaria para controlar las operaciones de la organización.

6.1.1. Cuál es la definición de planeación.

Es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se embozan planes y programas.

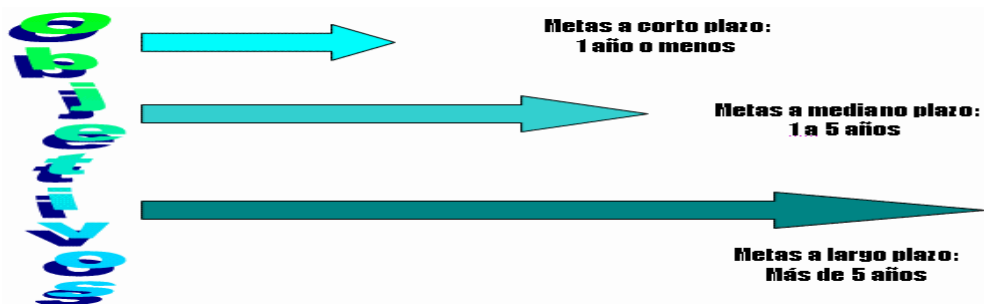
6.1.2. Cuál es la importancia de la Planeación.

La vida actual es sumamente dinámica, donde el cambio está presente constantemente, éste es súbito o lento, la planeación permite asimilar los cambios.

- ❖ La planeación es un proceso permanente y continuo.
- ❖ La planeación esta siempre orientada hacia el futuro.
- ❖ La planeación es repetitiva

6.1.3. Objetivos.

Los objetivos o metas son los fines hacia los cuales se dirige una actividad. Representan no sólo el punto final de la planeación sino también el fin hacia el cual se dirigen la organización, integración de personal, dirección y control. Aunque los objetivos de la empresa constituyen su plan básico.



6.1.4. Estrategias.

Durante años el ejército usó la palabra "estrategias" para designar los grandes planes que se hacen a la luz de lo que se cree que un adversario podría hacer o no. Aunque el término "estrategias" todavía tiene una con notación competitiva.

6.1.5. Políticas.

Las políticas también son planes en el sentido de declaraciones o entendimientos generales que orientan o encauzan el pensamiento en la toma de decisiones.

7. ORGANIZACION.

7.1. Introducción.

La creación de una estructura, la cual determine las jerarquías necesarias y agrupación de actividades, con el fin de simplificar las mismas y sus funciones dentro del grupo social. Esencialmente, la organización nació de la necesidad humana de cooperar. Los hombres se han visto obligados a cooperar para obtener sus fines⁸.

7.1.1. Concepto.

La organización al definirla como proceso administrativo, nos permite estructural el cómo y el porqué del funcionamiento de la empresa, estableciendo funciones, responsabilidades, líneas de autoridad para el logro de los objetivos de la empresa.

7.1.2. Tipos de Organización:

7.1.2.1. La Organización formal.

La organización formal es la determinación de los estándares de interrelación entre los órganos definidos por las normas, directrices y reglamentos de la organización.

7.1.2.2. Organización funcional.

Es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.

7.1.2.3. Organización por Producto/Mercadeo.

La organización por producto/mercadeo, con frecuencia llamada organización por división, reúne en una unidad de trabajo a todos los que participan en la producción y comercialización de un producto o un grupo relacionado de productos.

⁸KOONTZ, Harold; WEIHRICH, Heinz; "Administración", novena edición, editorial McGraw Hill, México 1.990.

Materiales y Métodos

e. Materiales y Métodos.

La metodología es la ruta o camino a través del cual se llega a un fin propuesto y se alcanza el resultado prefijado. Dentro del proceso investigativo se utilizó las metodologías acordes con la información que se requiere obtener y que tiene relación con: Método científico, Método inductivo, y Método descriptivo los mismos que permitieron realizar estudios verídicos apoyados en las técnicas como, la observación directa, las encuestas, contenidos teóricos (libros, revistas, internet, folletos, etc.).

1. MATERIALES

**CUADRO Nº 1
RECURSOS MATERIALES.**

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|---------------|-----------------------------|----------------|-----------------|
| 3 | Bolígrafos | \$ 0.50 | \$ 1.50 |
| 1 | Cuaderno | \$ 2.50 | \$ 2.50 |
| 2 | Resma de papel | \$ 5.00 | \$ 10.00 |
| 3 | Portaminas | \$ 1.00 | \$ 3.00 |
| 1 | Borrador | \$ 0.50 | \$ 0.50 |
| 3 | Frascos de tinta para impr. | \$ 10.00 | \$ 30.00 |
| 400 | Copias | \$ 0.05 | \$ 20.00 |
| TOTAL: | | | \$ 67.50 |

FUENTE: Observación directa por el integrante del grupo.

ELABORACIÓN: El Autor.

**CUADRO Nº 2
RECURSOS TECNOLÓGICOS.**

| Cantidad | Descripción | Valor Unitario | Valor Total |
|---------------|------------------------|----------------|-------------------|
| 1 | Computadora (Portátil) | \$ 1000.00 | \$ 1000.00 |
| 1 | Alquiler de una cámara | \$ 30.00 | \$ 30.00 |
| 50 Horas | Internet | \$ 0.80 | \$ 30.00 |
| TOTAL: | | | \$ 1060.00 |

FUENTE: Observación directa por el integrante del grupo.

ELABORACIÓN: El Autor.

**CUADRO Nº 3
RECURSOS ECONÓMICOS.**

| Descripción | Valor total |
|---------------|------------------|
| Transporte | \$ 400.00 |
| Hospedaje | \$ 150.00 |
| Alimentación | \$ 240.00 |
| TOTAL: | \$ 790.00 |

FUENTE: Observación directa por el integrante del grupo.

ELABORACIÓN: El Autor.

CUADRO Nº 4
RESUMEN DE PRESUPUESTOS

| Descripción | Valor total |
|-----------------------|-------------------|
| Recursos Materiales | \$ 67.50 |
| Recursos Tecnológicos | \$ 1060.00 |
| Recursos Económicos | \$ 790.00 |
| SUB-TOTAL: | \$ 1917.50 |
| Imprevistos 5% | \$ 95.86 |
| TOTAL | \$ 2013.36 |

FUENTE: Observación directa por el integrante del grupo.

ELABORACIÓN: El Autor.

2. MÉTODOS.

Un método es una serie de pasos sucesivos, que conducen a una meta. El objetivo del profesionalista es llegar a tomar las decisiones y una teoría que permita generalizar y resolver de la misma forma problemas semejantes en el futuro. Por ende es necesario que siga el método más apropiado a su problema, lo que equivale a decir que debe seguir el camino que lo conduzca a su objetivo.

Método Científico.

Se caracteriza por ser analítico, objetivo, claro, preciso, verificable y explicativo, se fundamenta en la razón, es decir en la lógica, puesto que parte de conceptos, juicios, razonamientos, entiende una situación en su totalidad. Este método sirvió para recolectar toda la información necesaria para la elaboración del marco teórico, el mismo que permitió sustentar el presente proyecto de investigación.

Método Inductivo.

Es un proceso analítico-sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que lo rige. Este permitió primeramente analizar la situación interna empresarial, la misma que ayudó a extraer las fortalezas y debilidades que posee las microempresas en la planificación y organización.

Método Descriptivo.

Consiste en la observación actual de los hechos, fenómenos y casos. Se ubica en el presente, pero no se limita a la simple recolección y tabulación de datos, sino que

procura la interpretación racional y el análisis objeto de los mismos, con alguna finalidad que ha sido establecida previamente. Este método se empleó en la descripción de las principales dificultades que enfrentan las microempresas de Catacocha, como también los problemas que tienen en la planificación y organización.

3. TÉCNICAS.

Para la recopilación de la información utilice técnicas empíricas y científicas como son:

Observación.

Es una técnica que consiste en observar el fenómeno, hecho, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Observación Directa.

Esta técnica permitió tener un contacto personal con el hecho que trate de investigar.

Entrevista.

Consiste en la obtención de información oral de parte del entrevistado recaudada por el entrevistador en forma directa. Se aplicó a los propietarios de las microempresas en un total de 18 entre (Panificadoras y Artesanales), el mismo que sirvió para recolectar la información necesaria y presentar los resultados con mayor veracidad.

Encuesta.

Es el conjunto de preguntas tipificadas que serán dirigidas a los empleados de las microempresas productoras y artesanales. Es impersonal por ello no lleva nombre, ni identificación de la persona que responden. Los números totales de empleados de las microempresas productoras (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha son de 81 personas, datos que fueron obtenidos en base a un censo por parte del investigador del grupo.

POBLACIÓN:

CUADRO Nº 5

| POBLACIÓN | |
|--|------------|
| MICROEMPRESAS | CANTIDAD |
| Productoras (Panificadoras y Artesanales) | 18 |
| Comercializadoras | 195 |
| Servicio | 35 |
| TOTAL | 248 |

FUENTE: Observación directa por el integrante del grupo.
ELABORACIÓN: El Autor.

CUADRO Nº 6

| MICROEMPRESAS PRODUCTORAS | CANTIDAD |
|---------------------------|-----------|
| Panificadoras | 11 |
| Artesanales | 7 |
| TOTAL | 18 |

FUENTE: Observación directa por el integrante del grupo.
ELABORACIÓN: El Autor.

CUADRO Nº 7

| MICROEMPRESAS PRODUCTORAS | # DE EMPLEADOS |
|---------------------------|----------------|
| Panificadoras | 55 |
| Artesanales | 26 |
| TOTAL | 81 |

FUENTE: Observación directa por los integrantes del grupo.
ELABORACIÓN: Los Autores.

Muestreo.

El muestreo se lo realizó únicamente de las microempresas productoras (Panificadoras y Artesanales). Los datos para la población son tomados de la cantidad de microempresas productoras que existen hasta la actualidad en la ciudad de

Catacocha; Información que fue recolectada en base a un censo realizado por el integrante del grupo.

Procedimiento.

Se realizó un diagnóstico Interno y Externo con el fin de identificar los factores de producción que inciden en la planificación y organización de las Microempresas de Catacocha (panificadoras y artesanales) a través de la matriz **FODA**, el mismo que sirvió para identificar las fortalezas, oportunidades debilidades y amenazas.

Se determinó así mismo las estrategias de planificación y organización de las microempresas del sector. Además se desarrolló el análisis del entorno empresarial a través de la matriz de las 5 fuerzas de Porter (**BCG**). También se elaboró una propuesta de planeación para las microempresas de producción (panificadora y artesanal) de la ciudad de Catacocha y se propuso un modelo organizacional para las microempresas de la ciudad de Catacocha.

Resultados

f. Resultados

1. INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS GERENTES Y EMPLEADOS DE LAS MICROEMPRESAS (PANIFICADORAS Y ARTESANALES.)

1.1. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA A LOS 11 GERENTES DE LAS MICROEMPRESAS PANIFICADORAS DE LA CIUDAD DE CATACOA.

1. ¿Es Ud. nativo de Catacocha?

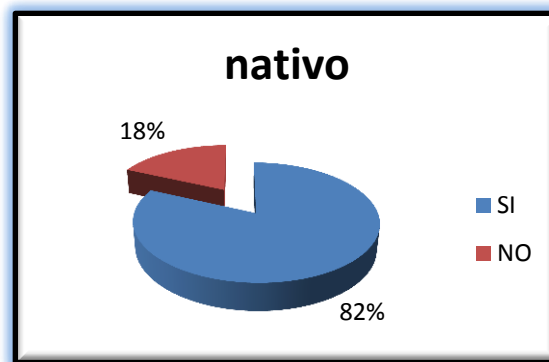
Cuadro Nº 8

| Es de Paltas. | f | % |
|---------------|-----------|------------|
| Sí. | 9 | 81,82 |
| No. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico Nº 1



INTERPRETACION:

De las entrevistas aplicadas a los 11 gerentes de las microempresas panificadoras de la ciudad de Catacocha indicaron lo siguiente: 9 personas manifestaron que si son oriundos de Catacocha dando un porcentaje del 81,82% y 2 personas no pertenecen al lugar siendo el 18,18% de los encuestados **Esto demuestra que existe un número considerable de gerentes artesanales que no son nativos de Catacocha.**

2. ¿Cuál es su nivel de Educación?

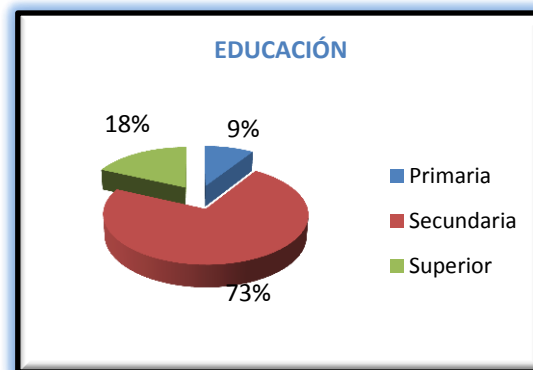
Cuadro Nº 9

| Educación. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| Primaria. | 1 | 9,09 |
| Secundaria. | 8 | 72,72 |
| Superior. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico Nº 2



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los 11 gerentes de las microempresas panificadoras de la ciudad de Catacocha manifestaron lo siguiente: 1 persona posee instrucción primaria dando el 9,09%, 8 individuos manifestaron que tienen educación secundaria siendo el 72,72% y 2 personas ha cursado el nivel superior dando el 18,18% del total de los encuestados. **Esto demuestra que existe un número considerable de gerentes que poseen una instrucción secundaria el mismo que no es beneficioso para el desarrollo de las microempresas.**

3. ¿Qué título profesional Ud. posee?

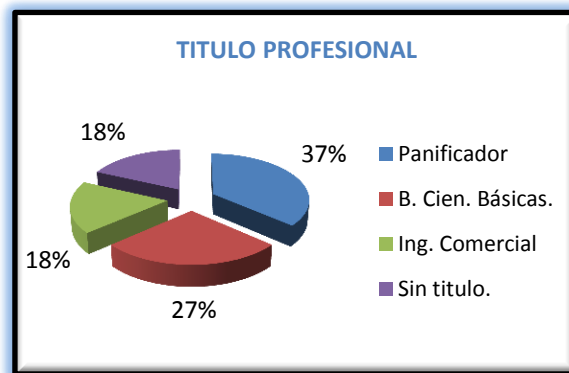
Cuadro N° 10

| Título Profesional. | f | % |
|-----------------------------|-----------|------------|
| Panificador. | 4 | 36,37 |
| Bachiller Ciencias Básicas. | 3 | 27,27 |
| Ingeniero Comercial | 2 | 18,18 |
| Sin título. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 3



INTERPRETACION:

Las entrevistas aplicadas a los 11 gerentes de las microempresas mencionaron lo siguiente: 4 personas son panificadores dando un porcentaje del 36,37%, 3 individuos son bachilleres en Ciencias Básicas siendo el 27,27%, 2 personas son Ingenieros Comerciales dando el 18,18%, 2 personas sin título del total de encuestados representando el 18,18%. **Esto demuestra que existe un número considerable de gerentes que son panificadores el mismo que es beneficioso para el desarrollo de las microempresas.**

4. ¿Qué tiempo tiene su empresa en el mercado?

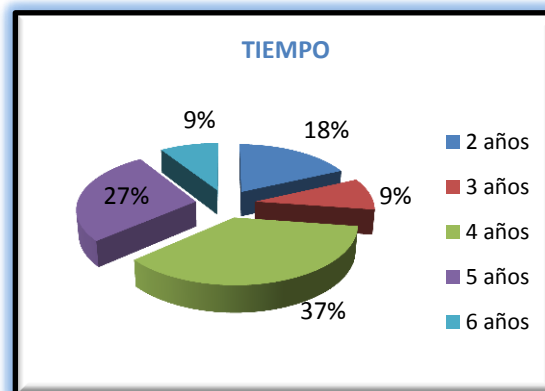
Cuadro N° 11

| Tiempo. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| 2 años. | 2 | 18,18 |
| 3 años. | 1 | 9,09 |
| 4 años. | 4 | 36,37 |
| 5 años. | 3 | 27,27 |
| 6 años. | 1 | 9,09 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 4



INTERPRETACION:

Según los datos obtenidos sobre el tiempo que llevan los gerentes trabajando en las microempresas se puede señalar: 2 personas llevan de 2 años promedio siendo el 18,18%, 1 persona de 3 años promedio representando el 9,09%, 4 personas de 4 años promedio dando el 36,37%, 3 persona 5 años promedio dando el 27,27% y 1 persona de 6 años representando el 9,09% de los encuestados. **Esto demuestra que en los gerentes de las microempresas objeto de estudio tienen estabilidad laboral ya que llevan un tiempo considerable dentro de las mismas.**

5. ¿Qué tipo de financiamiento Utilizó Ud. al momento de crear su microempresa?

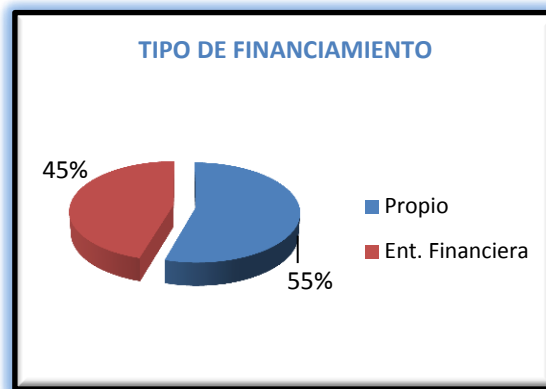
Cuadro N° 12

| Tipo de Financiamiento. | f | % |
|-------------------------|-----------|------------|
| Propio. | 6 | 54,55 |
| Entidad Financiera. | 5 | 45,45 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 5



INTERPRETACION:

De las respuestas obtenidas a los 11 gerentes de las microempresas panificadoras sobre el tipo de financiamiento que utilizaron al momento de crear su microempresa: 6 personas respondieron con capital propio siendo el 54,55%, mientras que las otras 5 personas con préstamo a entidades financieras representando el 45,45% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayoría de las microempresas panificadoras iniciaron sus actividades con capital propio, mientras que el resto lo realizó por medio de una entidad financiera.**

6. ¿Se le hace fácil de acceder a un préstamo bancario?

Cuadro N° 13

| Facilidad de préstamo. | f | % |
|------------------------|----------|------------|
| Sí. | 2 | 40,00 |
| No, | 3 | 60,00 |
| Total | 5 | 100 |

Fuente: Cuadro N° 12.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 6



INTERPRETACION:

De las entrevistas realizadas a los 5 gerentes de microempresas panificadoras, indicaron lo siguiente: 2 personas que es fácil acceder a un préstamo bancario que representa el 40%, mientras que 3 persona que representa el otro 60% opinan que no es de fácil acceso a un préstamo bancario en el medio. **Esto demuestra que en el medio no es fácil acceder a un crédito en una entidad financiera, pese a ello han preferido financiarse con capital propio.**

7. ¿Cuáles son los objetivos de la microempresa?

Objetivos:

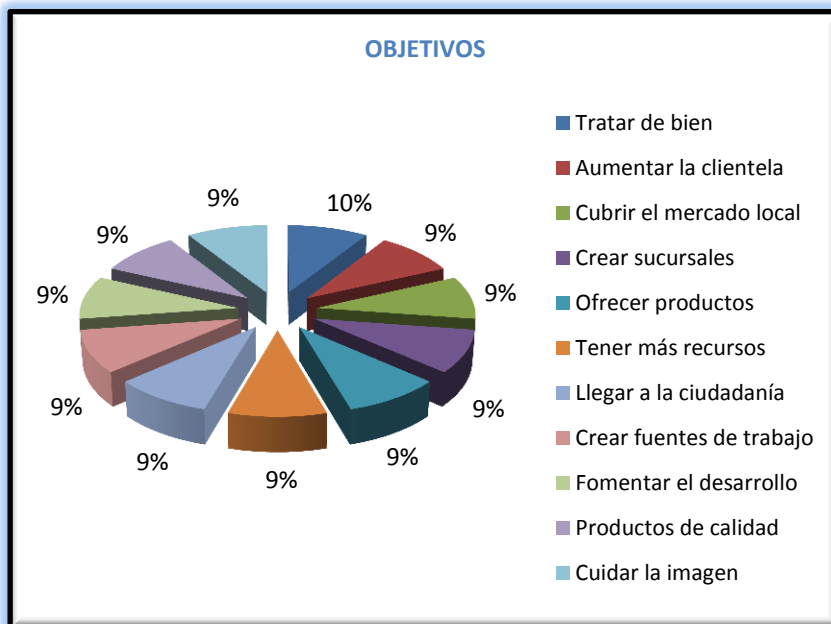
Cuadro N° 14

| Objetivos. | f | % |
|---|-----------|------------|
| Tratar de buena manera al cliente. | 1 | 10 |
| Aumentar la clientela obtenida. | 1 | 9 |
| Cubrir el mercado local en su totalidad. | 1 | 9 |
| Crear sucursales en Catacocha. | 1 | 9 |
| Ofrecer productos de calidad. | 1 | 9 |
| Tener más recursos que el año anterior. | 1 | 9 |
| Llegar a toda la ciudadanía con nuestro producto. | 1 | 9 |
| Crear fuentes de trabajo en la localidad. | 1 | 9 |
| Fomentar el desarrollo de Catacocha. | 1 | 9 |
| Crear productos de calidad. | 1 | 9 |
| Cuidar la imagen de la microempresa. | 1 | 9 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 7



INTERPRETACION:

Después de aplicar las entrevistas a los gerentes de las microempresas panificadoras dieron a conocer lo expuesto en el cuadro.

8. ¿La microempresa tiene definida la misión, visión y cuáles?

Misión:

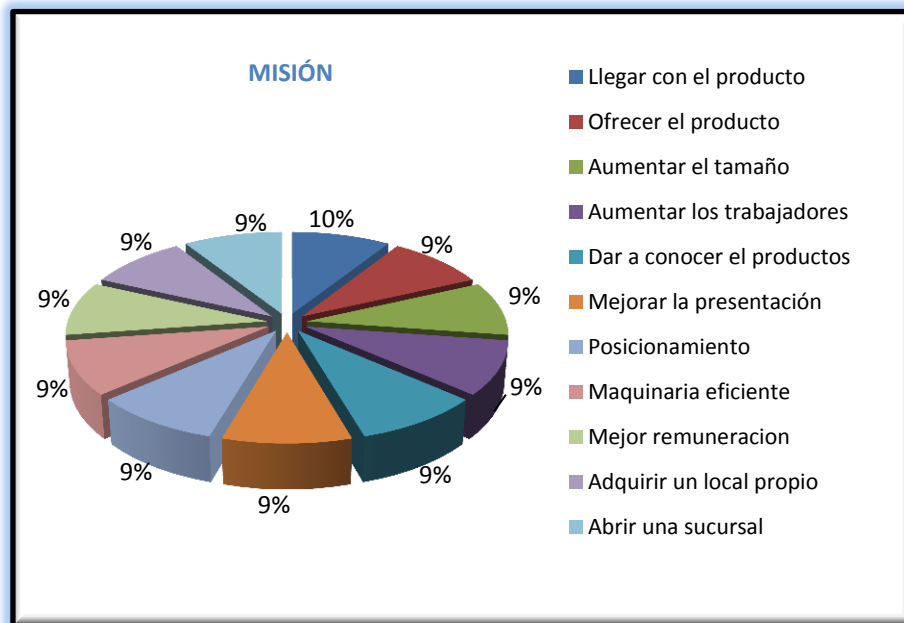
Cuadro N° 15

| Misión. | f | % |
|---|-----------|------------|
| Llegar con el producto a todo el cantón. | 1 | 10 |
| Ofrecer nuestros productos oportunamente a los clientes de Catacocha. | 1 | 9 |
| Aumentar el tamaño de la microempresa. | 1 | 9 |
| Aumentar el número de trabajadores en la microempresa. | 1 | 9 |
| Hacer conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha. | 1 | 9 |
| Mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo. | 1 | 9 |
| Posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas. | 1 | 9 |
| Comprar maquinaria eficiente para la producción. | 1 | 9 |
| Remunerar de mejor manera al personal de trabajo. | 1 | 9 |
| Adquirir un local propio para reducir costos en la elaboración. | 1 | 9 |
| Abrir una sucursal en el sector céntrico de Catacocha. | 1 | 9 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 8



INTERPRETACION:

Después de aplicar las entrevistas a los gerentes de las microempresas panificadoras dieron a conocer sobre la misión planteada en el cuadro.

Visión:

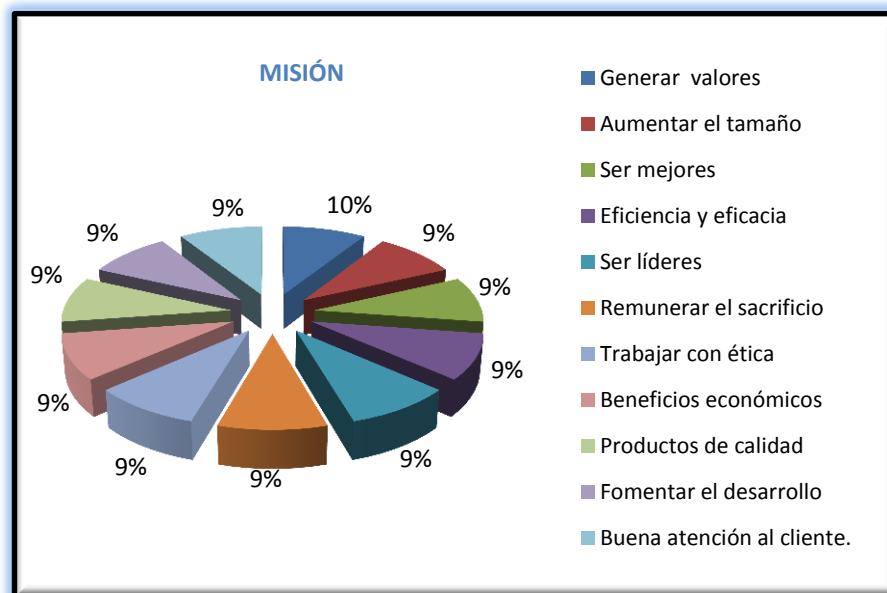
Cuadro N° 16

| Visión. | f | % |
|--|-----------|------------|
| Generar buenos valores en todas las personas de la microempresa. | 1 | 10 |
| Aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha. | 1 | 9 |
| Ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha. | 1 | 9 |
| Desempeñarse de manera eficiente y eficaz dentro de lo establecido. | 1 | 9 |
| Ser líderes en todo los ámbitos que requiere la microempresa. | 1 | 9 |
| Favorecer y remunerar el sacrificio del personal de la microempresa. | 1 | 9 |
| Trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral. | 1 | 9 |
| Establecer beneficios económicos a largo plazo. | 1 | 9 |
| Ofrecer productos de calidad y variedad. | 1 | 9 |
| Fomentar el desarrollo el Catacocha. | 1 | 9 |
| Dar buena atención al cliente. | 1 | 9 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 9



INTERPRETACION:

Después de aplicar las entrevistas a los gerentes de las microempresas panificadoras dieron a conocer sobre la visión expuesta en el cuadro.

9. ¿Los objetivos planteados por la microempresa se han cumplido?

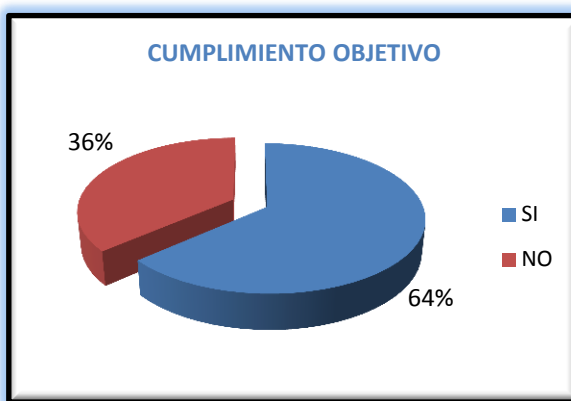
Cuadro N° 17

| Cumplimiento objetivo. | f | % |
|------------------------|-----------|------------|
| Sí. | 7 | 63,63 |
| No. | 4 | 36,37 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 10



INTERPRETACION:

En lo referente al cumplimiento de los objetivos se puede indicar que: 7 personas de los encuestados, indican que los objetivos planteados si se han cumplido, siendo el 63,63%; mientras 4 personas que es el 36.37% señala que no se ha cumplido con los mismos. **Esto demuestra que la mayor parte de las microempresas si cumplen con los objetivos planteados.**

10. ¿Lleva Usted un registro de ventas?

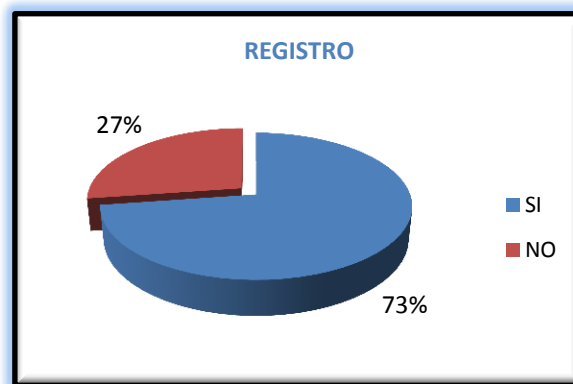
Cuadro N° 18

| Registro. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| Sí. | 8 | 72,73 |
| No. | 3 | 27,27 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 11



INTERPRETACION:

Como podemos observar en el cuadro: 8 personas que representan el 72,73% opinan que si llevan un registro de ventas, mientras que 3 personas que significa el 27,27% no lo hace. **Como se puede observar los gerentes en su mayoría si llevan registro de ventas lo cual tienen definido lo que hacen.**

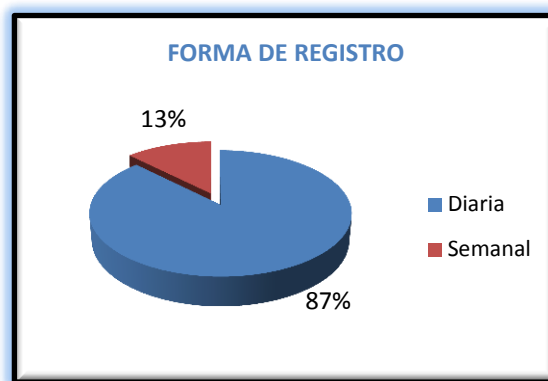
Si su respuesta es afirmativa indique la frecuencia de registro:

Cuadro N° 19

| Forma de Registro. | f | % |
|--------------------|----------|------------|
| Diaria. | 7 | 87,50 |
| Semanal. | 1 | 12,50 |
| Total | 8 | 100 |

Fuente: Cuadro N°18.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 12



INTERPRETACION:

De los entrevistados 8 gerentes de las microempresas panificadoras que llevan registro de ventas se puede decir que: 7 personas que es el 87,50% llevan un registro de ventas diaria mientras que 1 persona lleva un registro semanal lo que representa el 12,50% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayoría de los panificadores que llevan registro de ventas lo realizan de forma diaria lo cual es beneficioso para las empresas.**

11. ¿Ud. tiene conocimientos sobre planeación y organización empresarial?

PLANEACION:

Cuadro N° 20

| Planeación. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| Sí. | 8 | 72,73 |
| No. | 3 | 27,27 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 13



INTERPRETACION:

Como se puede ilustrar en el cuadro: 8 personas que representan el 72,73% tiene conocimientos de planeación y 3 personas no tienen conocimientos significando el 27,27 %. **Esto demuestra que si tienen conocimientos de planeación esto conlleva a que los gerentes de las microempresas tienen conocimientos básicos de administración.**

ORGANIZACIÓN:

Cuadro N° 21

| Organización. | f | % |
|---------------|-----------|------------|
| Sí. | 9 | 81,82 |
| No. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 14



INTERPRETACION:

Como se puede ilustrar en el cuadro: 9 personas que representan el 81,82% tiene conocimientos de organización y 2 personas que significa el 18,18% no tienen conocimientos sobre la organización. **Esto demuestra que los conocimientos sobre la organización si están entendidos en su totalidad por los gerentes de las microempresa.**

12. ¿En la actualidad la microempresa cuenta con una estructura organizacional definida?

Cuadro N° 22

| Estructura Organizacional | f | % |
|---------------------------|-----------|------------|
| Sí. | 4 | 36,36 |
| No. | 7 | 63,64 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 15



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los panificadores de la ciudad de Catacocha: 4 personas que representa el 36,36% manifiesta que las microempresas si cuentan con una estructura organizativa definida y 7 personas que significa el 63,64% no cuentan con estructura organizacional. **Se puede decir que la mayor parte de los gerentes no aplican una estructura organizacional para el beneficio de las microempresas que están administrando.**

13. ¿Cuál cree Ud. que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en su microempresa?

Cuadro N° 23

| FORTALEZAS | f | % |
|---|----------|----------|
| Posición estratégica de la microempresa. | 4 | 36,36 |
| Herramientas de trabajo en buen estado para la producción. | 5 | 45,45 |
| Buena atención al cliente. | 2 | 18,18 |
| Productos de calidad. | 9 | 81,82 |
| Buena imagen de la microempresa ante el cliente. | 5 | 45,45 |
| Producto a un precio bajo. | 6 | 54,55 |
| Infraestructura adecuada para la elaboración del producto. | 4 | 36,36 |
| OPORTUNIDADES | f | % |
| Variedad de productos a precios bajos. | 3 | 27,27 |
| Microempresa ya establecida en la mente del cliente. | 4 | 36,36 |
| Mano de obra calificada. | 6 | 54,55 |
| Lugar propio para la elaboración del producto. | 7 | 63,64 |
| Espacio físico adecuado para la elaboración del producto. | 7 | 63,64 |
| Estar elaborando el producto por años. | 5 | 45,45 |
| Tener las herramientas necesarias para la elaboración. | 8 | 72,73 |
| DEBILIDADES | f | % |
| Falta de espacio para el almacenamiento del producto. | 4 | 36,36 |
| Falta de un vehículo para la adquisición de la mercadería. | 2 | 18,18 |
| Dificultades al adquirir maquinaria de punta por falta de dinero. | 5 | 45,45 |
| Falta de tecnología. | 3 | 27,27 |
| Falta de recursos financieros para la adquisición de materia prima. | 6 | 54,55 |
| Falta de entidades financieras que brinden créditos financieros. | 3 | 27,27 |
| AMENAZAS | f | % |
| Mal estado de las vías de comunicación. | 2 | 18,18 |
| Exceso de competencia. | 7 | 63,64 |
| Precios bajos de la competencia. | 4 | 36,36 |
| Precios elevados al comprar materia prima. | 6 | 54,55 |
| Precios elevados de la maquinaria para la elaboración. | 4 | 36,36 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

INTERPRETACION: De acuerdo a las entrevistas aplicadas a los 11 gerentes de las microempresas panificadoras de la ciudad de Catacocha a cerca de cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en su microempresamanifestaron lo expuesto en el cuadro.

14. ¿Ha recibido Usted cursos de capacitación?

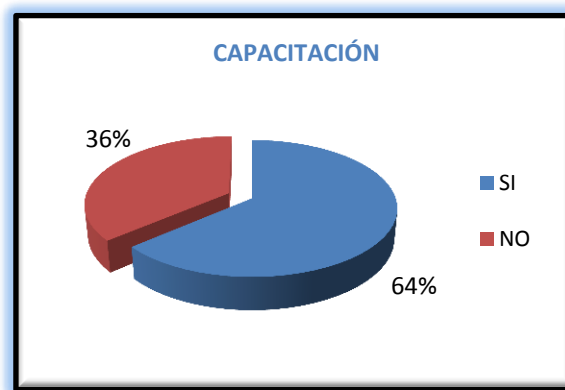
Cuadro N° 24

| Capacitación. | f | % |
|---------------|-----------|------------|
| Sí. | 7 | 63,64 |
| No. | 4 | 36,36 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 16



INTERPRETACION:

Como se puede observar 7 personas que representan el 63,64% de los encuestados reciben cursos de capacitación en: elaboración y producción y atención al cliente, mientras que 4 personas que significa el 36,36% no recibe capacitación. **Frente a esto se puede decir que capacitar continuamente elevaría el nivel de servicio de la microempresa.**

15. ¿La materia prima la adquiere a nivel?

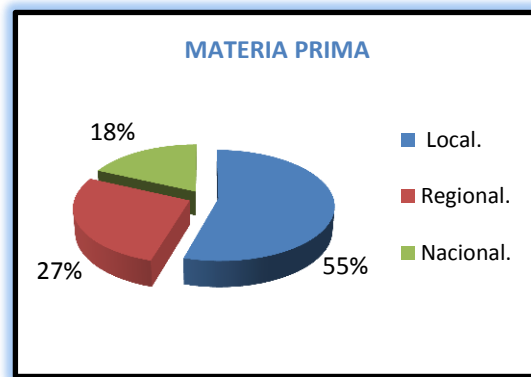
Cuadro N° 25

| Materia Prima. | f | % |
|----------------|-----------|------------|
| Local. | 6 | 54,55 |
| Regional. | 3 | 27,27 |
| Nacional. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 17



INTERPRETACION:

En la presente pregunta referente a la adquisición de materia prima, se puede decir de acuerdo a los resultados que: 6 personas que representan el 54,55% adquieren la materia prima en la localidad, 3 personas que significan el 27,27% a nivel regional y 2 personas que representan el 18,18% a nivel nacional. **En esta pregunta se puede decir que la mayor parte de materia prima es adquirida en la localidad, por lo cual esto es favorable a las microempresas porque reduce el costo de producción.**

16. ¿De qué forma adquiere la materia prima?

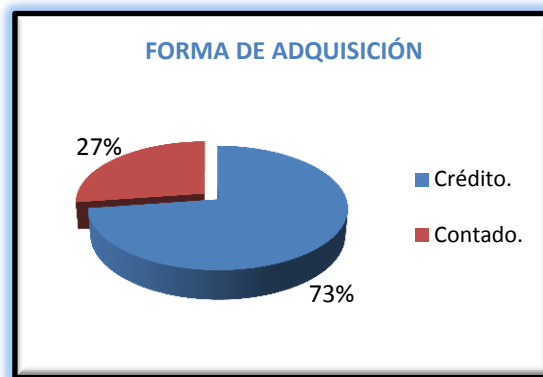
Cuadro N° 26

| Forma de adquisición. | f | % |
|-----------------------|-----------|------------|
| Crédito. | 8 | 72,73 |
| Contado. | 3 | 27,27 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Cuadro N° 25.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 18



INTERPRETACION:

En lo referente a esta pregunta dirigida a los gerentes de las microempresas se puede decir que: 8 personas que representan el 72,73% de encuestados indican que la materia prima la adquieren a crédito, mientras que 3 personas que significan el 27,27% señalan que las adquieren al contado. **Esto demuestra que las microempresas tienen crédito suficiente para adquirir a los proveedores de materia prima.**

Si es a crédito mencione el plazo otorgado:

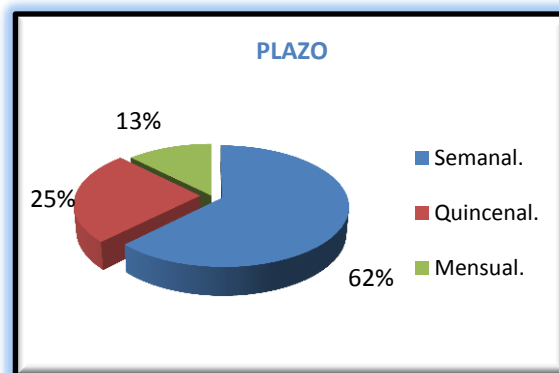
Cuadro N° 27

| Plazo. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Semanal. | 5 | 62,50 |
| Quincenal. | 2 | 25,00 |
| Mensual. | 1 | 12,50 |
| Total | 8 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 19



INTERPRETACION:

De los entrevistados 8 gerentes de las microempresas panificadoras que adquieren la materia prima a crédito se puede decir que: 5 personas que es el 62,50% realizan sus pagos de forma semanal mientras que 2 personas lo realizan de forma quincenal lo que representa el 25% y 1 persona de forma mensual representando el 12,50% de los encuestados. **Esto demuestra que sería importante que los proveedores otorguen más tiempo en el cobro de la materia prima lo cual sería beneficioso para la microempresa.**

17. ¿Cuenta su microempresa con tecnología de punta?

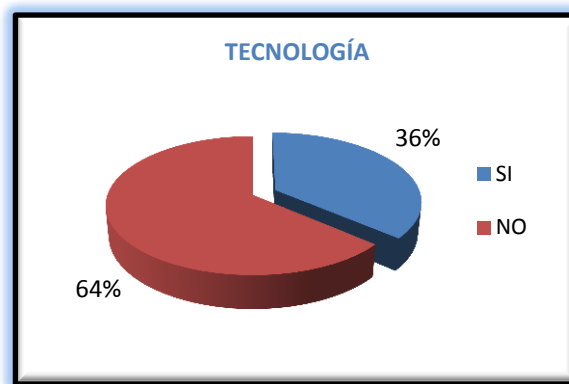
Cuadro N° 28

| Tecnología. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| Sí. | 4 | 36,36 |
| No. | 7 | 63,64 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 20



INTERPRETACION:

Después de hacer el análisis y como se puede ilustrar en el cuadro se puede decir que: 4 personas que representan el 36,36% opinan que si cuentan con tecnología de punta y 7 personas que significa el 63,64% no poseen tecnología de punta. **Esto demuestra que las microempresas deberían innovar su maquinaria lo cual permitiría ser más competitivo en el mercado local.**

18. ¿Cada qué tiempo innova su maquinaria?

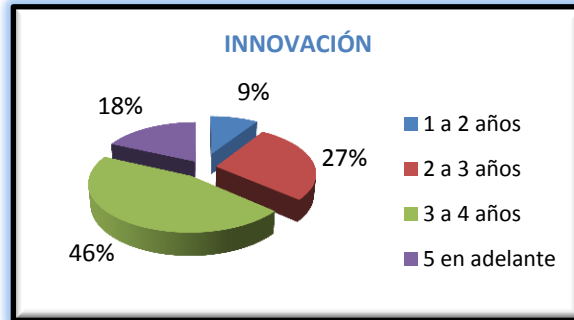
Cuadro N° 29

| Innovación. | f | % | Xm | Xm*f |
|----------------|-----------|------------|--------------|--------------|
| 1 a 2 años. | 1 | 9,09 | 1,50 | 1,50 |
| 2 a 3 años | 3 | 27,27 | 2,50 | 7,50 |
| 3 a 4 años. | 5 | 45,45 | 3,50 | 17,50 |
| 5 en adelante. | 2 | 18,19 | 6 | 12 |
| Total | 11 | 100 | 13,50 | 38,50 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 21



$$\begin{aligned}
 x &= \frac{\sum X_m * f}{n} \\
 &= \frac{38,5}{11} \\
 &= 3,5 \text{ años} \\
 &= 0,5 * 12 = 0,6 \text{ meses} \\
 &= \mathbf{3 \text{ años y } 6 \text{ meses}}
 \end{aligned}$$

INTERPRETACION:

En la presente pregunta referente al tiempo de innovación de su maquinaria se puede decir que: las microempresas de producción renuevan cada 3 años y seis meses promedio. **En esta pregunta se puede decir que la mayoría de los gerentes no tardan en renovar su maquinaria para la producción lo cual repercute en la producción.**

19. ¿Indique el número de empleados que trabajan en su microempresa?

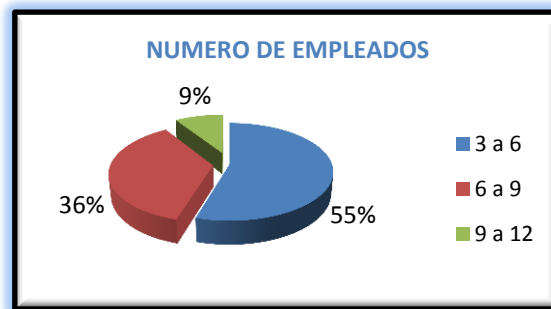
Cuadro N° 30

| Número de empleados. | f | % | Xm | Xm*f |
|----------------------|-----------|------------|--------------|--------------|
| 3 a 6 | 6 | 54,55 | 4,50 | 27 |
| 6 a 9 | 4 | 36,36 | 7,50 | 30 |
| 9 a 12 | 1 | 9,09 | 10,50 | 10,50 |
| Total | 11 | 100 | 22,50 | 67,50 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 22



$$x = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

$$= \frac{67.5}{11}$$

= 6,13empleados.

= 6 empleados.

INTERPRETACION:

En la escala de empleados que trabajan en las panificadoras tenemos: que el número de empleados que ocupan las microempresas de producción panificadoras es de cuentan 6 empleados promedio por microempresa. **Esto demuestra que las microempresas panificadoras cuentan con personal de trabajo suficiente, el mismo que permite una producción y comercialización adecuada.**

20. ¿Solicita algún requisito para contratar personal?

Cuadro N° 31

| Requisitos. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| Sí. | 11 | 100 |
| No. | 0 | 0 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 23



INTERPRETACION:

Como se puede observar en el cuadro: los 11 gerentes de las panificadoras que representan el 100% solicitan requisitos para contratar personal. **Estos datos demuestran que las microempresas panificadoras, todos solicitan requisitos al momento de contratar el personal.**

21. ¿Cuáles son los requisitos para contratar el personal de su microempresa?

Cuadro N° 32

| Que Requisitos. | f | % |
|---------------------|----|-------|
| Experiencia laboral | 11 | 100 |
| Puntualidad. | 9 | 81,82 |
| Responsabilidad. | 7 | 63,64 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 24



INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados en relación a cuales son los requisitos para contratar el personal en sus empresas manifestaron lo siguiente: 11 personas experiencia laboral que representa el 100%, 9 personas puntualidad con un 81,82% y 7 personas responsabilidad que significa 63,64% de los entrevistados.

22. ¿Cada qué tiempo brinda capacitación a sus empleados?

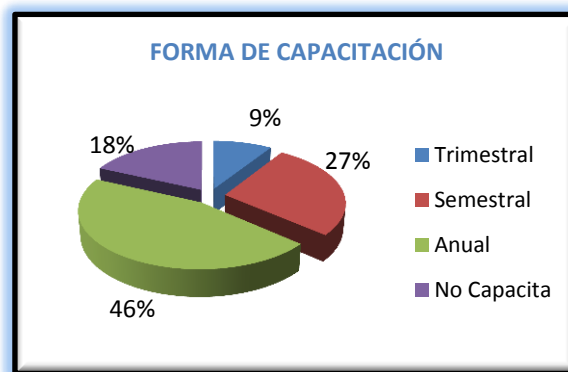
Cuadro N° 33

| Forma de Capacitación. | f | % |
|------------------------|-----------|------------|
| Trimestral. | 1 | 9,09 |
| Semestral. | 3 | 27,27 |
| Anual. | 5 | 45,45 |
| No Capacita. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 25



INTERPRETACION:

Como podemos observar en el cuadro: 1 persona que representa el 9,09% capacita a sus empleados de forma trimestral, 3 personas que significa el 27,27% capacita semestralmente, 5 personas de forma anual que representa el 45,45% y 2 personas no capacitan que representa el 18,18% de los encuestados. **Se puede decir que la mayoría capacita a sus empleados de forma anual en diferentes áreas.**

23. ¿Quiénes son sus proveedores?

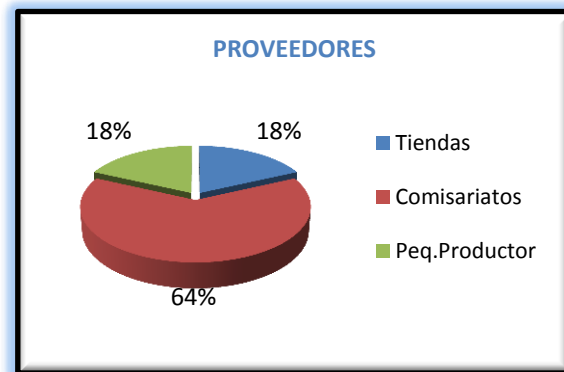
Cuadro N° 34

| Proveedores. | f | % |
|----------------------|-----------|------------|
| Tiendas. | 2 | 18,18 |
| Comisariatos. | 7 | 63,64 |
| Pequeños Productores | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 26



INTERPRETACION:

En la presente pregunta referente a quienes son sus proveedores se puede decir de acuerdo a los resultados: 2 personas que representa el 18,18% adquieren la materia prima en tiendas, 7 personas que significan el 63,64% en comisariatos y 2 personas que representan el 18,18% a pequeños productores. **En esta pregunta se puede decir que la mayor parte de los gerentes adquieren la materia prima a comisariatos.**

24. ¿Qué beneficios les brinda?

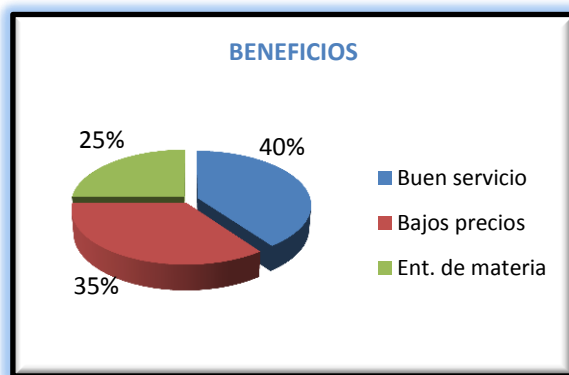
Cuadro N° 35

| Beneficios. | f | % |
|---|---|-------|
| Buen servicio. | 8 | 72,73 |
| Bajos precios. | 7 | 63,64 |
| Entrega de la materia prima en el local | 5 | 45,45 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 27



INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados se puede mencionar lo siguiente: 8 personas consideran que la buena atención es un beneficio que representan el 72,73% y 7 personas manifestaron que el precio bajo con un 63,64% son los beneficios que les brindan los proveedores a las panaderías puestas en estudio.

25. ¿Está conforme con los servicios que les ofrece los proveedores?

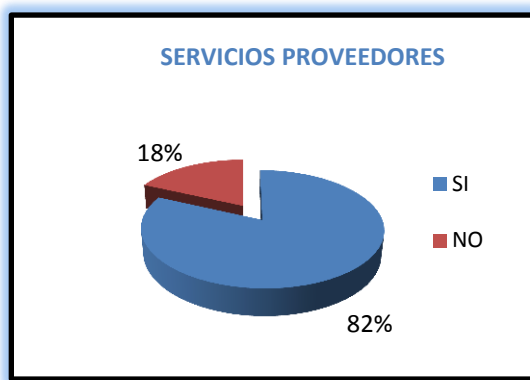
Cuadro N° 36

| Servicios Proveedores | f | % |
|-----------------------|-----------|------------|
| Sí. | 9 | 81,82 |
| No. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 28



INTERPRETACION:

Como se puede observar en el cuadro: 9 personas que representan un 81,82% están conformes con los servicios que ofrecen los proveedores, mientras que 2 personas que significan el 18.18% opinan que no están conformes. **Esto demuestra que los servicios de los proveedores son buenos ya que brindan la facilidad de entrega a sus clientes.**

26. ¿Qué le gustaría que mejore en cuanto a los servicios de los proveedores?

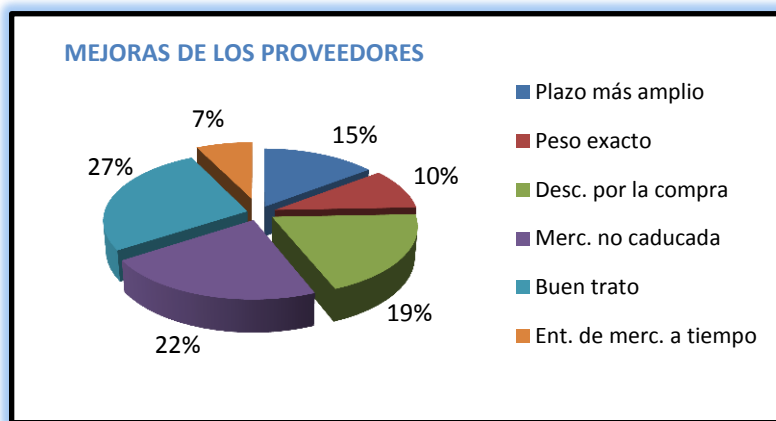
Cuadro N° 37

| Mejoras de los proveedores. | f | % |
|--|----|-------|
| Plazo más amplio para el pago de la materia prima. | 6 | 54,55 |
| Peso exacto de la materia prima. | 4 | 36,36 |
| Descuentos por la compra de materia prima. | 8 | 72,73 |
| Materia prima no caducada. | 9 | 81,82 |
| Buen trato a las personas. | 11 | 100 |
| Entrega de la mercadería a tiempo. | 3 | 27,27 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 29



INTERPRETACION:

Del total de entrevistados se puede mencionar lo siguiente: 6 personas plazo más amplio para el pago de la materia prima con un 54,55%, 4 personas peso exacto de la materia prima que representan el 36,36%, 8 personas descuentos por la compra de materia prima que significa el 72,73%, 9 personas Materia prima no caducada con un 81,82%, 11 personas Buen trato a las personas que representa el 100%, 3 personas Entrega de la mercadería a tiempo con un 27,27%, les gustaría a los gerentes de las panaderías que se mejore en cuanto al servicio de los proveedores.

27. ¿Existen productos similares o iguales en el mercado local?

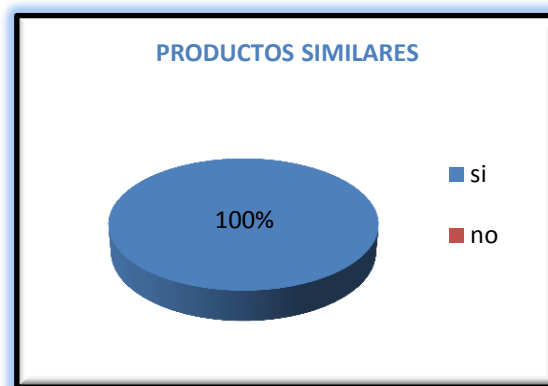
Cuadro N° 38

| Productos Similares. | f | % |
|----------------------|-----------|------------|
| Sí. | 11 | 100 |
| No. | 0 | 0 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 30



INTERPRETACION:

Después de hacer el análisis y como se puede ilustrar en el cuadro: los 11 gerentes entrevistados expusieron que si existen productos similares en el mercado local. **Esto demuestra que las microempresas panificadoras deberían innovar para que de esta manera se puedan identificarse con productos propios en el mercado.**

28. ¿La existencia de estos productos afectan a su microempresa?

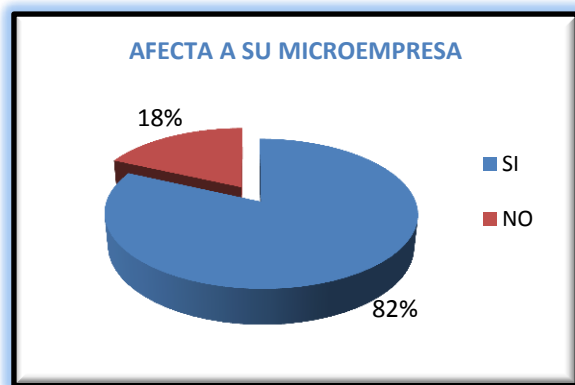
Cuadro N° 39

| Afecta a su microempresa. | f | % |
|---------------------------|-----------|------------|
| Sí. | 9 | 81,82 |
| No. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 31



INTERPRETACION:

De las personas entrevistadas: 9 manifestaron que si afecta a su microempresa la existencia de estos productos lo que representa un 81,82% y 2 personas expusieron que no les afecta lo que representa el 18,18%. **Esto indica que los productos similares si afectan a las microempresas panificadoras el mismo que reduce el nivel de ventas.**

29. ¿Qué tipo de herramientas utiliza su microempresa para enfrentar a sus competidores?

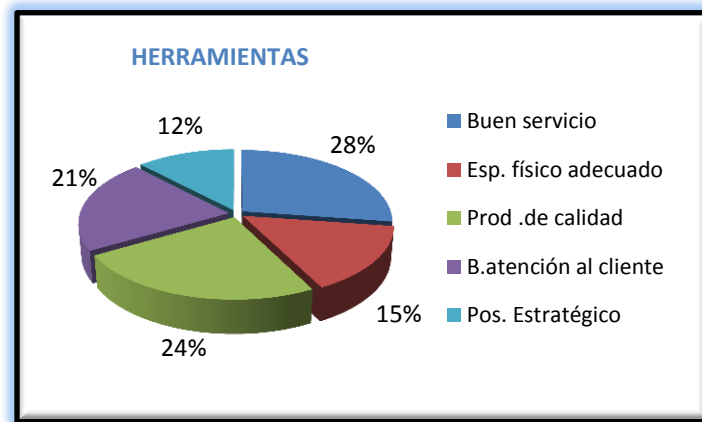
Cuadro N° 40

| Herramientas. | f | % |
|------------------------------|---|-------|
| Buen servicio. | 9 | 81,82 |
| Espacio físico adecuado. | 5 | 45,45 |
| Productos de calidad. | 8 | 72,73 |
| Buena atención al cliente. | 7 | 63,64 |
| Posicionamiento estratégico. | 4 | 36,36 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 32



INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados dieron a conocer las herramientas que utilizan para enfrentar a los competidores detallados a continuación: 9 personas el buen servicio con un 81,82%, 5 personas espacio físico adecuado con un 45,45%, 8 personas productos de calidad con un 72,73%, 7 personas buena atención al cliente con un 63,64%, 4 personas posicionamiento estratégico con un 36,36%.

30. ¿Existe diferencia entre sus productos y los que ofrece la competencia?

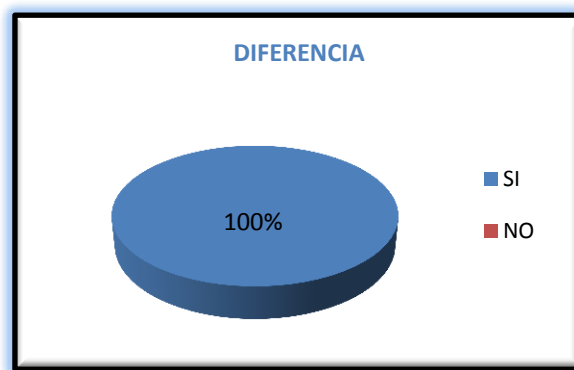
Cuadro N° 41

| Diferencia. | f | % |
|--------------|-----------|------------|
| Sí. | 11 | 100 |
| No. | 0 | 0 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

GráficoN° 33



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes de las panificadoras: las 11 personas manifestaron que si existen diferencias entre sus productos y los que ofrece la competencia lo que representa el 100% del total de los encuestados las diferencias tenemos: Buena atención al cliente y buen servicio productos de calidad.

31. ¿Tiene identificado a sus clientes potenciales?

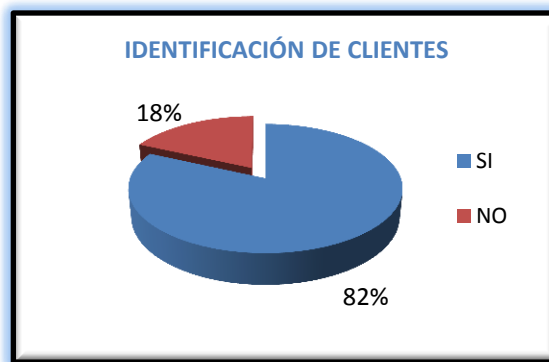
Cuadro N° 42

| Identificación de clientes. | f | % |
|-----------------------------|-----------|------------|
| Sí. | 9 | 81,82 |
| No. | 2 | 18,18 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 34



INTERPRETACION:

Después de hacer un análisis y como se puede ilustrar en el cuadro: 9 personas que significa el 81,82% si tienen identificado a sus clientes potenciales y 2 personas que representa el 18,18%no tiene identificado.**Esto nos demuestra que las microempresas panificadoras tienen un número considerable de clientes potenciales identificados lo cual es beneficioso para la microempresa.**

32. ¿Existe en el medio mano de obra calificada, en la rama de actividad que se dedica la microempresa?

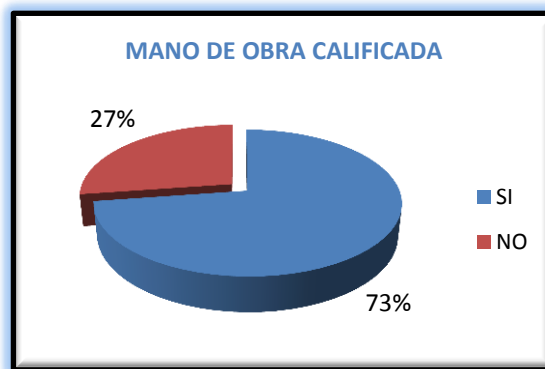
Cuadro N° 43

| Mano de obra calificada. | f | % |
|--------------------------|-----------|------------|
| Sí. | 8 | 72,73 |
| No. | 3 | 27,27 |
| Total | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 35



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes panificadoras: 8 personas consideran que si existen mano de obra calificada lo que representa el 72,73% y 3 personas comentaron que no existe en el medio mano de obra calificada lo que corresponde al 27,27%. **Esto demuestra que en el medio existe mano de obra calificada para la producción de las microempresas generando beneficios.**

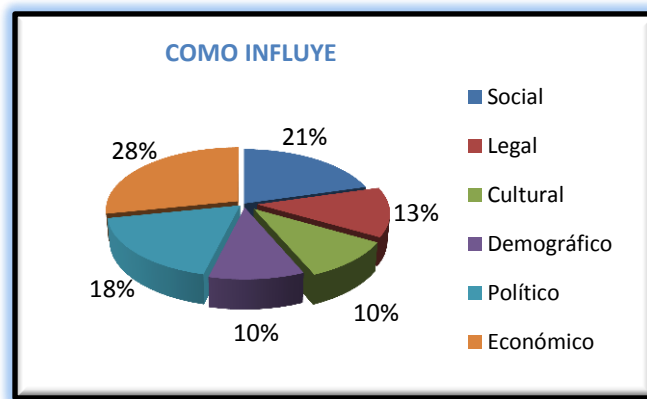
33. ¿Qué elementos del ambiente influye sobre el funcionamiento de la microempresa?

Cuadro N° 44

| Como influye. | f | % |
|---------------|----|-------|
| Social. | 8 | 72,73 |
| Legal. | 5 | 45,45 |
| Cultural. | 4 | 36,36 |
| Demográfico. | 4 | 36,36 |
| Político. | 7 | 63,64 |
| Económico. | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 36



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes de las microempresas panificadoras manifestaron lo siguiente: 8 personas que el ambiente social con un 72,73%, 5 personas ambiente legal que significa el 45,45%, 4 personas el ambiente cultural que representa el 36,36%, 4 personas el ambiente demográfico con un 36,36%, 7 personas el ambiente político que significa el 63,64% y 11 personas el ambiente económico que representa el 100% mencionan que si influyen en el funcionamiento de las microempresas panificadoras puestas en estudio.

34. ¿Qué proyectos le gustaría que impulse el Gobierno Central, Municipio o Consejo Provincial?

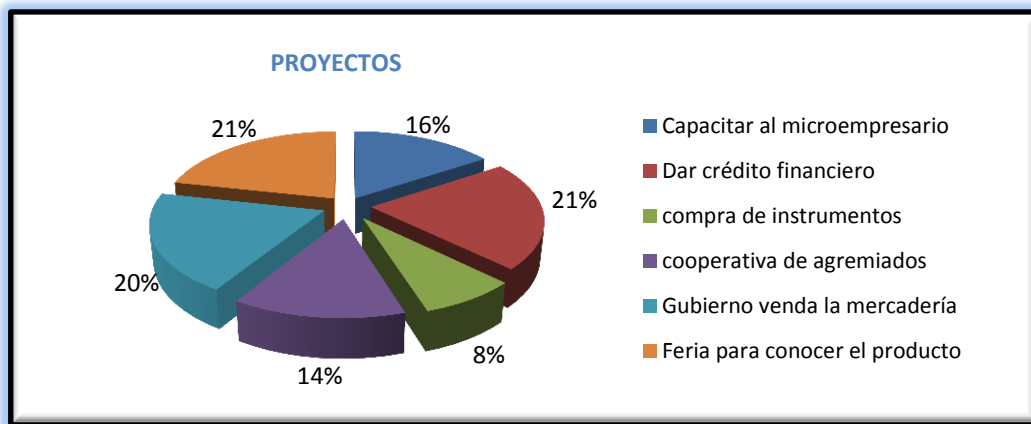
Cuadro N° 45

| Proyectos. | f | % |
|--|----|-------|
| Capacitar al microempresario para mejorar la producción. | 8 | 72,73 |
| Dar crédito financiero a bajo interés. | 11 | 100 |
| Facilitar la compra de instrumentos de producción. | 4 | 36,36 |
| Que se realice una cooperativa de agremiados. | 7 | 63,64 |
| Que las entidades Gubernamentales vendan la mercadería a bajo costo. | 10 | 90,91 |
| Que es realice una feria para dar a conocer el producto. | 11 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes panificadores.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 37



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes de las microempresas panificadoras mencionaron lo siguiente: 8 personas capacitar al microempresario para mejorar la producción con un 72,73%, 11 personas dar crédito financiero a bajo interés que significa el 100%, 4 personas facilitar la compra de instrumentos de producción que representa el 36,36%, 7 personas que se realice una cooperativa de agremiados con un 63,64%, 10 personas que las entidades Gubernamentales vendan la mercadería a bajo costo que significa el 90,91%, 11 personas que se realice una feria para dar a conocer el producto que representa el 100% son los proyectos que les gustaría que impulsen el Gobierno Central, Municipio o Consejo Provincial.

1.2. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA A LOS GERENTES DE LAS 7 MICROEMPRESAS ARTESANALES DE LA CIUDAD DE CATACOA.

1. ¿Es Ud. nativo de Catacocha?

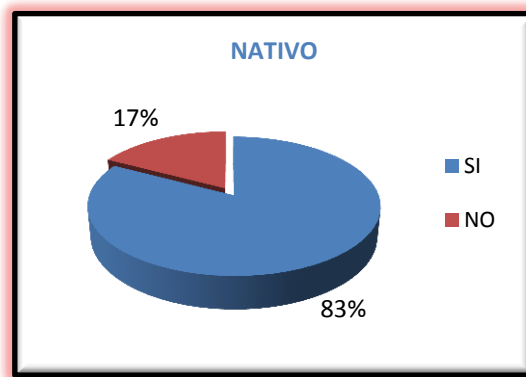
Cuadro N° 46

| Es de Paltas. | f | % |
|---------------|----------|------------|
| Sí. | 4 | 57,14 |
| No. | 3 | 42,85 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 38



INTERPRETACION:

De las entrevistas aplicadas a los 7 gerentes de las microempresas artesanales mencionaron lo siguiente: 4 personas manifestaron que si son nativos de Catacocha dando un porcentaje del 57,14% y 3 personas no pertenecen al lugar siendo el 42,85% de los encuestados **Esto demuestra que existe un número considerable de gerentes artesanales que no son nativos de Catacocha.**

2. ¿Cuál es su nivel de Educación?

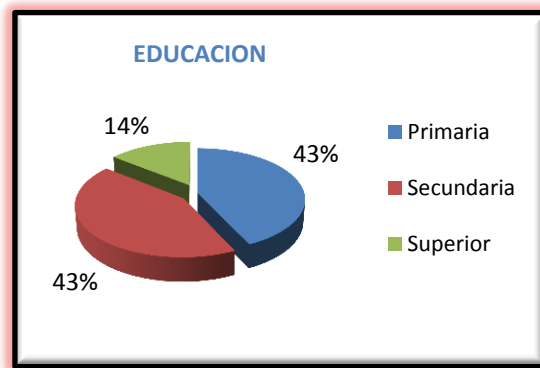
Cuadro N° 47

| Educación. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Primaria. | 3 | 42,85 |
| Secundaria. | 3 | 42,85 |
| Superior. | 1 | 14,29 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 39



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los 7 gerentes de las microempresas artesanales de la ciudad de Catacocha indicaron lo siguiente: 3 personas poseen instrucción primaria dando el 42,85%, 3 individuos manifestaron que tienen educación secundaria siendo el 42,85% y 1 persona ha cursado el nivel superior dando el 14,29% del total de los encuestados. **Esto demuestra que existe un número considerable de gerentes que poseen una instrucción secundaria el mismo que no es beneficioso para el desarrollo de las microempresas.**

3. ¿Qué título profesional Ud. posee?

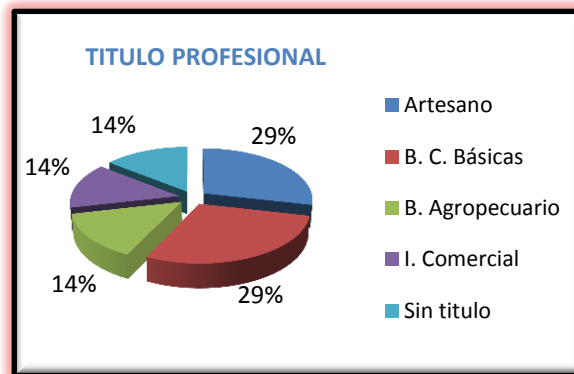
Cuadro N° 48

| Título Profesional. | f | % |
|-----------------------------|----------|------------|
| Artesano | 2 | 28,57 |
| Bachiller Ciencias Básicas. | 2 | 28,57 |
| Bachiller Agropecuario. | 1 | 14,29 |
| Ingeniero Comercial | 1 | 14,29 |
| Sin título. | 1 | 14,29 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 40



INTERPRETACION:

Las entrevistas aplicadas a los 7 gerentes de las microempresas mencionaron lo siguiente: 2 personas son artesanos dando un porcentaje del 28,57%, 2 individuos son bachilleres en Ciencias Básicas siendo el 28,57%, 1 persona es Bachiller Agropecuario dando el 14,29%, 1 persona es Ing. Comercial con un 14,29%, 1 persona no contestó del total de encuestados representando el 14,29%. **Esto demuestra que existe un número considerable de gerentes que son bachilleres el mismo que no es beneficioso para el desarrollo de las microempresas.**

4. ¿Qué tiempo tiene su empresa en el mercado?

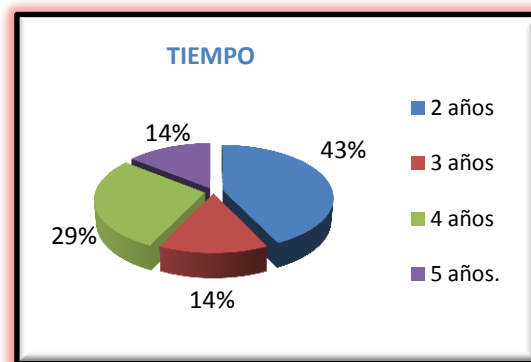
Cuadro N° 49

| Tiempo. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| 2 años. | 3 | 42,86 |
| 3 años. | 1 | 14,29 |
| 4 años. | 2 | 28,57 |
| 5 años. | 1 | 14,29 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 41



INTERPRETACION:

Según los datos obtenidos sobre el tiempo que llevan los gerentes trabajando en las microempresas se puede señalar: 3 personas llevan de 2 años promedio siendo el 42,86%, 1 persona de 3 años promedio representando el 14,29%, 2 personas de 4 años promedio dando el 28,57% y 1 persona 5 años promedio dando el 14,29% de los encuestados. **Esto demuestra que en los gerentes de las microempresas objeto de estudio existen estabilidad laboral ya que llevan un tiempo considerable dentro de las mismas.**

5. ¿Qué tipo de financiamiento utilizó usted al momento de crear su microempresa?

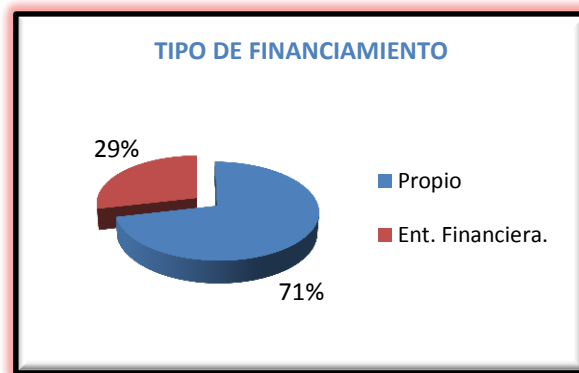
Cuadro N° 50

| Tipo de Financiamiento. | f | % |
|-------------------------|----------|------------|
| Propio. | 5 | 71,43 |
| Entidad Financiera. | 2 | 28,57 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 42



INTERPRETACION:

De las respuestas obtenidas a los 7 gerentes de las microempresas artesanales sobre el tipo de financiamiento que utilizaron al momento de crear su microempresa, 5 personas respondieron con capital propio siendo el 71,43%, mientras que las otras 2 personas con préstamos a entidades financieras representando el 28,57% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayoría de las microempresas artesanales iniciaron sus actividades con capital propio, mientras que el resto lo realizó por medio de una entidad financiera.**

6. ¿Se le hace fácil de acceder a un préstamo bancario?

Cuadro N° 51

| Facilidad de préstamo. | f | % |
|------------------------|----------|------------|
| Sí. | 2 | 100 |
| No, | 0 | 0 |
| Total | 2 | 100 |

Fuente: Cuadro N° 50.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 43



INTERPRETACION:

De las entrevistas realizadas a los 2 gerentes de las microempresas artesanales, indicaron: 2 personas que es fácil acceder a un préstamo bancario que representan el 100% de los entrevistados. **Esto demuestra que en el medio no es fácil acceder a un crédito en una entidad financiera, pese a ello han preferido financiarse con capital propio lo cual es una oportunidad desaprovechada.**

7. ¿Cuáles son los objetivos de la microempresa?

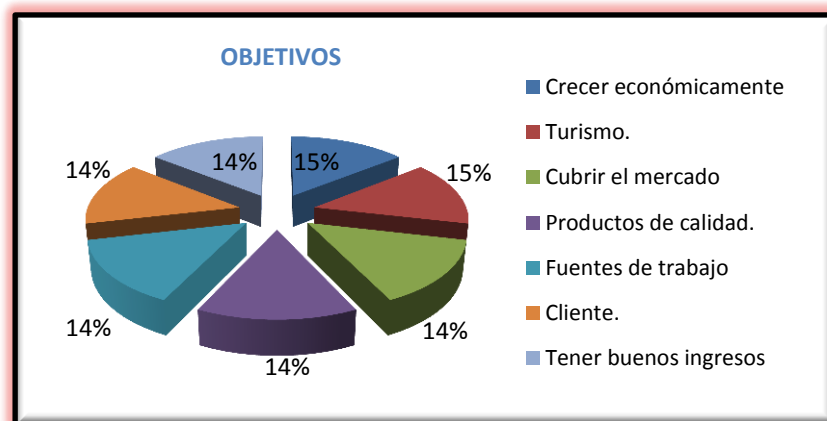
Cuadro N° 52

| Objetivos. | f | % |
|---|----------|------------|
| Crecer económicamente. | 1 | 15 |
| Aumentar el turismo y mejorar económicamente. | 1 | 15 |
| Cubrir el mercado local en su totalidad. | 1 | 14 |
| Ofrecer productos de calidad. | 1 | 14 |
| Crear fuentes de trabajo en la localidad. | 1 | 14 |
| Tratar de buena manera al cliente. | 1 | 14 |
| Tener buenos ingresos | 1 | 14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 44



INTERPRETACIÓN:

Después de aplicar las entrevistas a los gerentes de las microempresas artesanales dieron a conocer los objetivos planteados por cada una de estas: crecer económicamente, aumentar el turismo y mejorar económicamente, cubrir el mercado local en su totalidad, ofrecer productos de calidad, crear fuentes de trabajo en la localidad, tratar de buena manera al cliente, tener buenos ingresos.

8. ¿La microempresa tiene definida la misión, visión; cuáles?

Misión:

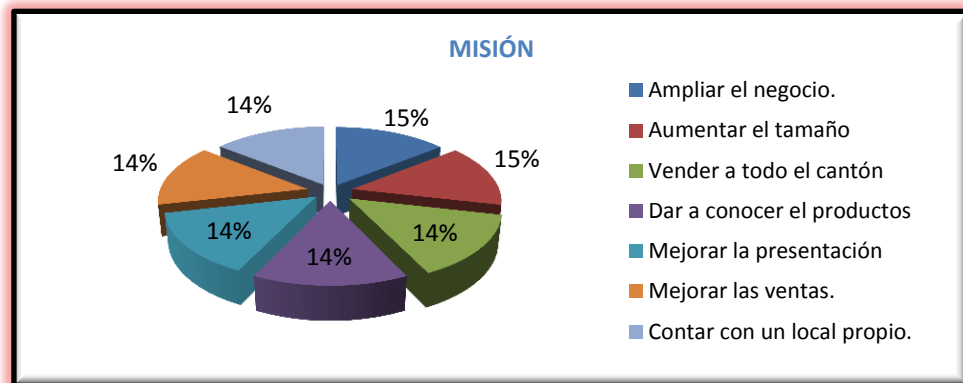
Cuadro N° 53

| Misión. | f | % |
|---|----------|------------|
| Ampliar el negocio. | 1 | 15 |
| Aumentar el tamaño de la microempresa. | 1 | 15 |
| Vender a todo el cantón | 1 | 14 |
| Dar a conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha. | 1 | 14 |
| Mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo. | 1 | 14 |
| Posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas. | 1 | 14 |
| Contar con un local propio. | 1 | 14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 45



INTERPRETACIÓN:

Después de aplicar las entrevistas a los gerentes de las microempresas artesanales dieron a conocer sobre la misión planteados por cada una de estas: ampliar el negocio, Aumentar el tamaño de la microempresa, vender a todo el cantón, dar a conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha, mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo, posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas, contar con un local propio.

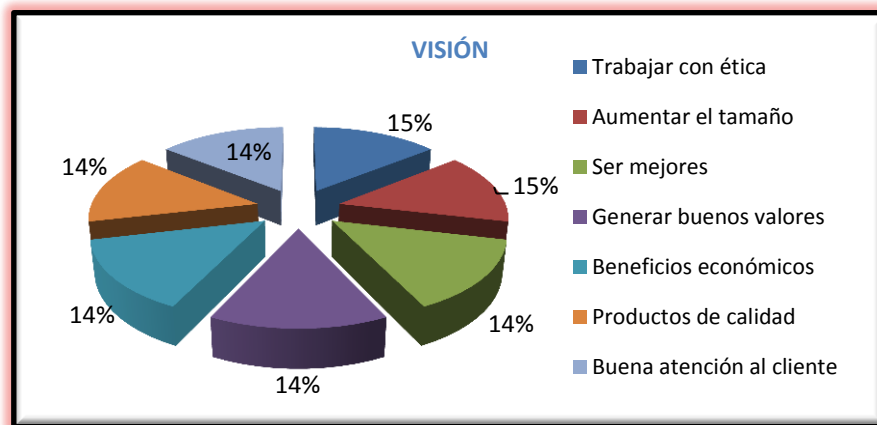
Visión:

Cuadro N° 54

| Visión. | f | % |
|---|----------|------------|
| Trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral. | 1 | 15 |
| Aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha. | 1 | 15 |
| Ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha. | 1 | 14 |
| Generar buenos valores en Catacocha. | 1 | 14 |
| Crear beneficios económicos a largo plazo. | 1 | 14 |
| Ofrecer productos de calidad y variedad. | 1 | 14 |
| Dar buena atención al cliente. | 1 | 14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 46



INTERPRETACIÓN:

Después de aplicar las entrevistas a los gerentes de las microempresas artesanales dieron a conocer sobre la visión expuestos a continuación: Trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral, aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha, ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha, generar buenos valores en Catacocha, Crear beneficios económicos a largo plazo, ofrecer productos de calidad y variedad, dar buena atención al cliente.

9. ¿Los objetivos planteados por la microempresa se han cumplido?

Cuadro N° 55

| Cumplimiento objetivo. | f | % |
|------------------------|----------|------------|
| Sí. | 3 | 42,86 |
| No. | 4 | 57,14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 47



INTERPRETACION:

En lo referente a ésta pregunta puedo indicar que:3 personas de los encuestados indican que los objetivos planteados si se han cumplido siendo el 42,86%, mientras4 personas que es el 57,14% señala que no se ha cumplido con los mismos. **Esto demuestra que la mayor parte de las microempresas no cumplen con los objetivos planteados.**

10. ¿Lleva usted un registro de ventas?

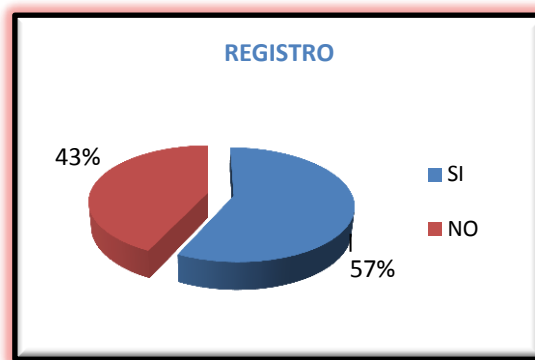
Cuadro N° 56

| Registro. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Sí. | 4 | 57,14 |
| No. | 3 | 42,86 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 48



INTERPRETACION:

De acuerdo a la pregunta si llevan registro de ventas y como se puede observar en el gráfico: 4 personas que representan el 57,14% opinan que si llevan un registro de ventas, mientras que 3 personas que significa el 42,86% no lo hace. **Como se puede observar los gerentes en su mayoría si llevan registros de ventas lo cual tienen definido lo que hacen.**

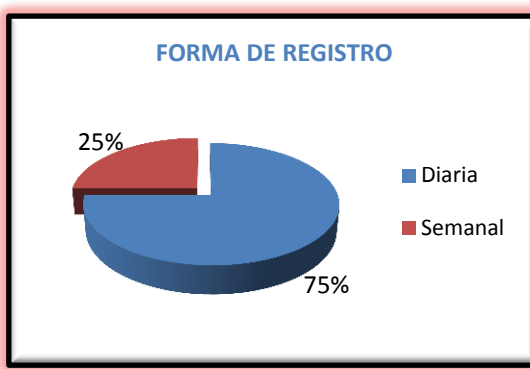
Si su respuesta es afirmativa indique la frecuencia de registro:

Cuadro N° 57

| Forma de Registro. | f | % |
|--------------------|----------|------------|
| Diaria. | 3 | 75 |
| Semanal. | 1 | 25 |
| Total | 4 | 100 |

Fuente: Cuadro N° 56.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 49



INTERPRETACION:

De los entrevistados 4 gerentes de las microempresas artesanales se puede mencionar lo siguiente: 3 personas que es el 75% llevan un registro de ventas diaria mientras que 1 persona lleva un registro semanal lo que representa el 25% de los encuestados. **Esto demuestra que las tres cuartas partes llevan un registro diario y una persona registro semanal.**

11. ¿Ud. tiene conocimientos sobre planeación y organización empresarial?

PLANEACION:

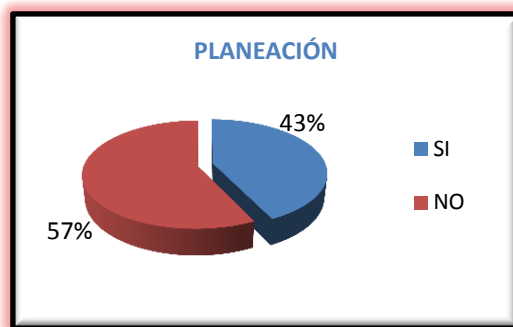
Cuadro N° 58

| Planeación. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Sí. | 3 | 42,86 |
| No. | 4 | 57,14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 50



INTERPRETACION:

Como se puede ilustrar en el cuadro: 3 personas que representan el 42,86% tiene conocimientos de planeación y 4 personas no significando el 57,14 %. **Esto demuestra que la falta de conocimientos de planeación puede conllevar a un lento desarrollo administrativo de las microempresas artesanales.**

ORGANIZACIÓN:

Cuadro N° 59

| Organización. | f | % |
|---------------|----------|------------|
| Sí. | 3 | 42,86 |
| No. | 4 | 57,14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 51



INTERPRETACION:

Como se puede ilustrar en el cuadro: 3 personas que representan el 42,86% tiene conocimientos de organización y 4 personas que significa el 57,14% no tienen conocimientos sobre la organización. **Esto nos demuestra que los conocimientos sobre la organización no están entendidos en su totalidad por los gerentes de las microempresa.**

12. ¿En la actualidad la microempresa cuenta con una estructura organizacional definida?

Cuadro N° 60

| Estructura Organizacional | f | % |
|---------------------------|----------|------------|
| Sí. | 2 | 28,57 |
| No. | 5 | 71,43 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 52



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los artesanos de la ciudad de Catacocha: 2 personas que representa el 28,57% manifiesta que las microempresas si cuentan con una estructura organizativa definida y 5 personas que significa el 71,43% no cuentan con estructura organizacional. **Se puede decir que la mayor parte de los gerentes no aplican una estructura organizacional para el beneficio de las microempresas que están administrando.**

13. ¿Cuál cree Ud. que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en su microempresa?

Cuadro N° 61

| FORTALEZAS | f | % |
|---|----------|----------|
| Innovación | 2 | 28,57 |
| Variedad de productos | 3 | 42,86 |
| Buena atención al cliente. | 4 | 57,14 |
| Posición estratégica de la microempresa. | 2 | 28,57 |
| Mayor productividad | 3 | 42,86 |
| Producto a precio bajo. | 4 | 57,14 |
| Productos de calidad. | 5 | 71,43 |
| OPORTUNIDADES | f | % |
| Lugar propio para la elaboración del producto. | 2 | 28,57 |
| Entidad ya establecida en la mente del cliente. | 3 | 42,86 |
| Elaborar el producto por años. | 5 | 71,43 |
| Sacar el producto a otros lugares en ferias. | 4 | 57,14 |
| Espacio físico adecuado. | 2 | 28,57 |
| Mano de obra calificada. | 6 | 85,71 |
| Precios bajos. | 5 | 71,43 |
| DEBILIDADES | f | % |
| Materia prima no disponible en el medio | 4 | 57,14 |
| Disminución en las ventas | 3 | 42,86 |
| Falta de tecnología. | 4 | 57,14 |
| Poco espacio para trabajar. | 6 | 85,71 |
| AMENAZAS | f | % |
| Mucha competencia | 5 | 71,43 |
| Precios bajos de la competencia. | 3 | 42,86 |
| Falta de lugares de venta | 4 | 57,14 |
| Precios elevados de la maquinaria. | 4 | 57,14 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

INTERPRETACION:

De acuerdo a las entrevistas aplicadas a los 7gerentesde las microempresas artesanales de la ciudad de Catacocha a cerca de cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en su microempresamanifestaron lo expuesto en el cuadro.

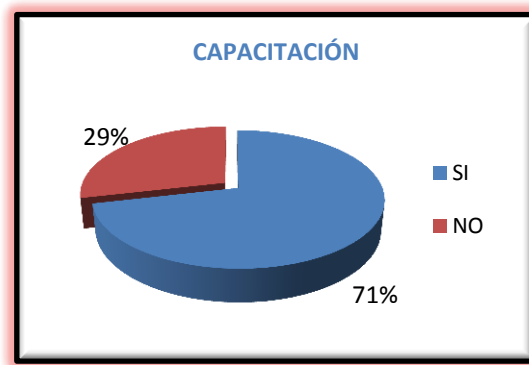
14. ¿Ud. Ha recibe cursos de capacitación?

Cuadro N° 62

| Capacitación. | f | % |
|---------------|----------|------------|
| Sí. | 5 | 71,43 |
| No. | 2 | 28,57 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 53



INTERPRETACION:

Como se puede observar en el cuadro: 5 personas que representan el 71,43% de los entrevistados reciben cursos de capacitación en: elaboración de artesanías, negocios y atención al cliente, mientras que el 2 personas que significa el 28,57% no recibe capacitación. **Frente a esto se puede decir que capacitar continuamente elevaría el nivel de servicio de la microempresa.**

15. ¿La materia prima la adquiere a nivel?

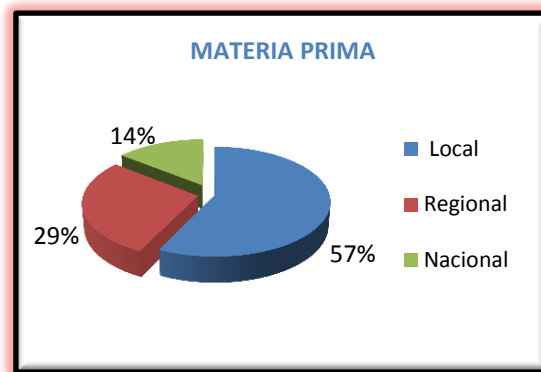
Cuadro N° 63

| Materia Prima. | f | % |
|----------------|----------|------------|
| Local. | 4 | 57,14 |
| Regional. | 2 | 28,57 |
| Nacional. | 1 | 14,29 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 54



INTERPRETACION:

En la presente pregunta referente a la adquisición de materia prima, se puede decir lo siguiente: 4 personas que representa el 57,14% adquiere la materia prima en la localidad, 2 personas que significa el 28,57% a nivel regional y 1 persona que representa el 14,29% a nivel nacional. **En esta pregunta se puede decir que la mayor parte de materia prima es adquirida en la localidad, por lo cual esto es favorable a las microempresas porque reduce el costo de producción.**

16. ¿De qué forma adquiere la materia prima?

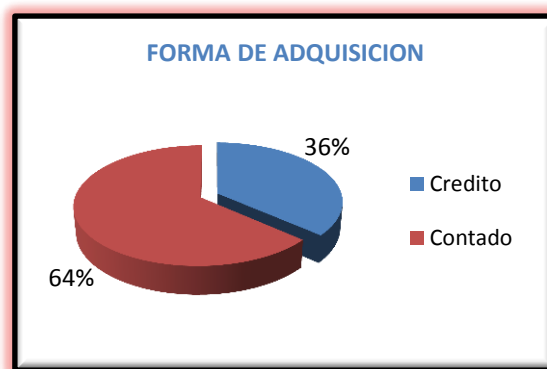
Cuadro N° 64

| Forma de adquisición. | f | % |
|-----------------------|----------|------------|
| Crédito. | 4 | 57,14 |
| Contado. | 3 | 42,86 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 55



INTERPRETACION:

En lo referente a esta pregunta dirigida a los gerentes de las microempresas mencionaron lo siguiente: 4 personas que representan el 57,14% de encuestados indican que la materia prima la adquieren a crédito, mientras que 3 personas que significa el 42,86% señala que la adquiere al contado. **Esto demuestra que las microempresas tienen crédito suficiente para adquirir a los proveedores de materia prima.**

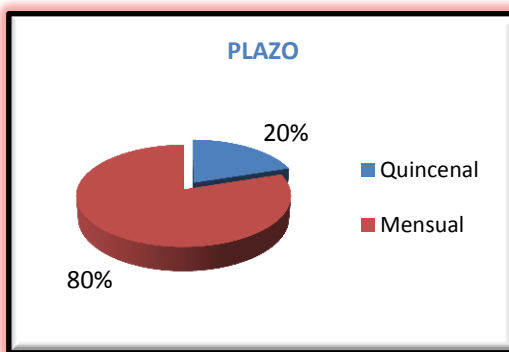
Si es a crédito mencione el plazo otorgado:

Cuadro N° 65

| Plazo. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Quincenal. | 1 | 25 |
| Mensual. | 3 | 75,00 |
| Total | 4 | 100 |

Fuente: Cuadro N° 64.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 56



INTERPRETACION:

De los entrevistados 4 gerentes de las microempresas artesanales que adquieren la materia prima a crédito se puede decir que: 1 persona que es el 25% realiza sus pagos de forma quincenal mientras que 3 personas llevan lo realizan de forma mensual lo que representa el 75% de los encuestados. **Esto demuestra que sería importante que los proveedores otorguen más tiempo en el cobro de la materia prima lo cual sería beneficioso para la microempresa.**

17. ¿Cuenta su microempresa con tecnología de punta?

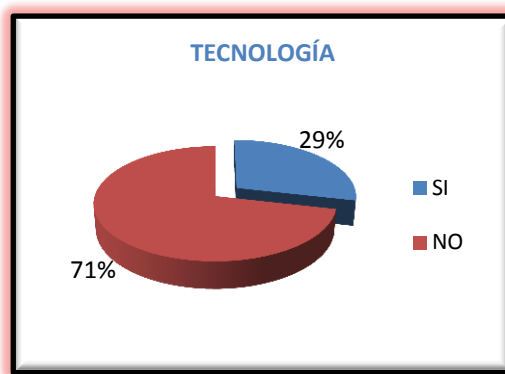
Cuadro N° 66

| Tecnología. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Sí. | 2 | 28,57 |
| No. | 5 | 71,43 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 57



INTERPRETACION:

Como se puede ilustrar en el cuadro se puede decir lo siguiente: 2 personas que representan el 28,57% opinan que si cuentan con tecnología de punta y 5 personas que significa el 71,43% no poseen tecnología de punta. **Esto demuestra que las microempresas deberían innovar su maquinaria lo cual permitiría ser más competitivo en el mercado local.**

18. ¿Cada qué tiempo innova su maquinaria?

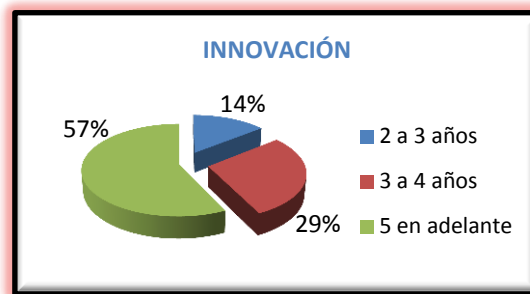
Cuadro N° 67

| Innovación. | f | % | Xm | Xm*f |
|----------------|----------|------------|-----------|--------------|
| 2 a 3 años | 1 | 14,29 | 2,50 | 2,50 |
| 3 a 4 años. | 2 | 28,57 | 3,50 | 7 |
| 5 en adelante. | 4 | 57,14 | 6 | 24 |
| Total | 7 | 100 | 12 | 33,50 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 58



$$x = \frac{\sum X_m * f}{n}$$

$$= \frac{33.5}{7}$$

$$= 4,79 \text{ años.}$$

$$= 0,79 * 12 = 9,48 \text{ meses.}$$

$$= 0,48 * 30 = 14,40 \text{ días.}$$

$$= \mathbf{4 \text{ años } 9 \text{ meses y } 14 \text{ días.}}$$

INTERPRETACION:

En la presente pregunta referente al tiempo de innovación de su maquinaria se puede mencionar lo siguiente. Que las microempresas de producción artesanales de la ciudad de Catacocha renuevan su maquinaria cada 4 años 9 meses y 14 días. **En esta pregunta se puede decir que la mayor de los gerentes no se tarda en renovar su maquinaria para la producción lo cual repercute en su producción.**

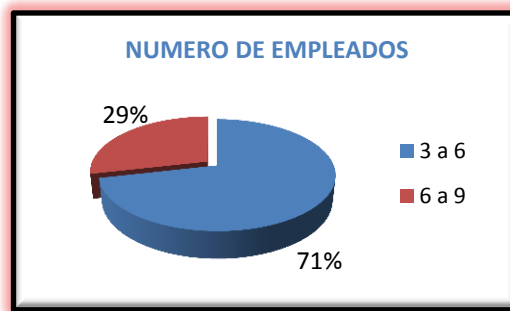
19. ¿Indique el número de empleados que trabajan en su microempresa?

Cuadro N° 68

| Número de empleados. | f | % | Xm | Xm*f |
|----------------------|----------|------------|----------|-----------|
| 2 a 4 | 5 | 71,43 | 3 | 15 |
| 4 a 6 | 2 | 28,57 | 5 | 10 |
| Total | 7 | 100 | 8 | 25 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 59



$$\begin{aligned}
 x &= \frac{\sum Xm * f}{n} \\
 &= \frac{25}{7} \\
 &= 3,57 \\
 &= 3 \text{ empleados.}
 \end{aligned}$$

INTERPRETACION:

En la escala de empleados que trabajan en las artesanías tenemos: un promedio de 3 empleados por microempresas de producción artesanal. **Esto demuestra que las microempresas artesanales no cuentan con personal de trabajo suficiente, el mismo que permite una producción y comercialización adecuada.**

20. ¿Solicita algún requisito para contratar personal?

Cuadro N° 69

| Requisitos. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Sí. | 7 | 100 |
| No. | 0 | 0 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 60



INTERPRETACION:

Como se puede observar en el cuadro los 7 gerentes que representan el 100% solicitan requisitos para contratar personal. **Estos datos demuestran que las microempresas artesanales todos solicitan requisitos al momento de contratar el personal.**

21. ¿Cuáles son los requisitos para contratar el personal de su microempresa?

Cuadro N° 70

| Que Requisitos. | f | % |
|---------------------|---|-------|
| Experiencia laboral | 4 | 57,14 |
| Puntualidad. | 7 | 100 |
| Responsabilidad. | 4 | 57,14 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 61



INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados a los gerentes en relación a cuales son los requisitos para contratar el personal en sus empresas manifestaron los siguientes requisitos detallados a continuación: 4 personas experiencia laboral que representa el 57,14%, 7 personas puntualidad con un 100% y 4 personas responsabilidad que significa 57,14% del total de encuestados.

22. ¿Cada qué tiempo brinda capacitación a sus empleados?

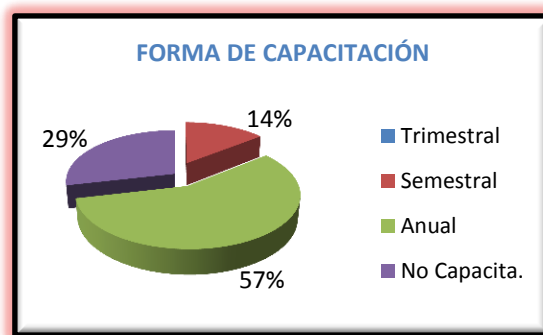
Cuadro N° 71

| Forma de Capacitación. | f | % |
|------------------------|----------|------------|
| Trimestral. | 0 | 0,00 |
| Semestral. | 1 | 14,29 |
| Anual. | 4 | 57,14 |
| No Capacita. | 2 | 28,57 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 62



INTERPRETACION:

Como podemos observar en el cuadro: 1 persona que representa el 14,29% capacita a sus empleados de forma semestral, 4 personas que significa el 57,14% capacita anualmente y 2 personas no capacitan. Que representa el 28,57% de los encuestados. **Se puede decir que la mayoría capacita a sus empleados de forma anual a sus trabajadores en diferentes áreas.**

23. ¿Quiénes son sus proveedores?

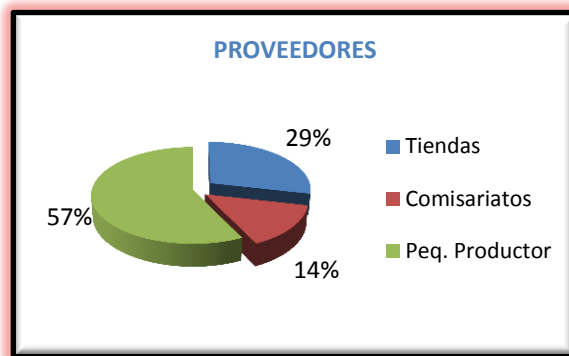
Cuadro N° 72

| Proveedores. | f | % |
|----------------------|----------|------------|
| Tiendas. | 2 | 28,57 |
| Comisariatos. | 1 | 14,29 |
| Pequeños Productores | 4 | 57,14 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 63



INTERPRETACION:

En la presente pregunta referente a quienes son sus proveedores, se puede decir mencionar lo siguiente: 2 personas que representa el 28,57% adquiere la materia prima en tiendas, 1 persona que significa el 14,29% en comisariatos y 4 personas que representan el 57,14% a pequeños productores. **En esta pregunta se puede decir que la mayor parte de los gerentes adquieren la materia prima a pequeños productores.**

24. ¿Qué beneficios les brinda?

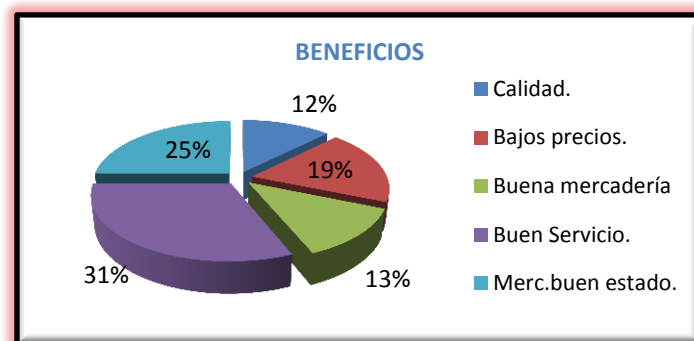
Cuadro N° 73

| Beneficios. | f | % |
|---|---|-------|
| La mercadería de calidad. | 2 | 28,57 |
| Bajos precios. | 3 | 42,86 |
| Entrega de la mercadería el día que es. | 2 | 28,57 |
| Buen Servicio. | 5 | 71,43 |
| Mercadería en buen estado. | 4 | 57,14 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 64



INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados se puede mencionar lo siguiente: 2 personas la mercadería de calidad con un 28,57%, 3 personas bajos precios que representa el 42,86%, 2 personas entrega de la mercadería el día que es que significa el 28,57%, 5 personas buen servicio con un 71,43%, 4 personas mercadería en buen estado son los beneficios que les brindan los proveedores a las panaderías puestas en estudio.

25. ¿Está conforme con los servicios que les ofrece los proveedores?

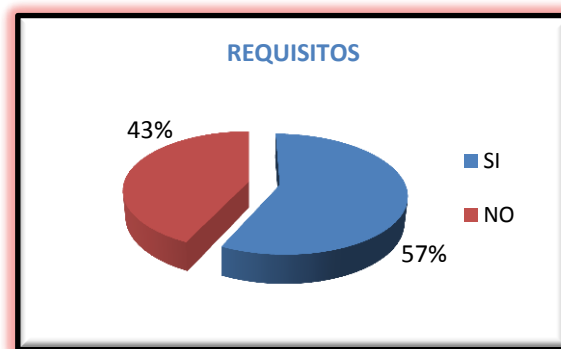
Cuadro N° 74

| Servicios Proveedores | f | % |
|-----------------------|----------|------------|
| Sí. | 4 | 57,14 |
| No. | 3 | 42,86 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 65



INTERPRETACION:

Como podemos observar en el cuadro: 4 personas que representan un 57,14% está conforme con los servicios que ofrecen los proveedores, mientras que 3 personas que significa el 42,86% opina que no está conforme. **Esto demuestra que los servicios de los proveedores son buenos ya que brindan la facilidad de entrega a sus clientes.**

26. ¿Qué le gustaría que mejore en cuanto a los servicios de los proveedores?

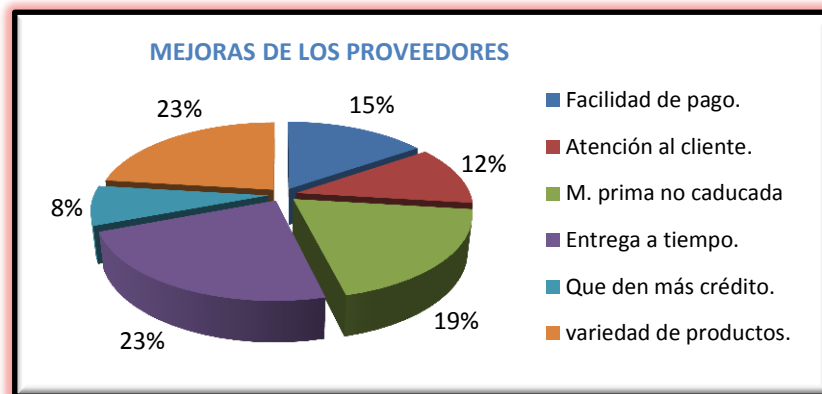
Cuadro N° 75

| Mejoras de los proveedores. | f | % |
|-------------------------------------|---|-------|
| Facilidad de pago. | 4 | 57,14 |
| Atención al cliente. | 3 | 42,86 |
| Materia prima no caducada. | 5 | 71,43 |
| Entrega de la mercadería a tiempo. | 6 | 85,71 |
| Que den más crédito. | 2 | 28,57 |
| Descuentos y variedad de productos. | 6 | 85,71 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 66



INTERPRETACION:

Del total de entrevistados se puede mencionar lo siguiente: 4 personas facilidad de pago con un 57,14%, 3 personas atención al cliente que representa el 42,86%, 5 personas materia prima no caducada que significa el 71,43%, 6 personas entrega de la mercadería a tiempo con un 85,71%, 2 personas que den más crédito que representa el 28,57% y 6 personas descuentos y variedad de productos que significa el 85,71%, les gustaría a los gerentes de las panaderías que se mejore en cuanto al servicio de los proveedores.

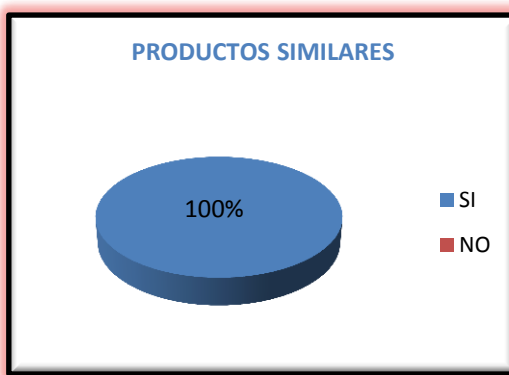
27. ¿Existen productos similares o iguales en el mercado local?

Cuadro N° 76

| Productos Similares. | f | % |
|----------------------|----------|------------|
| Sí. | 7 | 100 |
| No. | 0 | 0 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 67



INTERPRETACION:

Después de hacer el análisis y como se puede ilustrar en el cuadro los 7 gerentes entrevistados expusieron que si existen productos similares en el mercado local como: artesanías, manillas, productos en lana y mullos, cerámica. **Esto demuestra que las microempresas artesanales deberían innovar para que de esta manera se puedan identificarse con productos propios en el mercado.**

28. ¿La existencia de estos productos afectan a su microempresa?

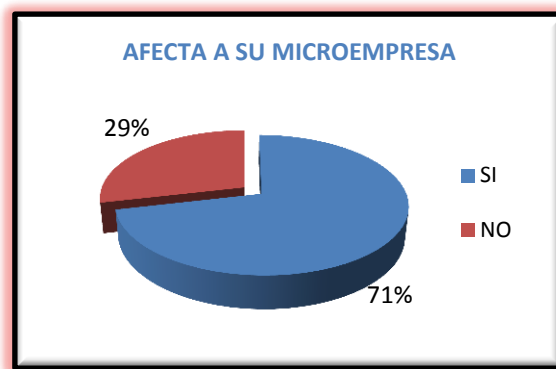
Cuadro N° 77

| Afecta a su microempresa. | f | % |
|---------------------------|----------|------------|
| Sí. | 5 | 71,43 |
| No. | 2 | 28,57 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 68



INTERPRETACION:

De las personas entrevistadas 5 manifestaron que si afecta a su microempresa la existencia de estos productos lo que representa un 71,43% y 2 personas expusieron que no les afecta lo que representa el 28,57%. **Esto indica que los productos similares si afectan a las microempresas artesanales el mismo que reduce el nivel de ventas.**

29. ¿Qué tipo de herramientas utiliza su microempresa para enfrentar a sus competidores?

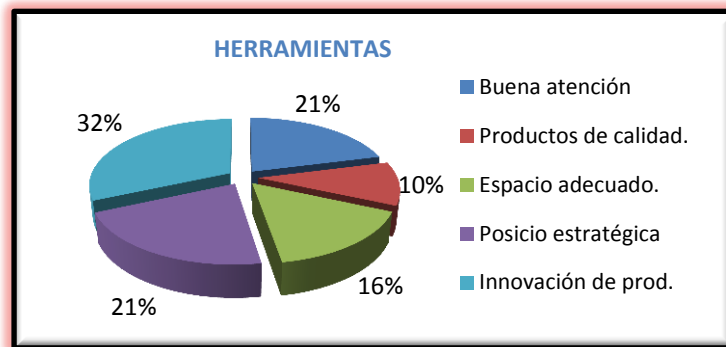
Cuadro N° 78

| Herramientas. | f | % |
|------------------------------|---|-------|
| Buena atención al cliente. | 4 | 57,14 |
| Productos de calidad. | 2 | 28,57 |
| Espacio físico adecuado. | 3 | 42,86 |
| Posicionamiento estratégico. | 4 | 57,14 |
| Innovación de productos. | 6 | 85,71 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 69



INTERPRETACIÓN:

Del total de entrevistados dieron a conocer las herramientas que utilizan para enfrentar a los competidores detallados a continuación: 4 personas buena atención al cliente con un 57,14%, 2 personas productos de calidad que representa el 28,57%, 3 personas espacio físico adecuado que significa el 42,86%, 4 personas posicionamiento estratégico con un 57,14% y 6 personas innovación de productos que representa el 85,71%.

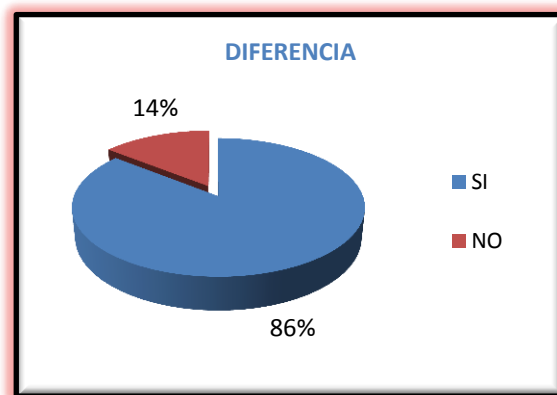
30. ¿Existe diferencia entre sus productos y los que ofrece la competencia?

Cuadro N° 79

| Diferencia. | f | % |
|--------------|----------|------------|
| Sí. | 6 | 85,71 |
| No. | 1 | 14,29 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 70



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes artesanos se puede mencionar lo siguiente: 6 personas manifestaron que si existe diferencia entre sus productos y los que ofrece la competencia lo que representa el 85,71% y 1 persona considera lo contrario lo que representa el 14,29% de los encuestados las diferencias tenemos: **Productos de calidad, buena atención al cliente y buen servicio.**

31. ¿Tiene identificado a sus clientes potenciales?

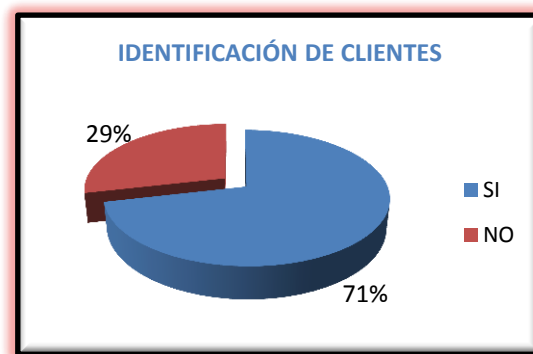
Cuadro N° 80

| Identificación de clientes. | f | % |
|-----------------------------|----------|------------|
| Sí. | 5 | 71,43 |
| No. | 2 | 28,57 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 71



INTERPRETACION:

Después de hacer un análisis y como se puede ilustrar en el cuadro: 5 personas que significa el 71,43% si tienen identificado a sus clientes potenciales y 2 personas que representa el 28,57% no tiene los tienen identificados. **Esto nos demuestra que las microempresas artesanales tienen un número considerable de clientes potenciales lo cual es beneficioso para la microempresa.**

32. ¿Existe en el medio mano de obra calificada, en la rama de actividad que se dedica la microempresa?

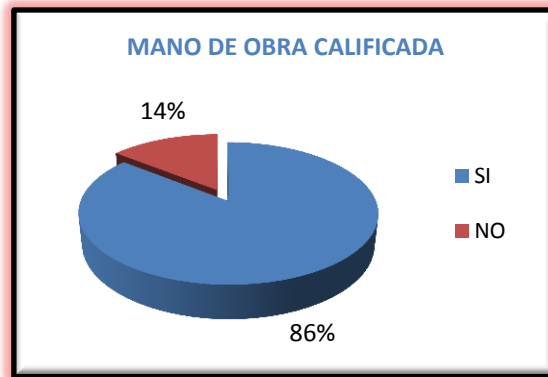
Cuadro N° 81

| Mano de obra calificada. | f | % |
|--------------------------|----------|------------|
| Sí. | 6 | 85,71 |
| No. | 1 | 14,29 |
| Total | 7 | 100 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 72



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes artesanos:6 personas consideran que si existen mano de obra calificada lo que representa el 85,71% y 1 persona comento que no existe en el medio mano de obra calificada lo que corresponde al 14,29%. **Esto demuestra que en el medio existe mano de obra calificada para la producción de las microempresas generando beneficios.**

33. ¿Qué elementos del ambiente influye sobre el funcionamiento de la microempresa?

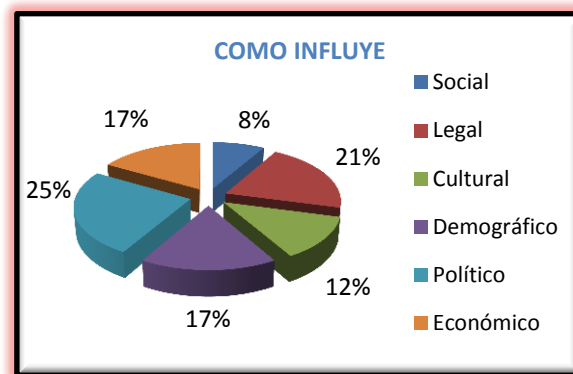
Cuadro N° 82

| Como influye. | f | % |
|---------------|---|-------|
| Social. | 2 | 28,57 |
| Legal. | 5 | 71,43 |
| Cultural. | 3 | 42,86 |
| Demográfico. | 4 | 57,14 |
| Político. | 6 | 85,71 |
| Económico. | 4 | 57,14 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 73



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes de las microempresas panificadoras manifestaron lo siguiente: 2 personas que el ambiente social con un 28,57%, 5 personas ambiente legal que significa el 71,43%, 3 personas el ambiente cultural que representa el 42,86%, 4 personas el ambiente demográfico con un 57,14%, 6 personas el ambiente político que significa el 85,71% y 7 personas el ambiente económico que representa el 100% mencionan que si influyen en el funcionamiento de las microempresas panificadoras puestas en estudio.

34. ¿Qué proyectos le gustaría que impulse el Gobierno Central, Municipio o Consejo Provincial?

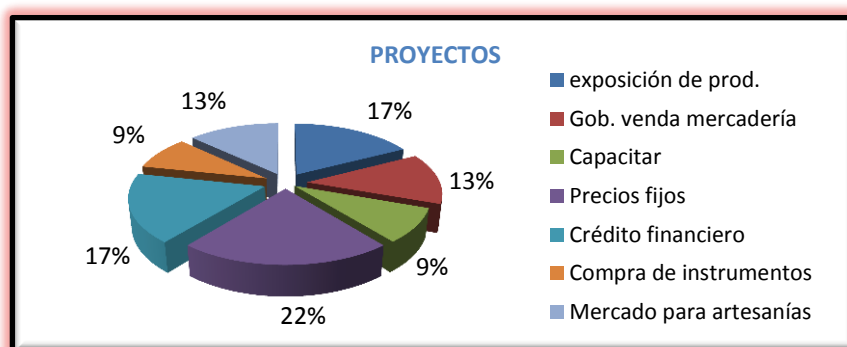
Cuadro N° 83

| Proyectos. | f | % |
|--|---|-------|
| Que se realice una exposición para dar a conocer el producto. | 4 | 57,14 |
| Que las entidades Gubernamentales vendan la mercadería a bajo costo. | 3 | 42,86 |
| Capacitar al microempresario para mejorar la producción. | 2 | 28,57 |
| Que se establezca precios fijos para la venta del producto. | 5 | 71,43 |
| Dar crédito financiero a bajo interés. | 4 | 57,14 |
| Facilitar la compra de instrumentos de producción. | 2 | 28,57 |
| Que se habrá un mercado solo para artesanías. | 3 | 42,86 |

Fuente: Encuesta aplicada a los gerentes artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 74



INTERPRETACION:

Según las entrevistas aplicadas a los gerentes de las microempresas artesanales mencionaron lo siguiente: 4 personas que se realice una exposición para dar a conocer el producto con un 57,14%, 3 personas que las entidades Gubernamentales vendan la mercadería a bajo costo que representa el 42,86%, 7 personas capacitar al microempresario para mejorar la producción que significa el 100%, 5 personas que se establezca precios fijos para la venta del producto con 71,43%, 4 personas dar crédito financiero a bajo interés que representa el 57,14%, 2 personas facilitar la compra de instrumentos de producción con un 28,57% y 3 personas que se habrá un mercado solo para artesanías que representa el 42,86% son los proyectos que les gustaría que impulse el Gobierno Central, Municipio o Consejo Provincial.

1.3. TABULACION E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LOS 81 EMPLEADOS DE LAS MICROEMPRESAS DE (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACOCCHA.

1. ¿Es Ud. Nativo de Catacocha?

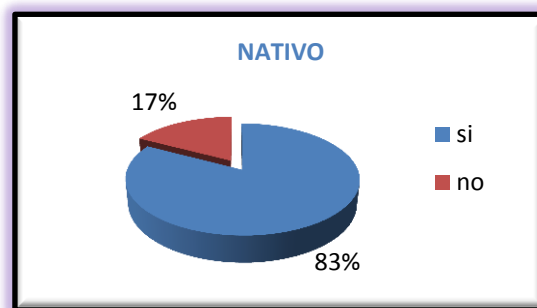
Cuadro N° 84

| Sector | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 49 | 89,10 | 6 | 10,90 | 55 |
| Artesanales. | 18 | 69,23 | 8 | 30,77 | 26 |
| Total | 67 | | 14 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoN° 75



INTERPRETACION:

De las encuestas aplicadas a los 81 empleados de las microempresas "Panificadoras y Artesanales" de la ciudad de Catacocha mencionaron lo siguiente: en las microempresas Panificadoras, 49 personas manifestaron que si son nativos representando el 89,10% mientras que 6 personas informaron que no pertenecen a Catacocha dando un porcentaje del 10,90% del total de los encuestados. En las artesanales 18 personas manifestaron que si son nativos de Catacocha dando un porcentaje del 69,23% y 8 personas no pertenecen al lugar siendo el 30,77% de los encuestados **Esto demuestra que existe un número considerable de empleados que son nativos de Catacocha el mismo que es beneficioso para el desarrollo de las microempresas locales.**

2. ¿Cuál es su nivel de Educación?

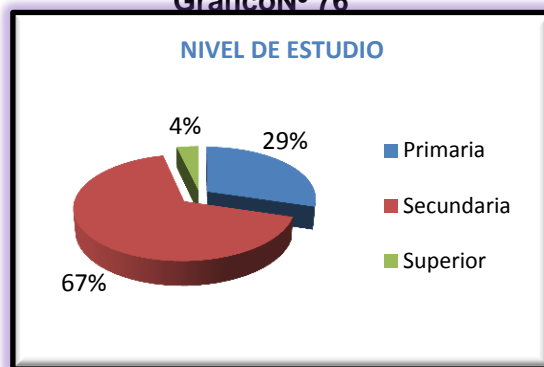
Cuadro N° 85

| Sector \ Nivel de Estudio | Primaria | | Secundaria | | Superior | | Total |
|---------------------------|-----------|-------|------------|-------|----------|------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 16 | 29,09 | 37 | 67,27 | 2 | 3,64 | 55 |
| Artesanales. | 8 | 30,77 | 17 | 65,38 | 1 | 3,85 | 26 |
| Total | 24 | | 54 | | 3 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N° 76
Gráfico N° 76



INTERPRETACION:

Según las encuestas aplicadas a los 81 empleados de las microempresas "Panificadoras y Artesanales" de la ciudad de Catacocha indicaron: en las microempresas Panificadoras 16 personas poseen instrucción primaria dando el 29,09%, 37 individuos manifestaron que tienen educación secundaria siendo el 67,27% y 2 personas han cursado el nivel superior dando el 3,64% del total de los encuestados. En las artesanales 8 personas tienen educación primaria siendo el 30,77%, 17 personas el nivel secundario siendo el 65,38% y 1 persona el nivel superior dando el 3,85% de los encuestados. **Esto demuestra que existe un número considerable de empleados que poseen una instrucción secundaria el mismo que es beneficioso para el desarrollo de las microempresas.**

¿Qué título profesional Ud. posee?

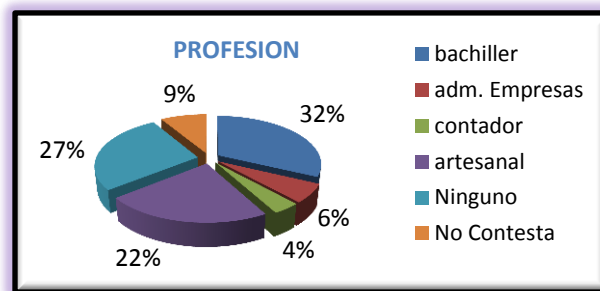
Cuadro Nº 86

| Sector \ Cargo | Bachiller | | Administración de Empresas | | Contador | | Artesano | | Ninguno | | No Contesta | | Total |
|----------------|-----------|-------|----------------------------|------|----------|------|-----------|-------|-----------|------|-------------|------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 22 | 40 | 4 | 7,27 | 3 | 5,45 | 0 | 0 | 21 | 38 | 5 | 9,09 | 55 |
| Artesanales. | 4 | 15,38 | 1 | 3,85 | 0 | 0 | 18 | 69,23 | 1 | 3,90 | 2 | 7,69 | 26 |
| Total | 26 | | 5 | | 3 | | 18 | | 22 | | 7 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico Nº77



INTERPRETACION:

Las encuestas aplicadas a los 81 empleados de las microempresas Panificadoras y Artesanales mencionaron lo siguiente: En las Panificadoras 22 personas son bachilleres siendo el 40%, 4 individuos son administradores de empresas dando el 7,27%, 3 personas son contadores con un 5,45%, 21 personas no poseen título alguno dando el 38% y 5 personas no contestaron siendo el 9,09% de los encuestados. En las artesanales 4 personas son bachilleres siendo el 15,38%, 1 individuo es administrador de empresas dando el 3,85, 18 personas son artesanos representando el 69,23%, 1 persona no cuenta con título alguno siendo el 3,90% y 2 personas no contestaron del total de encuestados. **Esto demuestra que existe un número considerable de empleados que son bachilleres el mismo que es beneficioso para el desarrollo de las microempresas.**

4. ¿Qué función cumple en su cargo?

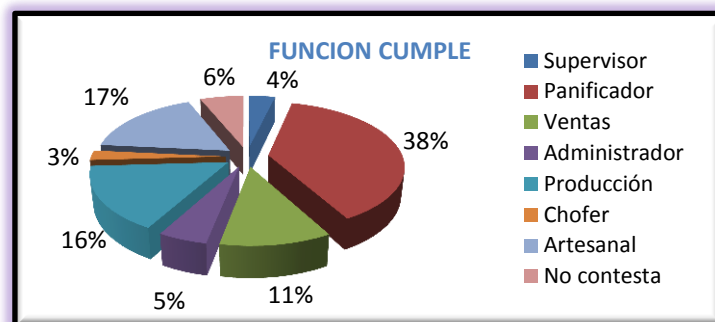
Cuadro Nº 87

| Función \ Sector | Supervisor | | Panificador | | Ventas | | Administrador | | Producción | | Chofer | | Artesanal | | No contesta | | Total |
|------------------|------------|------|-------------|-------|----------|-------|---------------|-------|------------|-------|----------|------|-----------|-------|-------------|------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras | 2 | 3,64 | 31 | 56,36 | 9 | 16,36 | 1 | 1,82 | 7 | 12,73 | 2 | 3,64 | 0 | 0 | 3 | 5,45 | 55 |
| Artesanales. | 1 | 3,85 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 11,54 | 6 | 23 | 0 | 0 | 14 | 53,85 | 2 | 7,69 | 26 |
| Total | 3 | | 31 | | 9 | | 4 | | 13 | | 2 | | 14 | | 5 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoNº 78



INTERPRETACION:

La encuesta aplicada a los empleados sobre la función que tienen mencionaron lo siguiente: En las Panificadoras 2 personas son supervisores siendo el 3,64%, 31 personas son panificadores dando el 56,36%, 9 personas se dedican a realizar ventas dando el 16,36%, 1 persona es administrador siendo el 1,82%, 3 personas son productores significando el 5,5%, 2 personas son choferes siendo el 3,64%, 4 personas son distribuidores dando el 7,27% y 3 personas no contestaron significando el 5,45% de los encuestados. 1 persona es supervisor siendo el 3,85%, 3 personas son administradores dando el 11,54%, 6 personas son productores dando el 23%, 14 personas son artesanales significando el 53,85%, 2 personas no contestaron dando el 7,69% de los encuestados. **Esto demuestra que las microempresas objeto de estudio tienen definido el cargo que desempeña cada empleado en su respectiva área de trabajo.**

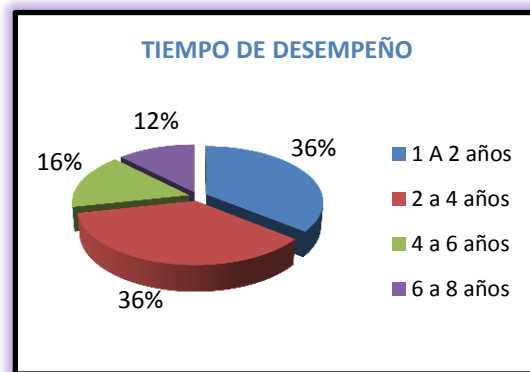
5. ¿Qué tiempo lleva desempeñándose en la microempresa?

Cuadro Nº 88

| Sector \ Tiempo | 1 A 2 | | 2 A 4 | | 4 a 6 | | 6 A 8 | | Total |
|-----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 16 | 29,09 | 21 | 38,18 | 10 | 18,18 | 8 | 14,55 | 55 |
| Artesanales. | 13 | 50 | 8 | 30,77 | 3 | 11,54 | 2 | 7,69 | 26 |
| Total | 29 | | 29 | | 13 | | 10 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.
Elaboración: El Autor.

GráficoNº79



INTERPRETACION:

Según los datos obtenidos se puede señalar lo siguiente: En las Panificadoras 16 personas llevan de 1 a 2 años promedio siendo el 29,09%, 21 personas de 2 a 4 años promedio representando el 38,18%, 10 personas de 4 a 6 años promedio dando el 18,18% y 8 personas de 8 a 10 años promedio dando el 14,55% de los encuestados. En las artesanales 13 personas de 1 a 2 años promedio siendo el 50%, 8 personas de 2 a 4 años promedio significando el 30,77%, 3 personas de 4 a 6 años promedio representando el 11,54% y 2 personas de 8 a 10 años promedio siendo el 7,69% de los encuestados. **Esto demuestra que en las microempresas objeto de estudio existe estabilidad laboral ya que los trabajadores llevan un tiempo considerable dentro de las mismas.**

6. ¿Al momento de ser contratado (a) cumplió con todos los requisitos solicitados por la microempresa?

Cuadro N° 89

| Sector | Requisito | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | | f | % | f | % | f |
| Panificadoras. | | 44 | 80 | 11 | 20 | 55 |
| Artesanales. | | 19 | 73,08 | 7 | 26,92 | 26 |
| Total | | 63 | | 18 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoN°80



INTERPRETACION:

De las encuestas realizadas a los empleados de las microempresas mencionaron lo siguiente: En las Panificadoras 44 personas manifestaron que si cumplieron con los requisitos dando el 80% mientras que 11 personas no cumplieron con los requisitos dando el 20% de los encuestados. En las artesanales 19 personas si cumplieron con los requisitos dando el 73,08% y 7 personas no cumplieron con los requisitos representando el 26,92% de los encuestados. **Esto indica que la mayoría de los empleados cumplen con los requisitos establecidos por parte de las microempresas.**

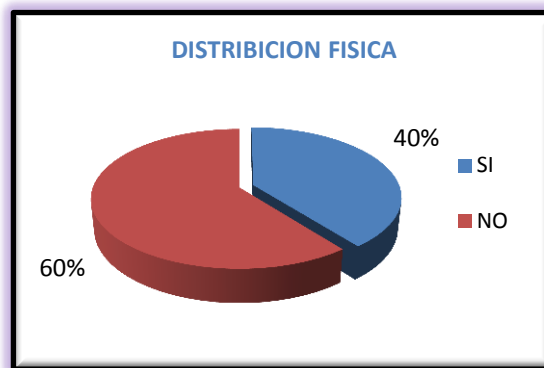
7. ¿La distribución física es adecuada para las funciones que Ud. Realiza?

Cuadro Nº 90

| Sector | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | f |
| Panificadoras. | 23 | 41,82 | 32 | 58,18 | 55 |
| Artesanales. | 9 | 34,62 | 17 | 65,38 | 26 |
| Total | 32 | | 49 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.
Elaboración: El Autor.

GráficoNº81



INTERPRETACION:

En lo referente a esta pregunta indicaron lo siguiente: En las Panificadoras 23 personas consideran que el espacio físico si es adecuado dando el 41,82% y mientras que 32 personas contestaron que el espacio físico no es adecuado significando el 58,18%. En las artesanales 9 personas contestaron que si es adecuado el espacio físico dando un 34,62% y mientras 17 personas no consideran que el espacio físico no es adecuado dando un 65,38% de los encuestados. **Esto demuestra que las microempresas no brindan la comodidad adecuada y el espacio físico necesario para desarrollar adecuadamente sus actividades.**

8. ¿Recibe cursos de capacitación y adiestramiento?

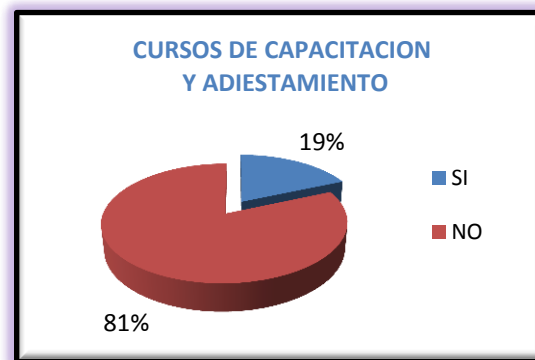
Cuadro Nº 91

| Sector | Cursos | | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|---|-------|
| | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 9 | 16,36 | 46 | 83,64 | 55 | | |
| Artesanales. | 6 | 23,08 | 20 | 76,92 | 26 | | |
| Total | 15 | | 66 | | 81 | | |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

Gráfico Nº 82



INTERPRETACION:

De la encuesta realizada a los empleados de las microempresas manifestaron lo siguiente. En las Panificadoras 9 personas manifestaron que si recibieron cursos de capacitación y adiestramiento dando un 16,36% y mientras que 46 personas manifestaron que no han recibido cursos de capacitación y adiestramiento con un 83,64% de los encuestados. En las Artesanales 6 personas indicaron que si reciben capacitación y adiestramiento con un 23,08% y 20 personas indicaron que no han recibido los cursos dando un 76,92% de los encuestados. **Estos datos demuestran que son pocos los empleados que son capacitados en diferentes áreas lo cual no es beneficioso para los mismos.**

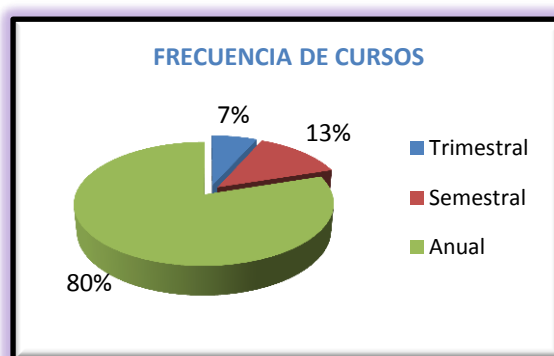
9. ¿Con que frecuencia recibe recursos de capacitación y adiestramiento?

Cuadro Nº 92

| Sector | Trimestral | | Semestral | | Anual | | Total |
|----------------|------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 1 | 11,11 | 1 | 11,11 | 7 | 77,78 | 9 |
| Artesanales. | 0 | 0 | 1 | 16,67 | 5 | 83,33 | 6 |
| Total | 1 | | 2 | | 12 | | 15 |

Fuente: Cuadro Nº 91.
Elaboración: El Autor.

GráficoNº83



INTERPRETACION:

Según los datos recibidos se puede mencionar lo siguiente: En las Panificadoras 1 persona ha recibido capacitación de forma trimestral dando un porcentaje del 11,11%, 1 persona de forma semestral significando el 11,11% y 7 personas han recibido capacitación anual representando el 77,78%. En las Artesanales 1 persona ha recibido cursos de capacitación de forma semestral dando el 16,67% y 5 personas de forma anual representando el 83,33% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayor parte de los empleados no tienen una capacitación permanente por parte de las microempresas.**

10. ¿Conoce la misión, visión, objetivos y políticas de la microempresa?

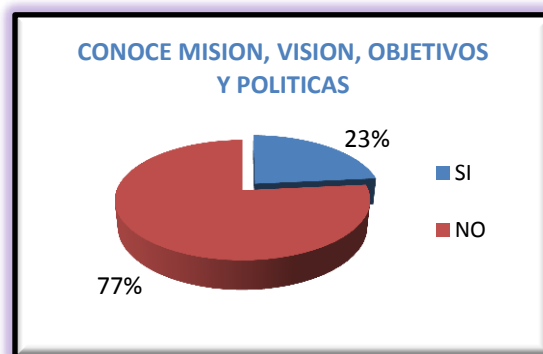
Cuadro Nº 93

| Sector | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 12 | 21,82 | 43 | 78,18 | 55 |
| Artesanales. | 7 | 26,92 | 19 | 73,08 | 26 |
| Total | 19 | | 62 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoNº84



INTERPRETACION:

Según los datos obtenidos de las encuestas realizadas se puede mencionar lo siguiente: En las Panificadoras 12 personas indicaron que si tienen conocimientos de la misión, visión, objetivos y políticas dando un 21,82% y mientras que 43 personas no conocen representando el 78,18%. En las Artesanales 7 personas que si tienen conocimientos dando un porcentaje del 26,92% y 19 personas no tienen conocimientos de lo preguntado significando el 73,08% de los encuestados. **Esto demuestra que sería importante hacerles conocer a todos los empleados de la microempresa la misión, visión, objetivos y políticas; que permitiría trabajar a todos por un solo fin.**

11. ¿Según su criterio cuales son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas?

Cuadro N° 94

| Análisis | Actividad | f |
|----------------|--|----|
| Fortalezas. | Fabricar más artesanías. | 10 |
| | Lugar estratégico de la empresa. | 25 |
| | Productos de calidad. | 31 |
| | Variedad de productos. | 46 |
| | Buena atención al cliente. | 61 |
| | Crecimiento económico. | 24 |
| | Calidad de productos. | 17 |
| | Mejorar la producción. | 16 |
| Oportunidades. | Vender el producto fuera de la ciudad. | 32 |
| | Cientela variada. | 23 |
| | Nuevos mercados. | 7 |
| | Innovación de los productos. | 9 |
| | Variedad de productos. | 12 |
| | Dar a conocer más el producto. | 17 |
| Debilidades. | Escasa venta. | 27 |
| | No contar con un vehículo propio. | 29 |
| | Rentar local. | 74 |
| | Espacio físico reducido. | 65 |
| | Exceso de créditos. | 43 |
| | Falta de materia prima. | 25 |
| | Bajas ventas. | 46 |
| Amenazas. | Falta de recursos económicos. | 68 |
| | Materia prima costosa. | 71 |
| | Poca venta. | 41 |
| | Mucha competencia. | 39 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

INTERPRETACION:

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los 81 empleados de las microempresas Panificadoras y Artesanales de la ciudad de Catacocha a cerca de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas “**FODA**” manifestaron lo expuesto en el cuadro.

12. ¿Tiene Ud. Conocimientos de Planeación?

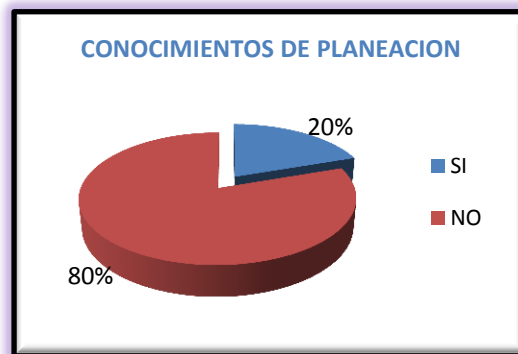
Cuadro Nº 95

| Sector | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 11 | 20 | 44 | 80,00 | 55 |
| Artesanales. | 5 | 19,23 | 21 | 80,77 | 26 |
| Total | 16 | | 65 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoNº85



INTERPRETACION:

Según la encuesta aplicada a los 81 empleados de las microempresas mencionaron lo siguiente: En las Panificadoras 11 personas si tienen conocimientos de la planeación representando el 20% y 44 personas no conocen siendo el 80% de los encuestados. En las Artesanales 5 personas tienen conocimientos de la planeación significando el 19,23% y 21 personas no conocen acerca de la planeación siendo el 80,77% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayor parte de los empleados no tienen conocimientos de planeación, el mismo que no es beneficioso para las microempresas.**

13. ¿Tiene Ud. Conocimientos de organización?

Cuadro Nº 96

| Sector | Organización | Si | | No | | Total |
|----------------|--------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | | 9 | 16,36 | 46 | 83,64 | 55 |
| Artesanales. | | 4 | 15,38 | 22 | 84,62 | 26 |
| Total | | 13 | | 68 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoNº86



INTERPRETACION:

Según la encuesta aplicada a los 81 empleados de las microempresas manifestaron lo siguiente: En las Panificadoras 9 personas si tienen conocimientos de la organización con un 16,36% y 46 personas no conocen representando el 83,64% de los encuestados. En las Artesanales 4 personas si conocen de la organización representando el 15,38% y 22 personas no conocen significando el 84,62% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayor parte de sus empleados no tienen conocimientos de organización, los mismos que noson de mucho aporte para el desarrollo de la microempresa.**

14. ¿Cuenta la microempresa con una estructura organizativa adecuada?

Cuadro Nº 97

| Sector | Estructura | | Si | | No | | Total |
|----------------|------------|-------|-----------|-------|-----------|---|-------|
| | f | % | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 7 | 12,72 | 48 | 87,23 | 55 | | |
| Artesanales. | 9 | 34,62 | 17 | 65,38 | 26 | | |
| Total | 16 | | 65 | | 81 | | |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.
Elaboración: El Autor.

GráficoNº87



INTERPRETACION:

Según las encuestas aplicadas a los empleados de las microempresas contestaron lo siguiente: En las Panificadoras 7 personas manifestaron que si tienen una estructura organizativa siendo el 12,72% y 48 personas no contestaron que no cuenta siendo el 87,23%. En lo artesanal 9 personas si conocen la estructura organizativa siendo el 34,62% y 17 personas no conocen representando el 65,38% de los encuestados. **Esto indica que las microempresas no tienen bien estructurado los puestos de trabajo de acuerdo a la función que desempeñan.**

15. ¿Recibe algún tipo de incentivo por parte de la microempresa?

Cuadro Nº 98

| Sector | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 16 | 29,09 | 39 | 70,91 | 55 |
| Artesanales. | 5 | 19,23 | 21 | 80,77 | 26 |
| Total | 21 | | 60 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoNº88



INTERPRETACION:

Según los datos de esta encuesta los trabajadores mencionaron lo siguiente: En las Panificadoras 16 personas si han recibido algún incentivo siendo el 29,09% y 39 personas contestaron que no han recibido significando el 70,91% de los encuestados. En las Artesanales 5 personas si han recibido incentivos siendo el 19,23% y 21 personas no han recibido incentivo alguno representando el 80,77% de los encuestados. **Esto demuestra que la microempresa debe brindar incentivos a todos sus trabajadores, para que estos se desempeñen eficientemente.**

16. ¿El sueldo que usted percibe está acorde a sus necesidades?

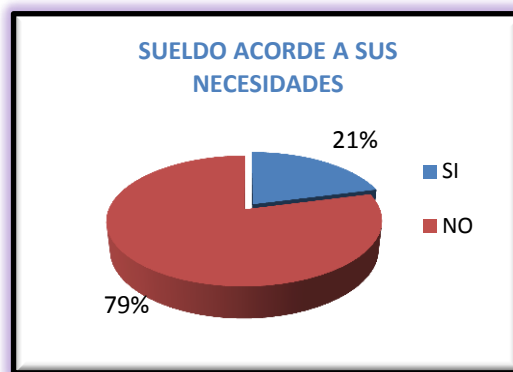
Cuadro Nº 99

| Sector | Si | | No | | Total |
|----------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|
| | f | % | f | % | |
| Panificadoras. | 8 | 14,55 | 47 | 85,45 | 55 |
| Artesanales. | 9 | 34,62 | 17 | 65,38 | 26 |
| Total | 17 | | 64 | | 81 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

GráficoNº89



INTERPRETACION:

En lo que se refiere a esta pregunta informaron lo siguiente: En las Panificadoras 8 personas si consideran que el sueldo que reciben es suficiente siendo el 14,55% y 47 personas contestaron que no son bien remunerados significando el 85,45% de los encuestados. En las Artesanales 9 personas si consideran que el sueldo que reciben es suficiente siendo el 34,62% y 17 personas contestaron que no son bien remunerados significando el 65,38% de los encuestados. **Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores no están conformes con el sueldo que perciben por parte de las microempresas.**

17. ¿Qué actividades considera usted que se podría realizar para mejorar el rendimiento de la microempresa en la que se desenvuelve?

Cuadro Nº 100

| Actividades | f |
|---|----|
| Expansión del mercado local. | 9 |
| Creación de más microempresas en Catacocha. | 13 |
| Mejorar las vías de comunicación. | 36 |
| La creación y mejoramiento de asociaciones gremiales. | 20 |
| Repartición de folletos con los productos. | 14 |
| Venta de productos por mayor. | 54 |
| Mejoramiento de los locales. | 49 |
| Capacitar a los trabajadores | 53 |
| Innovación de mercaderías. | 31 |
| Dar mantenimiento a las maquinarias. | 42 |

Fuente: Encuesta aplicada a los panificadores y artesanales.

Elaboración: El Autor.

INTERPRETACION:

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los 81 empleados de las microempresas Panificadoras y Artesanales de la ciudad de Catacocha acerca de que actividades considera usted que se podría realizar para mejorar el rendimiento de la microempresa en la que se desenvuelve manifestaron lo siguiente: Expansión del mercado local, Creación de más microempresas, Mejorar las vías de comunicación, La creación y mejoramiento de asociaciones gremiales, Repartición de folletos con los productos, Venta de productos por mayor, Mejoramiento de los locales, Capacitar a los trabajadores, Innovación de mercaderías, Dar mantenimiento a las maquinarias.

Discusión

g. Discusión

IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN EL SECTOR EMPRESARIAL.

1. CAPITAL.

1.1. Canasta Básica.

El costo de la canasta familiar básica es de \$ 519,90 y el de la canasta familiar vital es de \$367,07; mientras que el salario básico se ubica en los \$ 260. La inflación mensual de 2010 se ubicó en el 1.14%.

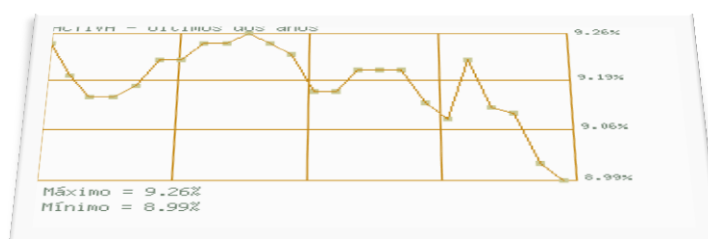
1.2. Salarios.

En la ciudad de Catacocha hay un mayor incremento de precios en los productos de consumo masivo. La canasta básica se situó en 519,30 dólares, con un déficit de 112,97 dólares, de acuerdo al ingreso mínimo de una familia (406,93 dólares) para abril 2011, la variación anual del salario promedio continúa en incremento desde comienzos de año, con relación al comportamiento de la inflación anual que observa una tendencia decreciente. En \$ 22 se fijó el incremento al salario básico unificado que pasó de \$218 a \$ 240.

1.3. Remesas.

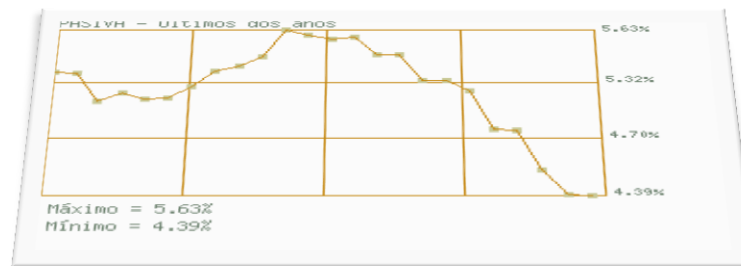
Las remesas son enviadas en un 61,3% de manera mensual, los montos o valores en promedio enviados se encuentran alrededor de USD 300,00, por el 61% de los migrantes hacia sus familiares. Las encuestas realizadas proporcionan resultados similares indicando que el monto que envían al mes el colectivo Catacocha fluctúa entre 100 dólares y 150.

1.4. Tasa de Interés Activa.



Según informes del Banco Central del Ecuador (BCE) tenemos que la tasa activa del año 2010 ha disminuido en un 0.22% si consideramos que en junio del 2010 el valor era de 9.24%, lo que beneficia al empresario que requiera de créditos bancarios.

1.5. Tasa de Interés Pasiva.



Mediante información emitida por el Banco Central del Ecuador (BCE) se observa que la tasa pasiva actual del mes de junio de este año es de 4.40%, baja comparada con la tasa pasiva del año 2010 que es de 5.63%, lo que indica que ha bajado un 1.23%.

2. TIERRA.

2.1. Barrios de Catacocha.

Catacocha se encuentra constituido por los siguientes barrios: La Ramada, Tamarindo, Playas Alto, Opoluca, Naranjo Dulce, Landanuma, Higuinda, Higuerones, Colanga, Naranjo Dulce, Tacoranga, Suipira, Ashimingo, Palomonton, Huato. Su extensión es de 254 Km.

2.2. Distribución de la Población del Cantón Paltas según Parroquias.

La población del Cantón Paltas según el Censo del 2010, representa el 6,1% del total de la Provincia de Loja; ha crecido en el último período intercensal 1990-2001, a un ritmo de crecimiento del -0,9% promedio anual. El 78,3% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven, ya que el 46,6% son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

CUADRO Nº 101
DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA CANTÓN PALTAS SEGÚN PARROQUIAS.

| Parroquias | Total | Hombres | Mujeres |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| Total | 24.703 | 12.305 | 12.398 |
| <u>Catacocha.</u> | <u>5.369</u> | <u>2.448</u> | <u>2.921</u> |
| Área rural. | 19.334 | 9.857 | 9.477 |
| Periferia. | 6.217 | 3.173 | 3.044 |
| Cangonama. | 1.383 | 694 | 689 |
| Guachanamá. | 2.952 | 1.534 | 1.418 |
| Lauro guerrero. | 2.041 | 1.038 | 1.003 |
| Orianga. | 2.233 | 1.143 | 1.090 |
| San Antonio. | 1.336 | 677 | 659 |
| Casanga. | 1.948 | 991 | 957 |
| Yamana. | 1.224 | 607 | 617 |

FUENTE: Censo 2010.

ELABORACIÓN: Plan de desarrollo de Catacocha.

La implementación de este estilo de crecimiento, se ha gestado en el marco de una problemática urbana creciente, agregando nuevas demandas, una de las cuales se relaciona con las localizaciones habitacionales para los sectores sociales vinculados.

2.3. Educación.

El 58,90% de la masa estudiantil primaria se educan en 4 centros educativos de modalidad pluri-docentes y que a sus ves se ubican en áreas rurales de la parroquia. Mientras que el 41,10% estudian en los 2 únicos centros de modalidad completa localizados en los centros poblados de la cabecera parroquial y en el barrio La Supa.

CUADRO Nº 102
CENTROS EDUCATIVOS SECTOR URBANO/SECTOR RURAL.

| | Niveles | | | | Total |
|--------------|---------------|------------|-----------|----------|------------|
| | Pre- primaria | Primaria | Media | Superior | |
| Área Rural | 6 | 9 | 5 | 2 | 22 |
| Área urbana. | 14 | 105 | 11 | 0 | 130 |
| Total | 20 | 114 | 16 | 2 | 152 |

FUENTE: Servicio de Información Nacional de Educación, Julio de 2010 (SINEC).

ELABORACIÓN: Talleres Parroquiales.

2.3.1. Infraestructura Educativa.

La mayor parte de los establecimientos corresponden a colegios, existen 5 escuelas de las cuales solamente las de Las Cochas y San Vicente del Río son escuelas

que disponen de los 7 grados. Son casi inexistentes los planteles educativos pre-primarios. La educación en la ciudad de Catacocha está orientada al logro de objetivos con un eficiente aprovechamiento de los recursos humanos y financieros. En el Ecuador el problema que enfrenta son las tasas de repetición y deserción, originando innumerables pérdidas tanto de tipo económico, social y cultural.

3. TRABAJO.

3.1. Factores Demográficos.

La población de la Ciudad de Catacocha según el Censo del 2010, representa el 2,31 % del total de la Provincia de LOJA; ha crecido en el último período intercensal, a un ritmo de crecimiento del -0,9% promedio anual. El 78,3% de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser jóvenes, ya que el 46,6% son menores de 20 años⁹.

3.1.1. Población Económicamente Activa de Catacocha.

Según los datos del Censo 2010 la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Catacocha es de 5.369 habitantes, entre trabajadores agrícolas, ganaderos, públicos y participación femenina.

CUADRO N° 103
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA DE CATACOCHA.

| Descripción | % | Cantidad |
|--|----|----------|
| Trabajadores agrícolas en la PEA. | 37 | 2.143 |
| Trabajadores ganaderos en la PEA. | 30 | 1.894 |
| Trabajadores públicos en la PEA. | 15 | 869 |
| Participación de producción en la PEA. | 8 | 463 |

FUENTE: Censo 2010.

ELABORACIÓN: Plan de desarrollo de Catacocha.

3.1.2. Según Ramas de Actividad.

Entre las ramas de actividad según los datos del Censo 2010 tenemos que del total de 5.369 habitantes se dividen de la siguiente manera: 4.150 (agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura). 18 (Manufactura).408 (Construcción). 320 (Comercio). 473 (Enseñanza).

⁹Folletos de la Cámara de Comercio de Loja.

CUADRO Nº 104
SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD.

| Ramas de actividad | Total | Hombres | Mujeres |
|---|--------------|--------------|--------------|
| TOTAL | 5.369 | 2.448 | 2.921 |
| Agricultura, ganadería, caza pesca, silvicultura. | 4.150 | 1.769 | 2.381 |
| Manufactura. | 18 | 10 | 8 |
| Construcción. | 408 | 399 | 9 |
| Comercio. | 320 | 120 | 200 |
| Enseñanza. | 473 | 209 | 264 |

FUENTE: Censo 2010

Elaboración: Plan de desarrollo de Catacocha.

3.1.3. Según Grupos Ocupacionales.

Entre los grupos ocupacionales existe lo siguiente: 536 (Miembros profesionales técnicos), 136 (Empleados de oficina), 483 (trabajo de los servicios), 3.328 (Operarios y operadores de maquinarias) y 2.497 (Trabajo no calificado).

CUADRO Nº 105
SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES

| Grupos de ocupación | Total | Hombres | Mujeres |
|---------------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| Total | 8.046 | 6.691 | 1.355 |
| Miembros profesionales técnicos | 536 | 262 | 274 |
| Empleados de oficina | 136 | 78 | 58 |
| Trabajo de los servicios | 483 | 229 | 254 |
| Agricultores | 3.328 | 3.104 | 224 |
| Operarios y operadores de maquinarias | 756 | 651 | 105 |
| Trabajo no calificado | 2.497 | 2.167 | 330 |

3.2. Pobreza.

Se considera pobres a todos aquellos hogares cuyo ingreso o consumo se ubica por debajo del costo de la canasta básica de bienes y servicios. De acuerdo a los datos del plan de desarrollo, la pobreza y la indigencia en Paltas.

CUADRO Nº 106
POBREZA CIUDAD DE CATACOCHA.

| Catacocha | 1990 | 2001 |
|-------------|--------|--------|
| Indigencia. | 18.30% | 52,50% |
| Pobreza. | 48.20% | 90,80% |

FUENTE: INEC.

Elaboración: Plan de desarrollo de Catacocha.

3.2.1. Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI).

Este indicador hace referencia al número de personas u hogares que viven en condiciones de pobreza expresados como porcentajes del total de la población en un determinado año. Se considera “pobre” a una persona si pertenece a un hogar que presenta carencias de sus necesidades básicas incluyendo vivienda, salud, educación y empleo. En Catacocha la población no satisface las necesidades básicas, careciendo de servicios básicos como la vivienda, salud, educación y empleo¹⁰.

CUADRO Nº 107
POBREZA POR NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS.

| Parroquia | Índice de Necesidad Básica Insatisfecha (NBI) |
|-----------------|---|
| Orianga. | 97,20 |
| Lauro Guerrero. | 92,10 |
| Cangonama. | 94,60 |
| Guachanamá. | 96,60 |
| Casanga. | 93,60 |
| Yamana. | 92,60 |
| San Antonio. | 93,60 |
| Catacocha. | 77,60 |

3.2.2. Desnutrición.

En la parroquia Catacocha y sus barrios se ha detectado que del total de sus habitantes, existen 697 habitantes en estado de desnutrición entre niños y adultos mayores, lo que da un porcentaje alarmante del 12,03%, debiendo buscar las alternativas viables y urgentes para lograr reducir este indicador.

3.3. Migración.

Esta globalización en la esfera cultural abarca varias dimensiones como la étnica, la religiosa, la informática y la ecológica. La ciudad de Catacocha tiene una importante migración la cual es del 9,86% el cual afecta al desarrollo empresarial frente a toda la energía destructiva de la globalización que afecta a la humanidad desde diferentes puntos es necesario buscar en los mismos poderes del proceso globalizador estrategias que permitan minar ese poder es decir aprovechar los espacios de la globalización para universalizar la ética, los valores y principios de las minorías culturales.

¹⁰Plan de desarrollo territorial del cantón Paltas. 2005-2020.

3.3.1. Migración Interna.

Para los habitantes de este sector a nivel nacional, los principales destinos de los migrantes son: Loja, Quito, Cuenca, Guayaquil, Santo Domingo.

3.3.2. Migración Externa.

De la revisión de publicaciones relacionadas al tema de la migración y de la observación directa, podemos determinar que los principales destinos de los migrantes son: España, EE.UU, Inglaterra e Italia.

3.4. El Empleo.

En la década del 70, algunos jóvenes se enfrentaron a la formación profesional en diferentes Centros Educativos y Universidades del país, como una estrategia para enfrentar y superar las condiciones de vejeción que padecían, especialmente en educación, salud y producción que están dando asistencia a la propia comunidad¹¹.

3.4.1. Desempleo y Subempleo.

El desempleo es una de las situaciones críticas que no se ha podido superar en la ciudad de Catacocha, cada vez es más alto el porcentaje de la tasa de desempleo, siendo esta del 34,54% al encontrarse en una situación en la que teniendo edad, capacidad y deseos de trabajar no pueden conseguir un puesto de trabajo viéndose sometidos a la migración interna y externa. Uno de los grandes problemas que ha tenido que enfrentar el Ecuador en general¹².

4. TECNOLOGIA.

4.1. Maquinarias y Herramientas para las “Panificadoras”.

4.1.1. Horno Artesanal.

Este tipo de horno es utilizado a leña o también puede ser utilizado gas este horno cuenta un refractario con una gran capacidad de almacenamiento de calor proporcionado para la cocción.

¹¹Ecuador y su realidad edición 2007-2008.

¹²Plan de desarrollo territorial del cantón Paltas. 2005-2020.



4.1.2. Horno Industrial.

Dentro de los hornos industriales existe una gran variedad de los equipos que van de los de gran capacidad como son los denominados hornos de columpio en los cuales el carrode pan entra directamente al horno lo cual proporciona firmeza al pan siendo un proceso más rápido y evitando posibles pérdidas como lo serían quemar el producto, consta de sistema giratorio el cual realiza una cocción.



4.1.3. Cámara de Refrigeración.

Las cámaras de refrigeración son necesarias debido a que en ocasiones y dependiendo la zona geográfica, pueden provocar que la masa pueda disipar la temperatura recomendada y lo cual se desaproveche la grasa.



4.1.4. Revolvedor y Amasadoras.

Las revolvedoras y amasadoras son para la elaboración del pan cuentan con una espiral que garantiza un amasado homogéneo, como resultado tenemos una excelente oxigenación y una suave elevación de temperatura de la masa.



4.1.5. Cortadoras.

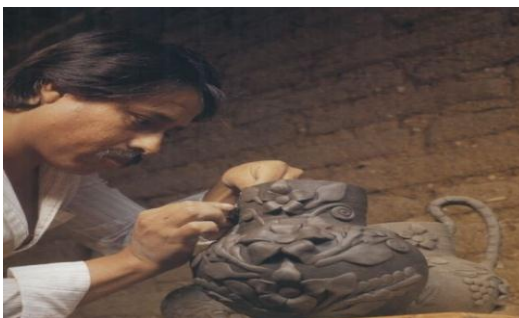
La principal función de la cortadora sirve para cortar la masa que esta sea en las cantidades y tamaños deseados y cuenta con diferentes tamaños de cortadores.



4.2. Herramientas para las Microempresas “Artesanales”.

4.2.1. Herramientas para la Elaboración de las Cerámicas.

Las piezas con molde se elaboran amasando una porción de barro hasta formar una “tortilla” del tamaño adecuado. Para verificar el grosor se emplean reglas de madera a los costados de la masa pasándole el rodillo por encima varias veces después la masa se pega a la base y se procede a realizar la cerámica.



4.2.2. Herramientas para la Elaboración de Cinturones, Manillas, Collares, Aretes.

Para la elaboración de manillas, collares y aretes se necesita de la bisutería para la confección, las herramientas son: metal, hilos para cocer y estilete. Para su elaboración de cada una de estos se utilizan modelos diferentes de acuerdo al gusto del cliente.



4.2.3. Herramientas para la Elaboración de Sombreros.

Para la elaboración de los sombreros se necesita de la paja tojilla la cual es la materia prima que se necesita para la confección de dichos sombreros, las herramientas que se necesitan son: Hilo para poder cocer, punzón y estilete.



5. DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN “PANIFICADORAS Y ARTESANALES” DE LA CIUDAD DE CATACOCHA.

El análisis situacional está enfocado en el estudio Interno de las Microempresas de Producción “Panificadoras y Artesanales” de la ciudad de Catacocha en las cuales se realizó la presente investigación.

Mediante este análisis se determinaran los datos necesarios para establecer el estado real y actual de las mismas, su desarrollo, su entorno competitivo y su participación en el mercado para de esta manera ejecutar un diagnostico confiable y actualizado que venga en beneficio único para las microempresas del sector.

**Cuadro Nº 108
NOMBRES DE LAS EMPRESAS, UBICACIONES Y PROPIETARIOS.**

| CARACTERÍSTICAS | | |
|--------------------------|--|-----------------|
| EMPRESAS | UBICACIÓN | PROPIETARIO |
| PANIFICADORAS | | |
| Sabor del pan | Domingo Celi y Calle Loja. | Cesar Betancur |
| Buen Pan | Parque central. | Richard Medina |
| Rico Pan | Calle Maximiliano Rodríguez y Landanuma. | Manuel Cabrera |
| Pan Sabroso | Manuel Vivanco y Higuinda. | Gloria Medina |
| Pan Variado | Calle Bolívar y Tacoranga. | Pedro Andrade |
| Todo en Pan | Balcón Paltense y Naranja Dulce. | Ernesto Silva |
| Rey Panadero | Lourdes y Vicente Flores. | Yadira Tenesaca |
| Sin Competencia | Vespucio y La Ramada. | Nancy Ontaneda |
| Reina de Cisne | Juan Flores y Playas Alto. | Diego Sarango |
| Panadería David | Vicente Joaquín y Colanga. | Luis Calva |
| Jesús del Gran Poder | José Ernesto y Naranja. | Rosa Arteaga |
| ARTESANALES | | |
| Artes bellas | Suipira y Huato. | Luis Ribilla |
| Artes Guamán | Landanuma y Ashimingo. | Claudia Guamán |
| Cerámica Faustito | Naranja y Dulce. | Andrés García |
| Artesanías Zurita | Tamarindo y Opoluca. | Carlos Zurita |
| Artes Catacocha | Higuinday Higuerones. | Claudio Cango |
| Artesanías Raquel | Balcón Paltense y Calle Bolívar. | Raquel Ordoñez |
| Artesanías para el hogar | Naunbriones y Palomonton. | Flor Silva |
| Total | 18 | 18 |

RESEÑA HISTÓRICA DE LAS 11 MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN “PANIFICADORAS” DE LA CIUDAD DE CATACOCCHA.

La Reseña Histórica de las microempresas de producción “Panificadoras” me permitió detectar y evaluar sucesos, preferencias y tendencias que suceden en el entorno de las empresas, tomando en cuenta que estos acontecimientos son incontrolables que pueden beneficiarla o perjudicarla significativamente. Con este antecedente se puede decir que, el medio que rodea a las microempresas, se tiene que realizar sus actividades considerando los factores políticos, demográficos, económicos, tecnológicos, competitivos y sociales.

5.1. Los Productos Elaborados.

Las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha se dedican a la elaboración y comercialización de los siguientes productos:

- ❖ Empanadas
- ❖ Cachos
- ❖ Enrollados
- ❖ Cortados
- ❖ Palanquetas
- ❖ Pan
- ❖ Pasteles

5.2. Procedencia de Gerentes y Trabajadores.

Puedo demostrar que existe un número considerable de gerentes y trabajadores que son nativos, en las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha favoreciéndoles para los quehaceres en la producción que requieran hacerse en las microempresas puestas en estudio.

5.3. Nivel de Educación.

Con esto puedo demostrar que existe un número considerable de gerentes y trabajadores que poseen una instrucción secundaria el mismo que no es beneficioso para el desarrollo de las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha.

5.4. Mano de Obra.

La mano de obra que utilizan las microempresas de producción “Panificadoras” en la ciudad de Catacocha es baja en relación a la requerida para la elaboración de la misma, esto logra satisfacer escasamente las necesidades básicas que requieren los pobladores de Catacocha.

5.5. Tiempo de Existencia en el Mercado.

Estas empresas de producción objeto de estudio llevan un tiempo considerable en el mercado de la ciudad de Catacocha obteniendo como resultado una clientela ya establecida en el mercado local.

5.6. Tipo de Financiamiento.

Por la falta de Entidades financieras en la ciudad de Catacocha puedo demostrar que la mayoría de microempresas de producción “Panificadoras” se han iniciado la mayoría con capital propio puesto que para acceder a un préstamo se les hace difícil de acceder a la misma.

5.7. Misión.

- ❖ Ofrecer nuestros productos oportunamente a los clientes de Catacocha.
- ❖ Hacer conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha.
- ❖ Adquirir un local propio para reducir costos en la elaboración.
- ❖ Mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo.
- ❖ Posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas.
- ❖ Aumentar el número de trabajadores en la microempresa.
- ❖ Abrir una sucursal en el sector céntrico de Catacocha.
- ❖ Remunerar de mejor manera al personal de trabajo.
- ❖ Comprar maquinaria eficiente para la producción.
- ❖ Llegar con el producto a todo el cantón.
- ❖ Aumentar el tamaño de la microempresa.

5.8. Visión

- ❖ Desempeñarse de manera eficiente y eficaz dentro de lo establecido.
- ❖ Generar buenos valores en todas las personas de la microempresa.

- ❖ Favorecer y remunerar el sacrificio del personal de la microempresa.
- ❖ Ser líderes en todo los ámbitos que requiere la microempresa.
- ❖ Aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha.
- ❖ Trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral.
- ❖ Ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha.
- ❖ Establecer beneficios económicos a largo plazo.
- ❖ Ofrecer productos de calidad y variedad.
- ❖ Fomentar el desarrollo el Catacocha.
- ❖ Dar buena atención al cliente.

5.9. Objetivos.

- ❖ Llegar a toda la ciudadanía con nuestro producto.
- ❖ Tener más recursos que el año anterior.
- ❖ Crear fuentes de trabajo en la localidad.
- ❖ Cubrir el mercado local en su totalidad.
- ❖ Cuidar la imagen de la microempresa.
- ❖ Fomentar el desarrollo de Catacocha.
- ❖ Tratar de buena manera al cliente.
- ❖ Crear sucursales en Catacocha.
- ❖ Aumentar la clientela obtenida.
- ❖ Ofrecer productos de calidad.
- ❖ Crear productos de calidad.

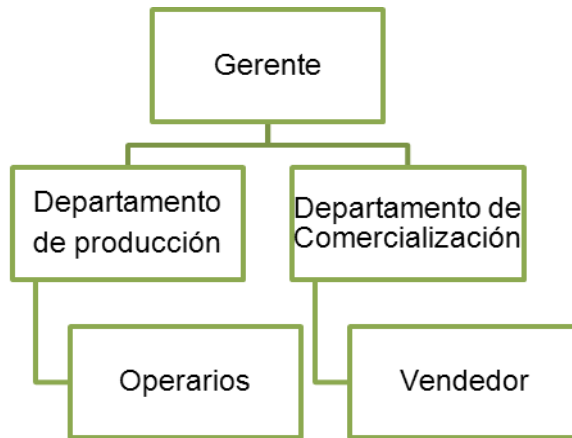
5.10. Registro de Ventas.

Las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha mencionaron que si llevan un registro de ventas el cual lo realizan de forma diaria para evitar contratiempos en la producción.

5.11. Planeación y Organización.

Queda demostrado que la mayoría de microempresas existentes en la ciudad de Catacocha tienen conocimientos básicos sobre administración lo cual facilita la expansión de conocimientos que requieran las microempresas objeto de estudio.

5.12. Organigrama estructural actual de las panificadoras.



5.13. Capacitación.

Las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha se podría decir que es de forma esporádica, el tiempo en el que capacitan a los trabajadores es de forma anual. Lo cual se puede decir que capacitar continuamente elevaría el nivel de servicio de las microempresas

5.14. Los Proveedores.

Para una microempresa lo más importante es contar con proveedores directos, si tomamos en cuenta el factor costos, sin dejar de lado que deben gozar de gran prestigio en cuanto a la calidad de los productos que ofrece, porque de esto depende la permanencia de la microempresa en el mercado.

Los proveedores con los que cuentan las microempresas Panificadoras son reconocidos en la localidad por ofrecer la materia prima de buena calidad, eficiencia y seriedad con lo que se han venido manejando a través de los años.

5.15. Materia Prima.

El producto que es elaborado en las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha es preparado con materia prima de mala calidad repercutiendo específicamente en la presentación del producto de las mismas.

Para la adquisición de la materia prima las microempresas tienen crédito suficiente para adquirir a los proveedores la materia prima.

5.16. La Tecnología.

Esto demuestra que las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha deberían innovar su maquinaria lo cual permitiría ser más competitivo en el mercado local.

El tiempo que se tardan en renovar su maquinaria para la producción es de 3 años y seis meses.

5.17. Requisitos para Contratar Personal.

Puedo mencionar que todas las microempresas existentes en la ciudad de Catacocha solicitan requisitos al momento de contratar el personal.

Los requisitos para contratar explícitamente son: Experiencia laboral, puntualidad y responsabilidad.

5.18. Motivo del Surgimiento.

Estas microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha surgen como una necesidad de contribuir a la demanda insatisfecha en el mercado local.

En sus inicios surge de hecho sin planificación en el sentido de satisfacer la necesidad de obtener un beneficio económico y es así que comienza su crecimiento evolutivo pasando por fases empíricas lo que les ha permitido ir mejorando consiente e inconscientemente los procesos administrativos, financieros, de producción y mercadeo.

5.19. Como están Constituidas.

Las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacochase encuentran constituidas como un negocio formal lográndose con mano de obra calificada en unas y en otras no.

5.20. La Base Legal.

Las microempresas “Panificadoras” están constituidas dentro de la base legal como microempresas productoras y comercializadoras las mismas que se acoge a las normas y leyes del régimen tributario y el código de comercio.

5.21. La Estructura Administrativa.

Las microempresas “Panificadoras” cuentan con los siguientes puestos:

- ❖ 2 supervisores.
- ❖ 31 panificadores.
- ❖ 9 personas encargadas de las ventas.
- ❖ 1 Administrador.
- ❖ 3 personas encargadas de la producción.
- ❖ 2 choferes.

5.22. Como Influye el Ambiente a las Microempresas.

Puedo decir que en las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha el ambiente que los rodea influye de manera negativa por la escasez de poder adquisitivo de población en general, por la falta de leyes que favorezcan el surgimiento económico de las mismas, lo político por no existir personas que defiendan los derechos de las microempresas.

5.23. Competencia de las Empresas Panificadoras.

En la actualidad la ciudad de Catacocha todas las microempresas “Panificadoras” han tenido un crecimiento, siendo una de las actividades que han generado empleo y a su vez beneficio para sus dueños. Por lo que se necesita de personal y sobre todo de talento humano, por la gran demanda existente por parte de los habitantes del Cantón y su alrededor.

5.24. Para Mejorar la Competitividad.

Las microempresas deben adecuar sus estrategias y su estructura organizativa al entorno dinámico de la economía actual. El desarrollo de la microempresa como tal dependerá exclusivamente, de su capacidad para dotarse de recursos para conseguir ventajas competitivas como:

- ❖ Calidad.
- ❖ Capacidad tecnológica.
- ❖ Innovación.
- ❖ Capital humano.
- ❖ Conocimientos.

Con el fin de tener un mejor desarrollo y diversificación en los productos que se ofrece. Más aún si se toma en cuenta lo positivo de las microempresas como es las facilidades de venta y entrega con la que cuentan las microempresas “Panificadoras”.

5.25. Competencia Directa.

Las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha tienen como principales competidor a los siguientes:

- ❖ Sabor del pan.
- ❖ Buen Pan.
- ❖ Rico Pan.
- ❖ Pan Sabroso.
- ❖ Todo en Pan.
- ❖ Rey Panadero.
- ❖ Sin Competencia.
- ❖ Reina de Cisne.
- ❖ Panadería David.
- ❖ Jesús del Gran Poder.

5.26. Los Usuarios o Clientes.

Las características de los usuarios de las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha entre las características más importantes del perfil, pueden mencionarse los siguientes:

- ❖ Los productos están destinados para cualquier edad y sexo.
- ❖ Conocen la variedad y calidad de los productos.
- ❖ Están de acuerdo en adquirir los productos.
- ❖ Son individuos de cualquier estrato social.
- ❖ Buscan variedad de productos.

5.27. Ventaja Competitiva.

Se considera como ventaja competitiva a la capacidad de una organización pública o privada, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan

alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en su entorno. Si una microempresa posee ventajas comparativas, se verá reflejada en la habilidad, conocimientos y atributos, que esta posea, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores.

5.28. La Imagen.

Las microempresas “Panificadoras” a lo largo de los años han consolidado su imagen dentro del mercado local, siendo estas microempresas reconocidas por elaborar y comercializar productos de excelente calidad a precios cómodos y con facilidades de pago para el cliente.

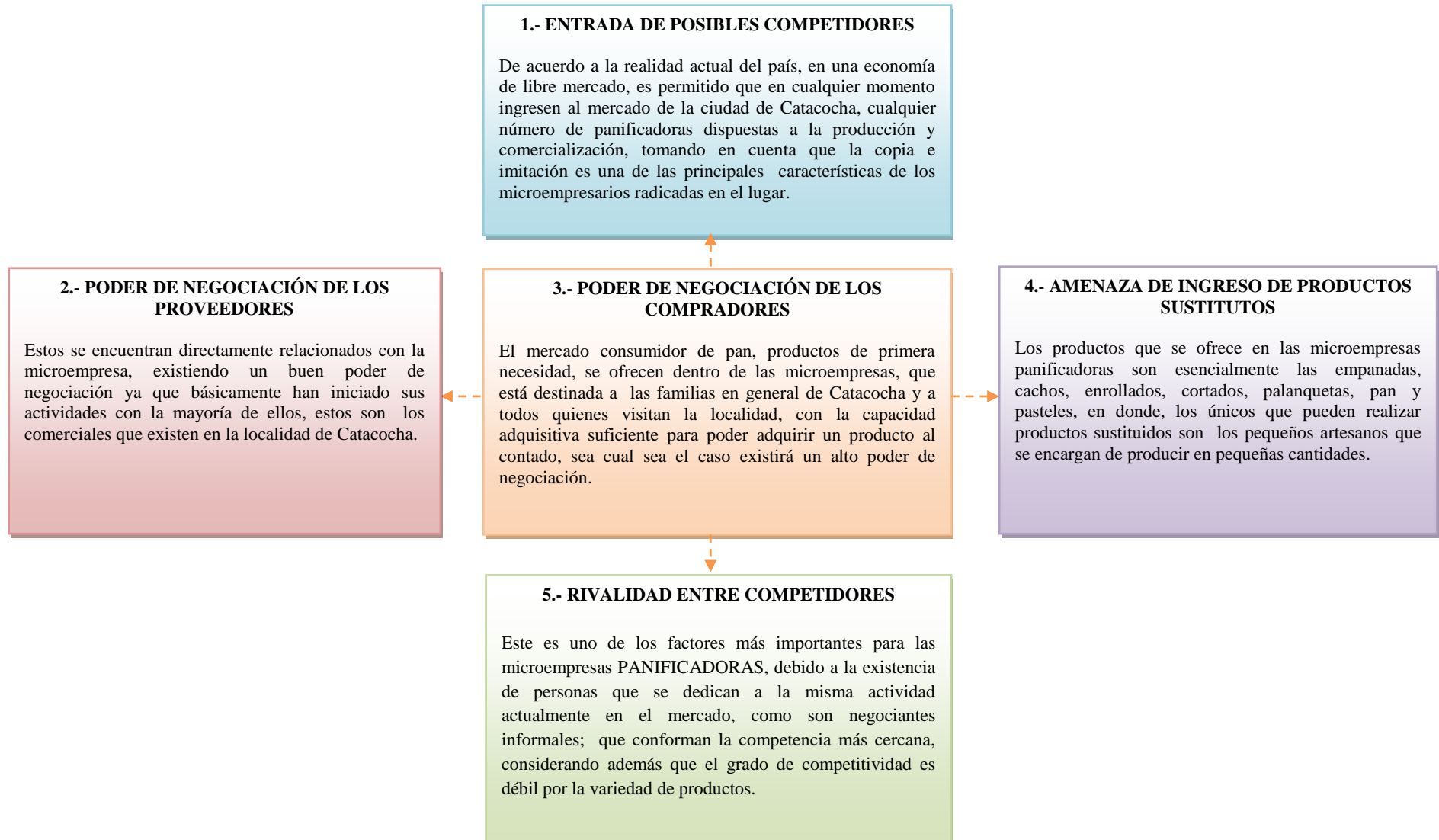
5.29. La Experiencia.

La Experiencia con la que cuentan algunos de los empleados incluyendo los gerentes de las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha, para tomar las decisiones adecuadas al momento de superar problemas ya sean externos o internos a las microempresas han permitido que estas sean en el segmento de mercado medio y bajo, por lo que debe ser prioritario para las microempresas mejorar para poder incrementar los ingresos económicos.

5.30. El Sistema de Comercialización.

Las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha trabaja mediante el sistema de facturación, despachos y entrega directa al cliente con el tiempo estimado de acuerdo al pedido que el cliente realice.

6. ANALISIS COMPETITIVO: DE LAS MICROEMPRESAS PANIFICADORAS DE CIUDAD CATACOCCHA CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER (BCG)



CUADRO N° 109
MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO BCG
DE LAS EMPRESAS PANIFICADORAS DE LA CIUDAD DE CATACOCCHA

| Factores Claves de Éxito | Ponderación | Sabor del pan | | Buen Pan | | Rico Pan | | Pan Sabroso | | Pan Variado | | Todo en Pan | |
|--------------------------|-------------|---------------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-----------------|
| | | Calif. | Valor Ponderad. | Calif. | Valor Ponderad. | Calif. | Valor Ponderad. | Calif. | Valor Ponderad. | Calif. | Valor Ponderad. | Calif. | Valor Ponderad. |
| Personal Capacitado | 0,14 | 4 | 0,56 | 3 | 0,42 | 3 | 0,39 | 4 | 0,56 | 2 | 0,28 | 3 | 0,39 |
| Part. En el mercado | 0,15 | 4 | 0,60 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 | 3 | 0,45 |
| Diversidad de productos | 0,08 | 3 | 0,24 | 3 | 0,24 | 2 | 0,16 | 3 | 0,24 | 3 | 0,24 | 2 | 0,16 |
| Lealtad de los clientes | 0,09 | 3 | 0,27 | 4 | 0,36 | 1 | 0,09 | 1 | 0,09 | 3 | 0,27 | 2 | 0,18 |
| Localización | 0,10 | 4 | 0,40 | 4 | 0,40 | 4 | 0,40 | 3 | 0,30 | 4 | 0,40 | 3 | 0,30 |
| Comp. en precios | 0,05 | 1 | 0,05 | 1 | 0,05 | 4 | 0,40 | 4 | 0,20 | 4 | 0,20 | 4 | 0,20 |
| Tecnología | 0,07 | 2 | 0,14 | 2 | 0,14 | 3 | 0,21 | 2 | 0,14 | 3 | 0,21 | 4 | 0,28 |
| Atención al cliente | 0,06 | 1 | 0,06 | 3 | 0,18 | 3 | 0,18 | 3 | 0,18 | 2 | 0,12 | 3 | 0,18 |
| Capacidad Económica | 0,08 | 3 | 0,24 | 2 | 0,16 | 2 | 0,16 | 4 | 0,32 | 3 | 0,24 | 2 | 0,16 |
| Calidad en los productos | 0,09 | 3 | 0,27 | 4 | 0,36 | 2 | 0,18 | 1 | 0,09 | 4 | 0,36 | 1 | 0,09 |
| Entrega oportunas | 0,09 | 3 | 0,27 | 3 | 0,27 | 1 | 0,09 | 2 | 0,18 | 3 | 0,27 | 1 | 0,09 |
| Total | 1,00 | | 2,99 | | 2,88 | | 2,56 | | 2,60 | | 2,89 | | 2,48 |

1. Mayor debilidad.
2. Menor Debilidad.
3. Menor Fuerza.
4. Mayor Fuerza.

CUADRO N° 110
MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO BCG
DE LAS EMPRESAS PANIFICADORAS DE LA CIUDAD DE CATACocha.

| Factores Claves de Éxito | Ponderación | Rey Panadero | | Sin Competencia | | Reina de Cisne | | Panadería David | | Jesús del Gran Poder | |
|-----------------------------|-------------|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------------|-----------------|
| | | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado |
| Personal Capacitado | 0,14 | 3 | 0,42 | 4 | 0,56 | 2 | 0,28 | 1 | 0,14 | 2 | 0,28 |
| Participación en el mercado | 0,15 | 1 | 0,15 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 |
| Diversidad de productos | 0,08 | 2 | 0,16 | 3 | 0,24 | 3 | 0,24 | 3 | 0,24 | 3 | 0,23 |
| Lealtad de los clientes | 0,09 | 2 | 0,18 | 2 | 0,18 | 3 | 0,27 | 3 | 0,27 | 3 | 0,27 |
| Localización | 0,10 | 3 | 0,30 | 1 | 0,10 | 2 | 0,20 | 2 | 0,20 | 1 | 0,10 |
| Comp. en precios | 0,05 | 4 | 0,20 | 2 | 0,10 | 1 | 0,05 | 2 | 0,10 | 4 | 0,20 |
| Tecnología | 0,07 | 2 | 0,14 | 3 | 0,18 | 4 | 0,28 | 4 | 0,21 | 4 | 0,28 |
| Atención al cliente | 0,06 | 2 | 0,12 | 2 | 0,12 | 1 | 0,06 | 4 | 0,24 | 2 | 0,12 |
| Capacidad Económica | 0,08 | 4 | 0,20 | 2 | 0,16 | 2 | 0,16 | 4 | 0,36 | 2 | 0,16 |
| Calidad en los productos | 0,09 | 3 | 0,27 | 3 | 0,27 | 3 | 0,27 | 2 | 0,18 | 3 | 0,27 |
| Entregas oportunas | 0,09 | 2 | 0,18 | 3 | 0,27 | 4 | 0,36 | 1 | 0,09 | 2 | 0,18 |
| Total | 1,00 | | 2,11 | | 2,48 | | 2,47 | | 2,33 | | 2,39 |

1. Mayor debilidad.
2. Menor Debilidad.
3. Menor Fuerza.
4. Mayor Fuerza.

CUADRO N° 111
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ BCG.
DE LAS EMPRESAS PANIFICADORAS
Ventas Año 2010.

| Productos | | | | | | | |
|--------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Empanada | Cortado | Pan | Palanqueta | Cacho | Pastel | Enrollado |
| Sabor del pan | 2016 | 1542 | 1874 | 1452 | 1968 | 1423 | 1214 |
| Buen Pan | 1865 | 1321 | 2012 | 1968 | 2140 | 965 | 1325 |
| Rico Pan | 1964 | 1987 | 1865 | 1457 | 1784 | 1244 | 1547 |
| Pan Sabroso | 2314 | 2032 | 1874 | 13654 | 2143 | 865 | 1698 |
| Pan Variado | 2478 | 1965 | 2024 | 1587 | 1865 | 754 | 1587 |
| Todo en Pan | 1965 | 2012 | 1965 | 2314 | 2301 | 453 | 1468 |
| Rey Panadero | 2546 | 2314 | 1785 | 2145 | 2145 | 658 | 930 |
| Sin Competencia | 1996 | 2132 | 2102 | 1364 | 2564 | 1698 | 865 |
| Reina de Cisne | 2188 | 2145 | 2103 | 1587 | 1985 | 1236 | 874 |
| Panadería David | 2687 | 1247 | 1954 | 1366 | 1965 | 987 | 745 |
| Jesús del G. Poder | 2154 | 1587 | 1698 | 1478 | 1465 | 658 | 458 |
| Total | 24173 | 20284 | 21256 | 30372 | 22325 | 10941 | 12711 |

✚ Para el año 2011 tuvo un incremento en sus ventas del 15% al total de ventas.

CUADRO N° 112
ANÁLISIS DE LA CARTERA DE LOS PRODUCTOS.

| Productos | Ventas (Unidades) 2010 | Ventas (Unidades) 2011 | Participación Mercado (Año Base) | Participación Relativa |
|--------------|------------------------|------------------------|----------------------------------|------------------------|
| Empanadas | 24173 | 27798,95 | 17,02% | 1,00 |
| Cachos | 22325 | 25673,75 | 15,71% | 0,92 |
| Enrollados | 12711 | 14617,65 | 8,95% | 0,53 |
| Cortados | 20284 | 23326,60 | 14,28% | 0,84 |
| palanquetas | 30372 | 34927,80 | 21,38% | 1,26 |
| Pan | 21256 | 24444,40 | 14,96% | 0,88 |
| Pasteles | 10941 | 12582,15 | 7,70% | 0,45 |
| Total | 142062 | 163371,3 | 100 | 5,88 |

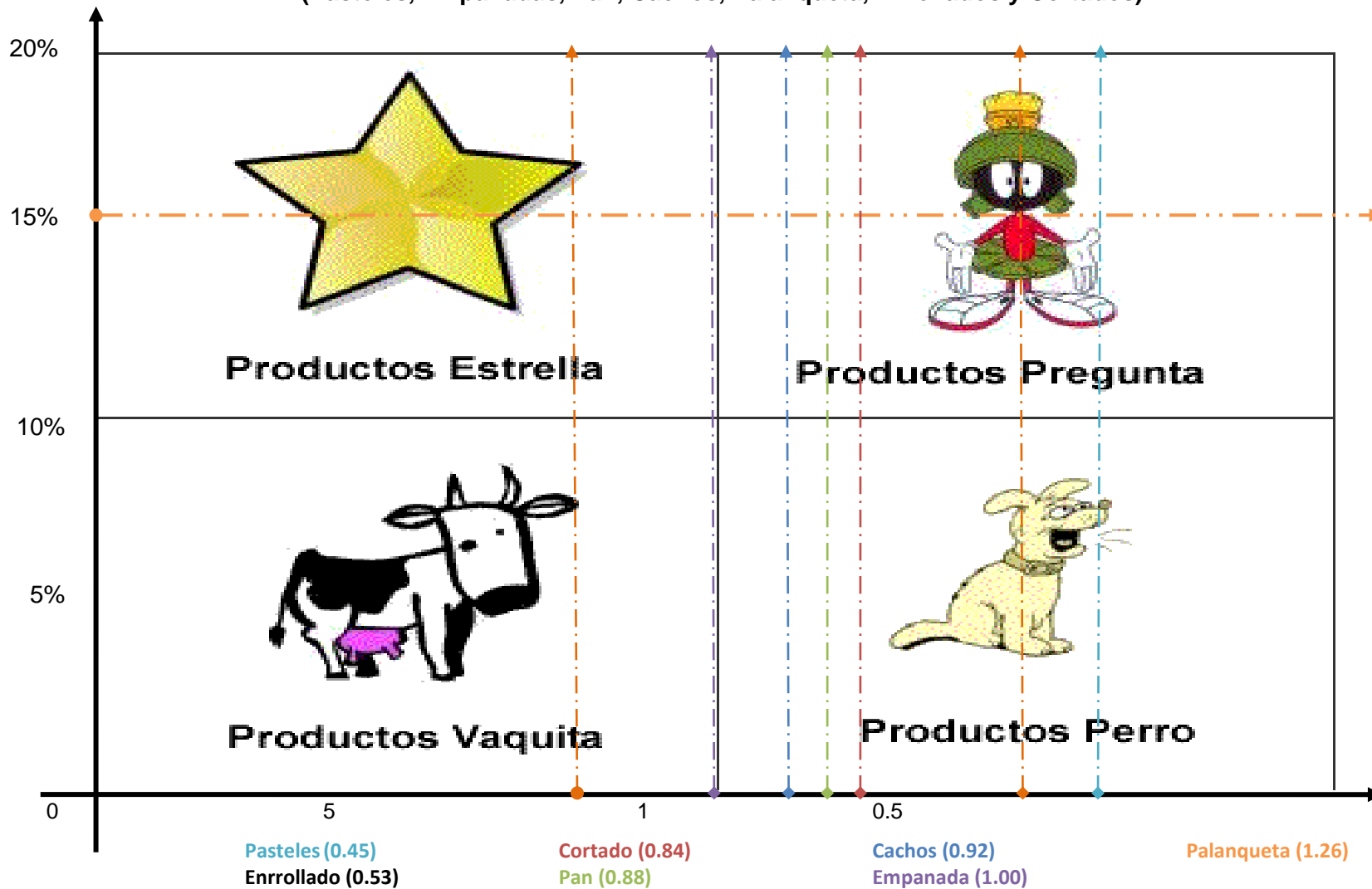
$$\text{Tasa de crecimiento} = \frac{\text{Ventas 2011} - \text{Ventas 2010}}{\text{Ventas 2010}} \times 100$$

$$\text{Tasa de Crecimiento} = \frac{163.371,30 - 142062}{142.062} \times 100$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = 0,15 \times 100$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = 15 \%$$

MATRIZ BCG DE LAS MICROEMPRESAS PANIFICADORAS
UNIDAD ESTRATEGICA: PRODUCTOS
 (Pasteles, Empanadas, Pan, Cachos, Palanqueta, Enrollados y Cortados)



6.2. INTERPRETACIÓN DE LA MATRIZ BCG .

En base a los datos anteriormente obtenidos, se puede decir que las microempresas “**Panificadoras**” de la ciudad de Catacocha su cartera de productos, tiene una tasa de crecimiento del mercado de 15% (mediana participación en el mercado). Y de acuerdo a la cartera de productos que posee se determina que la mayoría de productos que ofrecen las microempresas se encuentran en la categoría de producto interrogante, estos son; pasteles 0,45, enrollados 0,53, pan con 0,88, cortados 0,84 y cachos con el 0,92 es decir se encuentran situados en un mercado que abarca una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento. Por regla general, estas microempresas necesitan mucho dinero, pero generan poco efectivo, sin embargo las empanadas con el valor de 1 y las palanquetas con un valor de 1,26 alcanzan la categoría de producto estrella representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad de las microempresas a largo plazo.

7. ANALISIS FODA.

El análisis **FODA** consta de dos partes: la interna y externa.

- ❖ **Interna:** Se basa en sí en las fortalezas y debilidades que poseen las microempresas en este caso “Panificadoras” que son aspectos en los que se puede tener cierto tipo de control.
- ❖ **Externa:** Se refiere a observar las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar la empresa, en este ámbito se debe desarrollar las capacidades y habilidades necesarias para aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas, sobre las cuales no se posee control alguno.
- ❖ Como fuente principal se tomó datos para determinar el estado interno como externo de las microempresas; las encuestas aplicadas a los empleados y las entrevistas realizadas a los Gerentes de las “Panificadoras”.
- ❖ En la matriz **FODA** se indicara los factores internos y externos que intervienen en el desarrollo de las microempresas, para luego ir evaluando la situación interna mediante la matriz de Factores Internos, donde se analizarán las fortalezas y debilidades de las microempresas.

CUADRO Nº 113
MATRIZ FODA DE LAS EMPRESAS PANIFICADORAS.
ANÁLISIS FODA FACTORES INTERNOS.

| FACTORES INTERNOS | |
|--|---|
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| ✚ El 81,82% de los gerentes son nativos. | ✚ El 36,37% de los gerentes tienen título de panificadores. |
| ✚ Nivel de educación Primaria 9,09%, secundaria 72,72% y superior 18,18 | ✚ El 45,45% de los gerentes se les hace fácil acceder a un préstamo bancario. |
| ✚ Existe una buena estabilidad laboral | ✚ Las microempresas no cuentan con una estructura organizacional definida. |
| ✚ El 54,55% de los gerentes se iniciaron con capital propio | ✚ La innovación de la maquinaria no es de forma paulatina sino de forma irregular. |
| ✚ Las microempresas tienen bien definida la misión, visión. | ✚ El factor social, legal, político, demográfico y cultural influye en las microempresas. |
| ✚ El 72,73% llevan un registro de ventas diaria | |
| ✚ El 72,73% tienen conocimientos sobre planeación y organización empresarial | |
| ✚ La mayoría conocen bien las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. | |
| ✚ El 100% de los gerentes piden requisitos al momento de contratar personal | |
| ✚ El 81,82% de los gerentes están conformes con los servicios que prestan los proveedores | |
| ✚ El 100% de los gerentes consideran que existen diferencias entre los productos que ellos generan en relación a sus competidores. | |

CUADRO Nº 114
ANÁLISIS PONDERADO DE LOS FACTORES INTERNOS.
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS FORTALEZAS.

| Fortalezas | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|---|-------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| El 81,82% de los gerentes son nativos. | 8 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| Nivel de educación Primaria 9,09%, secundaria 72,72% y superior 18,18 | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| Existe una buena estabilidad laboral | 7 | 0,08 | 3 | 0,24 |
| El 54,55% se iniciaron con capital propio | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| Tienen bien definido la misión y visión. | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| El 72,73% llevan un registro de ventas diaria | 8 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| El 72,73% tienen conocimientos sobre planeación | 8 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| La mayoría conocen bien el FODA. | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| Todos piden requisitos al contratar personal | 9 | 0,13 | 5 | 0,65 |
| Están conformes con los servicios de los proveedores | 7 | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Si hay diferencia entre los productos de ellos y sus competidores. | 9 | 0,13 | 5 | 0,65 |
| Total | 80 | 1,00 | 36 | 3,58 |

Fuente: Análisis Interno.

Elaboración: El Autor.

CUADRO Nº 115
ANÁLISIS PONDERADO DE LOS FACTORES INTERNOS.
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS DEBILIDADES.

| Debilidades | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|--|--------------------------|------------------------|---------------|------------------------|
| El 36,37% tienen título de panificadores. | 7 | 0,18 | 3 | 0,54 |
| El 45,45% de los gerentes se les hace fácil acceder a un préstamo bancario. | 8 | 0,19 | 4 | 0,76 |
| En la actualidad las microempresas no cuentan con una estructura organizacional definida. | 9 | 0,22 | 5 | 1,10 |
| La innovación de la maquinaria no es de forma paulatina sino de forma irregular. | 8 | 0,19 | 4 | 0,76 |
| El factor social, legal, político, demográfico influye en el funcionamiento de las microempresas | 9 | 0,22 | 5 | 1,10 |
| Total | 41 | 1,00 | 21 | 4,26 |

Fuente: Análisis Interno.

Elaboración: El Autor.

Análisis Medio Interno.

El resultado obtenido es de (3.58) y (4.26), que es menor que (5,00), lo que significa que las fortalezas en relación con las debilidades, no se las aprovecha de la manera adecuada, lo que nos permite determinar que se debe planificar una estrategia que permita que las fortalezas tengan mayor incidencia que las debilidades dentro de las microempresas.

MATRIZ FODA DE LAS EMPRESAS PANIFICADORAS.
ANÁLISIS FODA FACTORES EXTERNOS.
Cuadro Nº 116

| Factores externos | |
|--|---|
| Oportunidades | Amenazas |
| ✚ Todos tienen objetivos planteados. | ✚ El 63,64% de las microempresas no cuentan con tecnología de punta. |
| ✚ El 63,64% de los gerentes han recibido cursos de capacitación. | ✚ A las microempresas le gustaría que los proveedores mejoren los descuentos. |
| ✚ El 54,55% de los encuestados compran su materia prima en la localidad. | ✚ Creen que los productos similares que existen en el medio son una amenaza. |
| ✚ EL 72,73% adquieren la materia prima mediante créditos de forma semanal. | |
| ✚ La mayor parte de las microempresas cuentan con trabajadores suficientes. | |
| ✚ Capacitan de forma anual a sus trabajadores. | |
| ✚ La mayoría de los gerentes adquieren su materia prima a comisariatos. | |
| ✚ La buena atención al cliente y productos de calidad son las herramientas principales | |
| ✚ Tienen identificado a sus clientes potenciales. | |
| ✚ Existe mano de obra calificada para la prod. | |

CUADRO N° 117
ANÁLISIS PONDERADOS DE LOS FACTORES EXTERNOS.
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS OPORTUNIDADES.

| Oportunidades | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|---|-------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| Todos tienen objetivos planteados. | 9 | 0,13 | 5 | 0,65 |
| El 63,64% de los gerentes han recibido cursos de capacitación. | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| El 54,55% de los encuestados compran su materia prima en la localidad. | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| El 72,73% adquieren la materia prima mediante créditos de forma semanal. | 7 | 0,08 | 3 | 0,24 |
| La mayoría cuentan con trabajadores suficientes | 8 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| El 45,49% de las microempresas capacitan de forma anual a sus trabajadores. | 6 | 0,06 | 2 | 0,12 |
| La mayoría adquieren su materia prima a comisaratos dándoles buenos servicios. | 9 | 0,13 | 5 | 0,65 |
| La buena atención al cliente y productos de calidad son las herramientas principales. | 9 | 0,13 | 5 | 0,65 |
| El 81,82% de los gerentes tienen identificado a sus clientes potenciales. | 9 | 0,13 | 5 | 0,65 |
| Existe mano de obra calificada para la producción | 8 | 0,11 | 4 | 0,44 |
| Total | 77 | 1,00 | 37 | 4,08 |

Fuente: Análisis Externo.

Elaboración: El Autor.

CUADRO N° 118
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS AMENAZAS.

| Amenazas | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|--|-------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| El 63,64% de las microempresas no cuentan con tecnología de punta. | 7 | 0,25 | 3 | 0,75 |
| A la mayoría les gustaría que mejoren los proveedores el descuento y la materia prima no este caducada. | 8 | 0,35 | 4 | 1,40 |
| El 100% de los gerentes creen que los productos similares que existen en el medio son una amenaza y afectan al desarrollo. | 9 | 0,40 | 5 | 2,00 |
| Total | 24 | 1,00 | 12 | 4,15 |

Fuente: Análisis Externo.

Elaboración: El Autor.

Análisis del Medio Externo.

El valor es (4,08) y (4.15), lo que es un valor menor a (5,00), significando que las amenazas tienen más peso que las oportunidades en las microempresas.

INTERPRETACIÓN DEL MEDIO INTERNO Y EXTERNO.

Si se observa los cuadros que anteceden se puede determinar lo que más influye en las microempresas “Panificadoras” son las debilidades con un valor de 4,26, seguidamente tenemos a las amenazas, donde la existencia de productos similares en el mercado es considerada como la mayor de las amenazas dando un valor ponderado de 4,15, así mismo se pudo encontrar en las microempresas cosas positivas como las oportunidades que por tener mano de obra calificada, se consideran como fijos y permiten alcanzar un valor de 4,08 y finalmente las fortalezas de las microempresas han alcanzado un valor de 3,58.

MATRIZ DE IMPACTO.

Para realizar esta matriz se tomará en cuenta tanto la parte externa como interna de la microempresa, donde conocer el entorno de las microempresas, implica conocer también el medio interno de las mismas, pues las fortalezas y debilidades, al igual que las oportunidades y amenazas deben ser analizadas con el fin de determinar las diferentes maneras de combinarlas a través de líneas de acción ofensivas y defensivas, que nos permitan seguir el camino correcto para fortalecer y consolidar las fortalezas, y aprovechar al máximo las oportunidades, y de esta manera transformar las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades, siendo esto posible si se toma en cuenta los adecuados recursos humanos, económicos y materiales.

**ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS (ANÁLISIS FODA)
CUADRO Nº 119**

| | | | | |
|----------------------|---|--|---|---|
| | | FACTORES EXTERNOS | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| | | | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El 81,82% de los gerentes son nativos. ✓ Tienen un buen Nivel de educación. ✓ Existe una buena estabilidad laboral. ✓ Se iniciaron con capital propio ✓ Tienen bien definido la misión, visión. ✓ Llevan un registro de ventas diaria. ✓ Tienen conocimientos sobre planeación y organización. ✓ La mayoría conocen el análisis FODA. ✓ Piden requisitos al momento de contratar. ✓ Están conformes con los servicios que prestan los prov. ✓ Consideran que si existen diferencias entre los productos de ellos y sus competidores. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El 36,37% de los gerentes tienen título de panificadores. ✓ Se les hace difícil acceder a un préstamo bancario. ✓ No cuenta con una estructura organizacional definida. ✓ La innovación de la maquinaria no es de forma paulatina sino de forma irregular. ✓ El factor social, legal, político, demográfico, cultural influyen en el funcionamiento de las microempresas. |
| | | FACTORES INTERNOS | | |
| OPORTUNIDADES | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Todos tienen objetivos planteados. ✓ Han recibido cursos de capacitación. ✓ Compran su materia prima en la localidad. ✓ Adquieren la materia prima mediante a crédito. ✓ Cuentan con trabajadores suficientes. ✓ Capacitan de forma anual a sus trabajadores. ✓ Adquieren su materia prima a comisaratos. ✓ Buena atención y productos de calidad. ✓ Tienen identificado a sus clientes potenciales. ✓ En el medio existe mano de obra calificada. | ESTRATEGIA FO | | ESTRATEGIA DO |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear campaña publicitaria para atraer clientela con el fin de aumentar el mercado y poder ser más competitivos. | | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Proponer la, misión, visión para las microempresas de producción y dar a conocer a los empleados. |
| AMENAZAS | <ul style="list-style-type: none"> ✓ No cuentan con tecnología de punta. ✓ Les gustaría que mejoren los proveedores el descuento y materia prima no este caducada. ✓ Creen que los productos similares que existen en el medio son una amenaza y afectan al desarrollo. | ESTRATEGIA FA | | ESTRATEGIA DA |
| | | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un plan de capacitación para todo el personal que trabaja en las PANIFICADORAS en temas referentes a ventas y atención al cliente. | | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar un modelo organizacional (Organigrama) y crear un manual de funciones para el personal, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar. |

FUENTE: Matriz FODA.
ELABORACIÓN: El Autor

7.1. Interpretación del Análisis FODA.

Una vez realizada la matriz **FODA** de las microempresas “Panificadoras” además de la matriz de ponderación y valoración se llevó a cabo la matriz de impacto para las microempresas es decir las combinaciones o estrategias derivadas de la matriz **FODA**.

- ✓ Primero se realizó la estrategia **FO** que trata de maximizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades que brinda el entorno de las microempresas, por lo que se ha diseñado la siguiente estrategia; Crear campaña publicitaria para atraer clientela con el fin de aumentar el mercado y poder ser más competitivos.
- ✓ La estrategia **FA** que se trata de disminuir el impacto de las amenazas que se encuentra en el entorno en el que está la microempresa, valiéndose de las fortalezas que son algo interno de la misma, es; Realizar un plan de capacitación para todo el personal que trabaja en las “Panificadoras” en temas referentes a ventas y atención al cliente.
- ✓ La estrategia **DO**, se la ha realizado encaminada a la disminución de las debilidades, y al aprovechamiento de las oportunidades y se trata de, Realizar un modelo organizacional para las microempresas (organigramas) y proponer la, misión, visión y dar a conocer a los empleados.
- ✓ Finalmente se planteó la estrategia **DA** que trata de disminuir las debilidades y equilibrar las amenazas Crear un manual de funciones para el personal que labora en las “Panificadoras”, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo.

8. PROPUESTA DE PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN PARA LAS MICROEMPRESAS (PANIFICADORAS Y ARTESANALES).

ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LAS “PANIFICADORAS”.

La existencia de un Plan estratégico dentro de una microempresa es muy importante en muchos aspectos, como en la toma de decisiones, la motivación de los empleados, el conocimiento de la meta a la que se quiere llegar y por lo que se está trabajando, a que van encaminadas cada una de las tareas que se realizan.

Es por esto que requiere de ser aplicada continuamente en las microempresas, porque permite reducir riesgos y hace más fácil tomar las decisiones necesarias anticipadamente para enfrentar los problemas que puedan surgir en el futuro.

Una Planeación estratégica permite alcanzar los objetivos propuestos, ya que consta de estrategias diseñadas de acuerdo a los problemas detectados y de planes de acción que tienen como único fin beneficiar a las microempresas.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS.

- **Objetivo Uno:** Proponer la “Misión y Visión” para las microempresas de producción y enseñarlos a los empleados.
- **Objetivo Dos:** Realizar “Campañas Publicitarias” para atraer clientela con el fin de expandir el mercado y ser más competitivos.
- **Objetivo Tres:** Realizar un “Plan de Capacitación” para todo el personal que laboran en las microempresas en temas referentes a ventas y atención al cliente.
- **Objetivo Cuatro:** Diseñarun modelo organizacional (Organigrama) y “Manuales de Funciones” para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS PARA LAS PANIFICADORAS.

➤ OBJETIVO UNO.

Proponer la “Misión y Visión” para las microempresas de producción y enseñarlos a los empleados.

MISIÓN.

La misión de las microempresas de producción “Panificadoras” de la ciudad de Catacocha están enfocadas a informar que necesidades satisfacen y que productos ofrecen la comunidad en general.

CUADRO N° 120
MATRIZ PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA MISÓN

| Que somos como organización | Su base o fundamento político-filosófico | El propósito o finalidad mayor | Área o campo de acción | Usuarios productos/servicios |
|---|--|---|-------------------------------|-------------------------------------|
| ❖ Microempresas privadas productoras y comercializadoras de empanadas, cachos, enrollados, cortados, palanquetas, pan y pasteles. | ❖ Microem presa creada para satisfacer la necesidad del cliente. | ❖ Ofrecer un producto y servicio de calidad para el cliente con precios muy cómodos en relación a la competencia. | ❖ Cantón Paltas. | ❖ Toda clase de clientes. |

MISIÓN DE LAS MICROEMPRESAS “PANIFICADORAS”

“Ofrecer a la ciudadanía Paltense productos de calidad a precios bajos con personal capacitado que logre atender los requerimientos de cada uno de los clientes de forma personal”

VISIÓN.

Esto les permitirá a las microempresas de producción “Panificadoras”, de la ciudad de Catacocha desarrollarse y proyectarse con bases concretas hacia el futuro.

CUADRO Nº 121
MATRIZ PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA VISIÓN.

| Que somos y que queremos y deseamos ser. | Que necesidades se requiere satisfacer. | Personas o grupos que se benefician. | Bienes y servicios a ofrecer. | Como se va a ofrecer el bien o servicio. |
|---|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">❖ Son microempresas productoras y comercializadoras de empanadas, cachos, enrollados, cortados, palanquetas, pan y pasteles.Ser microempresas altamente competitivas y reconocidas dentro del mercado local y regional, logrando ser productora y comercializadora exclusiva para el año 2015” | <ul style="list-style-type: none">❖ Satisfacer la necesidad de adquisición de productos de buena calidad garantizado y a precios muy económicos . | <ul style="list-style-type: none">❖ Clientes que necesitan de la compra de empanadas, cachos, enrollados , cortados, palanquetas, pan y pasteles. | <ul style="list-style-type: none">❖ Productora y comercializadora de empanada, cachos, enrollados, cortados, palanqueta, pan y pasteles. | <ul style="list-style-type: none">❖ Dependiendo del producto que tenga alguna promoción o descuento fijado por la microempresa. |

VISIÓN DE LAS MICROEMPRESAS “PANIFICADORAS”

“Ser microempresas altamente competitivas y reconocida dentro del mercado local y regional, logrando ser productora y comercializadora exclusiva para el año 2016”

Estrategias.

- ✓ Proponer un organigrama estructural para microempresas panificadoras
- ✓ Elaborar la misión y visión de las microempresas

Políticas.

- ✓ Todos quienes forman parte de la microempresa sin excepción deberán conocer y actuar en base al manual de funciones.

Táctica.

- ✓ Realizar el manual de funciones y un organigrama para las microempresas panificadoras.

Actividades.

- ✓ Elaboración de un organigrama estructural para ubicar en un lugar visible a todos los trabajadores.
- ✓ Realizar la misión y visión para las microempresas y socializar con todos los trabajadores.

Responsables.

- ✚ Gerentes de las microempresas panificadoras.

CUADRO Nº 122
PRESUPUESTO OBJETIVO TRES.

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor total |
|---|-----------------|--------------|--------------------|
| Elaboración de un organigrama estructural para ubicar en un lugar visible a todos los trabajadores. | 1 | 25,00 | 25,00 |
| Realizar la misión y visión para las microempresas y socializar con todos los trabajadores. | 1 | 25,00 | 25,00 |
| Total | | | 50,00 |

FUENTE: Investigación Directa.
ELABORACIÓN: El Autor.

Resultados Esperados.

- ✓ Lograr que los empleados trabajen con mayor eficiencia.
- ✓ Conseguir que los empleados tengan correctamente distribuido el trabajo.
- ✓ Tener un esquema organizado dentro de la microempresa.

CUADRO N° 123

| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|--|--|--|--|--|
| ❖ Plantear un modelo organizacional para las microempresas (organigrama) y proponer la, misión, visión y enseñarlos a los empleados. | ❖ Proponer un organigrama estructural para microempresas panificadoras Elaborar la misión y visión de las microempresas | ❖ Todos quienes forman parte de la microempresa sin excepción deberán conocer y actuar en base al manual de funciones. | ❖ Realizar el manual de funciones y un organigrama para las microempresas panificadoras. | ❖ Elaboración de un organigrama estructural para ubicar en un lugar visible a todos los trabajadores. ❖ Realizar la misión y visión para las microempresas y socializar con todos los trabajadores. |
| Responsable | Gastos Totales | Resultados Esperados | | |
| ❖ Gerente de la microempresa PANIFICADORA | 50,00 USD | ❖ Lograr que los empleados trabajen con mayor eficiencia. ❖ Conseguir que los empleados tengan correctamente distribuido el trabajo. ❖ Tener un esquema organizado dentro de la microempresa | | |

FUENTE: Investigación Directa.
ELABORACIÓN: El Autor.

➤ **OBJETIVO DOS.**

Realizar campañas publicitarias para atraer clientela con el fin de expandir el mercado y ser más competitivo.

Estrategia.

- ✓ Diseñar campañas publicitarias de acuerdo a las necesidades de las microempresas.

Políticas.

- ✓ Difusión de la publicidad en los principales medios de comunicación de la localidad.

Táctica.

- ✓ La publicidad será difundida por Radio Ondas de Paltas las mismas que tienen gran sintonía a nivel local para lo que se programará cuñas

publicitarias en programas juveniles de la tarde, durante los primeros tres meses del año.

Actividades.

- ✓ Convenio con la Radio Ondas de Paltas.

Responsable.

- ✚ Gerentes de las microempresas “Panificadoras”.

**CUADRO Nº 124
PRESUPUESTO OBJETIVO DOS.**

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|---------------------------------|----------|-------|----------------|
| Convenio con la Ondas de Paltas | 3 | \$200 | 600.00 |
| Convenio con la Ondas de Paltas | 3 | \$200 | 600.00 |
| Total | | | 1200.00 |

Fuente: Radio Ondas de Paltas.

Elaboración: El Autor.

Resultados Esperados.

- ✓ Dar a conocer los productos que ofertan las microempresas, logrando un mejor posicionamiento y reconocimiento del Cantón Paltas.
- ✓ Que las microempresas puedan posicionarse de una mejor manera en la mente del consumidor final.

CUADRONº 125

| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|---|---|---|---|--|
| ❖ Crear campañas publicitarias para atraer clientela con el fin de expandir el mercado y ser más competitivo. | ❖ Diseñar campañas publicitarias de acuerdo a las necesidades de la microemp. | ❖ Difusión de la publicidad en los principales medios de comunicación de la localidad. | ❖ La publicidad será difundida por Radio Ondas de Paltas, que tiene gran sintonía a nivel local, se programará cuñas publicitarias en programas juveniles de la tarde, durante los primeros tres meses del año. | ❖ Convenio con la radio Ondas de Paltas. |
| Responsable | Gastos totales | Resultados Esperados | | |
| ❖ Gerente de la microempresa PANIFICADORA | 1200.00USD | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Dar a conocer los productos que ofertan las microempresas, logrando un mejor posicionamiento y reconocimiento. ❖ Que las microempresas puedan posicionarse de una mejor manera en la mente del consumidor final. | | |

Fuente: Radio Ondas de Paltas.

Elaboración: El Autor.

**DISEÑO PUBLICITARIO PARA LAS MICROEMPRESAS
PANIFICADORAS.**

CUÑA RADIAL EN LA ESTACIÓN DE ONDAS DE PALTAS.

Las panificadoras ponen a su disposición una gran variedad de productos como: empanadas, cachos, enrollados, cortados, palanquetas, pan y pasteles: a un precio cómodo, donde la atención al cliente y los precios bajos son nuestro principal objetivo, no lo pienses más y visítanos en nuestros amplios locales ubicado en la ciudad de Catacocha.

➤ **OBJETIVO TRES.**

Realizar un plan de capacitación para todo el personal que laboran en las microempresas en temas referentes a ventas y atención al cliente.

Estrategia.

- ✓ Capacitar al personal de acuerdo al puesto que ocupa en la microempresa.

Políticas.

- ✓ Realizar cursos anualmente.

Táctica.

- ✓ Establecer los requerimientos de la capacitación.
- ✓ Preparar un programa de capacitación.
- ✓ Hacer seguimiento cuando termine el programa de capacitación.

Actividades.

- ✓ Cursos de ventas y atención al cliente.
- ✓ Curso de relaciones humanas.
- ✓ Cursos para mejorar la producción.

Responsable.

- ✚ Gerentes de las microempresas “Panificadoras”.

CUADRO N° 126
PRESUPUESTO OBJETIVO TRES.

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|--|----------|---------|---------------|
| Cursos de ventas y atención al cliente | 1 | \$75.00 | 75.00 |
| Curso de relaciones humanas | 1 | \$75.00 | 75.00 |
| Curso para mejorar la producción | 1 | \$75.00 | 75.00 |
| Total | | | 215.00 |

Fuente: SECAP.

Elaboración: El Autor.

Resultados Esperados.

- ✓ Mejorar el servicio que actualmente se ofrece a los clientes de las microempresas para satisfacer de mejor manera sus necesidades.

CUADRON° 127

| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|---|---|--|---|---|
| ❖ Realizar un plan de capacitación para todo el personal que laboran en las microempresas en temas referentes a ventas y atención al cliente. | ❖ Capacitar al personal de acuerdo al puesto que ocupa en la microempresa | ❖ Realizar cursos anualmente. | ❖ Establecer los requerimientos de la capacitación ❖ Crear un programa de capacitación. ❖ Hacer seguimiento cuando termine el programa de capacitación. | ❖ Cursos de ventas y atención al cliente. ❖ Curso de relaciones humanas. ❖ Cursos para mejorar la producción. |
| Responsable | Gastos Totales | Resultados Esperados | | |
| ❖ Gerente de la microempresa PANIFICADORA | 215.00 USD | ❖ Mejorar el servicio que actualmente se ofrece a los clientes de las microempresas para satisfacer de mejor manera sus necesidades. | | |

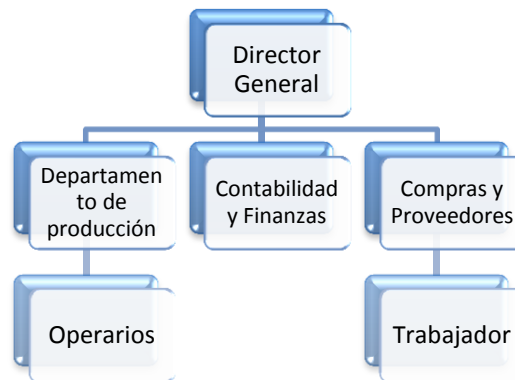
FUENTE: SECAP.

ELABORACIÓN: El Autor.

➤ **OBJETIVO CUATRO.**

Diseñar un modelo organizacional (Organigrama) y “Manuales de Funciones” para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo.

**MODELO ORGANIZACIONAL (ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL)
PROPUESTO A LAS PANIFICADORAS.**



Estrategias.

- ✓ Elaborar un manual de funciones, especificando las actividades que realiza cada uno de los empleados de la microempresa.
- ✓ Promover en la microempresa la importancia de implementar un manual de funciones.

Políticas.

- ✓ Que los empleados de la microempresa hagan uso del manual de funciones.
- ✓ Que al momento de socializar el manual de funciones se encuentren presentes todos los empleados.

Táctica.

- ✓ Difundir el manual de funciones a los empleados de la microempresa “Panificadoras”
- ✓ Programar una reunión para socializar el manual de funciones vigente.

Actividades.

- ✓ Investigar sobre las funciones que desempeña cada uno de los empleados dentro de las microempresas.

- ✓ Buscar el local adecuado para la socialización.

Responsables.

- ✚ Gerente de las microempresas “Panificadoras”.

**CUADRO Nº 128
PRESUPUESTO OBJETIVO CUATRO**

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|--|----------|---------|--------------|
| Investigar sobre las funciones que desempeña cada uno de los empleados dentro de las microempresas | | | 15,00 |
| Buscar el local adecuado para la socialización | 1 | \$35.00 | 35,00 |
| TOTAL | | | 50,00 |

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor.

Resultados Esperados.

- ✓ Lograr que los empleados trabajen con mayor eficiencia.
- ✓ Conseguir que los empleados tengan correctamente distribuido el trabajo.

CUADRO Nº 129

| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|--|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✚ Diseñar manuales de funciones para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo. | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Elaborar un manual de funciones, especificando las actividades que realiza cada uno de los empleados de la microempresa. ✚ Promover en la microempresa la importancia de implementar un manual de funciones | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Que los empleados de la microempresa hagan uso del manual de funciones. ✚ Que al momento de socializar el manual de funciones se encuentren presentes todos los empleados | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Difundir el manual de funciones a los empleados de la microempresa “PANIFICADORAS” ✚ Programar una reunión para socializar el manual de funciones vigente. | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Investigar sobre las funciones que desempeña cada uno de los empleados dentro de las microempresas ✚ Buscar el local adecuado para la socialización |
| Responsable | Gastos totales | Resultados esperados | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ✚ Gerente de la microempresa PANIFICADORAS | 50,00 USD | <ul style="list-style-type: none"> ✚ Lograr que los empleados trabajen con mayor eficiencia ✚ Conseguir que los empleados tengan correctamente distribuido el trabajo. | | |

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: El Autor.

MANUAL DE FUNCIONES PARA LAS MICROEMPRESAS PANIFICADORAS
FUNCIONES POR DEPARTAMENTOS

Unidad Gerencial.

- ✓ Revisará todos los proyectos y aprobará su ejecución o disolución.
- ✓ Determinará las políticas y objetivos que regirán en el funcionamiento de las microempresas “Panificadoras”.

Departamento de Ventas.

- ✓ Buscará los medios necesarios para la comercialización de los productos que ofrece la microempresa.
- ✓ Innovará constantemente las estrategias de comercialización.

FUNCIONES INDIVIDUALES

GERENTE GENERAL

- ❖ **Código:**001.
- ❖ **Título De Cargo:** Gerente.
- ❖ **Subordinados:** Toda la organización.
- ❖ **Nivel Jerárquico:** Es el responsable de la dirección y la toma de decisiones de las microempresas “Panificadoras”.
- ❖ **Naturaleza del Trabajo:** Planeación, organización, dirección y el control de todas las actividades, funciones o tareas, responsables de lograr las metas y objetivos propuestos y garantizar el buen funcionamiento de las microempresas al igual que su rentabilidad y competitividad.

Funciones.

- ✓ Custodiar la buena imagen de las microempresas “Panificadoras”, ejerciendo como portavoz cuando así se requiera.
- ✓ Establecer las líneas estratégicas de la Organización.
- ✓ Ser responsable de cada una de las decisiones tomadas
- ✓ Desarrollar el esquema organizativo básico: organigramas, funciones, manuales de organización, etc.
- ✓ Cuidar del mantenimiento y disponibilidad de sus recursos, procurando su óptimo aprovechamiento.

- ✓ Buscar, seleccionar y negociar colaboraciones externas (asesorías, agencias, especialistas), que contribuyan a incrementar la eficacia de la organización.

Características de Clase.

- ✓ Responsable.
- ✓ Creativo.
- ✓ Participativo.

SECRETARIA.

- ❖ **Código:**002.
- ❖ **Título de Cargo:**Secretaria.
- ❖ **Dependencia Directa:** Gerente.
- ❖ **Subordinados:** Departamento de producción, departamento de y comercialización
- ❖ **Nivel Jerárquico:** Es la responsable de organizar los documentos de la gerencia y de atender al público en general.
- ❖ **Naturaleza de Trabajo:** Programar, preparar reuniones, organizar documentos y más actividades que realice la microempresa.

Funciones.

- ✓ Se encarga de digitar en el sistema informático los datos de los clientes.
- ✓ Realiza cotizaciones concretas, citas y ordenamiento de documentos.
- ✓ Elabora solicitudes, oficios, comunicaciones y cualquier documento que se requiera.
- ✓ Contestar llamadas y atender clientes con educación.

Características de Clase.

- ✓ Ser Amable.
- ✓ De confianza.
- ✓ Ser responsable.

ASESOR LEGAL.

- ❖ **Código:**003.
- ❖ **Título de Cargo:**Asesor Legal.

- ❖ **Dependencia Directa:** Gerente.
- ❖ **Subordinados:** Departamento de producción, departamento de comercialización.
- ❖ **Nivel Jerárquico:** Asesora y resuelve conflictos legales.
- ❖ **Naturaleza de Trabajo:** Asesorar, resolver y ejecutar las diferentes actividades legales que se deban hacer para el buen funcionamiento de la microempresa.

Funciones.

- ✓ Asesorar al gerente sobre los términos legales en los que se debe basar para un buen funcionamiento de la microempresa.
- ✓ Resolver conflictos legales que se presenten.

Características de clase.

- ✓ Ser confiable.
- ✓ Ser responsable.

VENDEDOR.

- ❖ **Código:**004.
- ❖ **Título De Cargo:** Vendedor.
- ❖ **Dependencia Directa:** Gerente, secretaria.
- ❖ **Nivel Jerárquico:** Encargado de ofrecer al cliente los productos de la microempresa.
- ❖ **Naturaleza de Trabajo:** Realizar día a día las actividades necesarias para la comercialización adecuada de los productos.

Funciones.

- ✓ Brindar una excelente atención al cliente.
- ✓ Asesorar al cliente sobre el producto que este desee adquirir.
- ✓ Dar a conocer las facilidades de pago existentes en la microempresa.
- ✓ Comercializar cada uno de los productos que ofrece la microempresa.

Características de clase.

- ✓ Actitud para el trabajo.
- ✓ Responsable.

- ✓ Altamente capacitado.
- ✓ Honradez.
- ✓ Disciplina.

OBREROS.

- ❖ **Código:** 005.
- ❖ **Título de Cargo:** obreros.
- ❖ **Dependencia Directa:** Gerente, Secretaría, y Vendedor.
- ❖ **Subordinados:** Ninguno.
- ❖ **Nivel Jerárquico:** Es el responsable de realizar todo las actividades de producción de la materia prima.
- ❖ **Naturaleza de Trabajo:** Organizar responsablemente sus dentro del proceso de transformación de la materia prima.

Funciones.

- ✓ Estar permanentemente en su lugar de trabajo.
- ✓ Ayudar a mantener el orden, la estabilidad la armonía en su puesto.
- ✓ Cumplir con todas las actividades encomendadas.
- ✓ Responsabilizarse por el trabajo que se le asigna.

Características de Clase.

- ✓ Este puesto se caracteriza por la dedicación y responsabilidad que la persona brinda para desempeñar su trabajo.
- ✓ Utilizar correctamente su vestimenta a manera que no les cause ningún tipo de problema.

CUADRO N° 130 **PRESUPUESTO GENERAL PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA** **MICROEMPRESA “PANIFICADORAS”**

| OBJETIVOS. | MONTO |
|--|-----------------|
| ❖ Realizar campañas publicitarias para atraer clientela con el fin de expandir el mercado y ser más competitivo | 690.00 |
| ❖ Realizar un plan de capacitación para todo el personal que laboran en las microempresas en temas referentes a ventas y atención al cliente. | 2525.00 |
| ❖ Plantear un modelo organizacional para las microempresas (organigrama) y proponer la, misión, visión y enseñarlos a los empleados. | 525.00 |
| ❖ Diseñar manuales de funciones para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo. | 158.00 |
| TOTAL | 3895.00. |

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: El Autor.

9. RESEÑA HISTÓRICA DE LAS 7 MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN “ARTESANALES” DE LA CIUDAD DE CATACOCHA.

Las Microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad Catacocha, dieron inicio a sus actividades en el año de 1978 en donde comenzaron a realizar productos para la venta y comercialización; en el cual trabajaban con materia prima del medio en especial la arcilla y mullos. Esto me permitió detectar y evaluar sucesos, preferencias y tendencias que suceden en el entorno de las empresas, tomando en cuenta que estos acontecimientos son incontrolables que pueden beneficiarla o perjudicarla significativamente.

Con este antecedente se puede decir que, el medio que rodea a las microempresas, se tiene que realizar sus actividades considerando los factores políticos, demográficos, económicos, tecnológicos, competitivos y sociales.

9.1. Los Productos Elaborados.

Las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha se dedican a la elaboración y comercialización de los siguientes productos:

- ❖ Manillas.
- ❖ Sombreros.
- ❖ Collares.
- ❖ Aretes.
- ❖ Cinturón.
- ❖ Cerámica.

9.2. Procedencia de Gerentes y Trabajadores.

Puedo decir que existe un número considerable de gerentes y trabajadores que son nativos, en las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha ayudándoles para la producción que requieran hacer en las microempresas puestas en estudio.

9.3. Nivel de Educación.

Se puede demostrar que existe un número considerable de gerentes y trabajadores que poseen una instrucción secundaria el mismo que no es

beneficioso para el desarrollo de las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha.

9.4. Mano de Obra.

En algunas de las microempresas luego de establecerse en el mercado y por la demanda de estos productos comenzaron a contratar personal para la elaboración de las artesanías.

Esto logra satisfacer escasamente las necesidades básicas que requieren los pobladores de Catacocha.

9.5. Tiempo de Existencia en el Mercado.

Estas empresas de producción llevan un tiempo considerable en el mercado desde 2004 en la ciudad de Catacocha obteniendo como resultado baja clientela en comparación del el mercado local existente.

9.6. Tipo de Financiamiento.

Por la falta de Entidades financieras en la ciudad de Catacocha puedo demostrar que la mayoría de microempresas de producción “Artesanales” se han iniciado la mayoría con capital propio puesto que para acceder a un préstamo se les hace difícil de acceder a la misma.

9.7. Misión.

- ✓ Dar a conocer nuestros productos en toda la población de Catacocha.
- ✓ Mejorar la presentación del producto sin aumentar el costo.
- ✓ Posicionar mejor la microempresa para mejorar las ventas.
- ✓ Aumentar el tamaño de la microempresa.
- ✓ Contar con un local propio.
- ✓ Vender a todo el cantón.
- ✓ Ampliar el negocio.

9.8. Visión.

- ✓ Aumentar el tamaño de la microempresa en Catacocha.
- ✓ Trabajar con ética y fomentar emprendimiento laboral.
- ✓ Ser mejores en la elaboración del pan en Catacocha.

- ✓ Crear beneficios económicos a largo plazo.
- ✓ Ofrecer productos de calidad y variedad.
- ✓ Generar buenos valores en Catacocha.
- ✓ Dar buena atención al cliente.

9.9. Objetivos.

- ✓ Aumentar el turismo y mejorar económicamente.
- ✓ Crear fuentes de trabajo en la localidad.
- ✓ Cubrir el mercado local en su totalidad.
- ✓ Tratar de buena manera al cliente.
- ✓ Ofrecer productos de calidad.
- ✓ Crecer económicamente.
- ✓ Tener buenos ingresos.

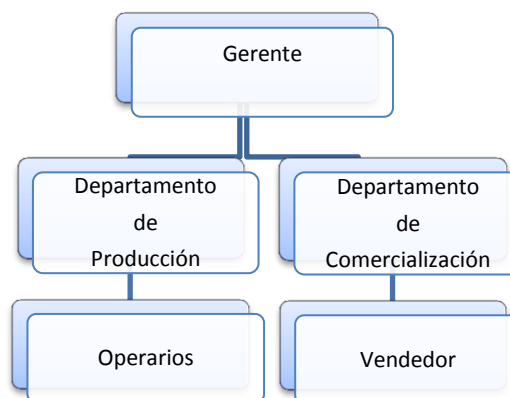
9.10. Registro de Ventas.

Se puede decir que las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha si llevan un registro de ventas el cual lo realizan de forma diaria para evitar contratiempos en la producción.

9.11. Planeación y Organización.

Queda demostrado que la mayoría de microempresas “Artesanales” existentes en la ciudad de Catacocha no tienen conocimientos básicos sobre Planeación y Organización lo cual dificulta el buen rendimiento de las microempresas objeto de estudio.

9.12. Organigrama estructural actual de las Artesanales



9.13. Capacitación.

En las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha se puede decir que la capacitación se da esporádicamente, el tiempo en el que capacitan a los trabajadores es de forma anual, lo cual frente a esto se puede decir que capacitar continuamente elevaría los ingresos económicos de las microempresas.

9.14. Los Proveedores.

Para las microempresas “Artesanales” lo más importante es contar con proveedores directos, si se toma en cuenta el factor costos, sin dejar de lado que deben gozar de gran prestigio en cuanto a la calidad de los productos que ofrece, porque de esto depende la permanencia de la microempresa en el mercado.

Los proveedores con los que cuentan las microempresas “Artesanales” son reconocidos en la localidad estos proveedores son pequeños productores estos ofrecen la materia prima estos se han venido manejando a través de los años.

9.15. Materia Prima.

Los productos que son elaborados en las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha son preparados con materia prima de mala calidad esto repercute en la calidad del producto.

Para la adquisición de la materia prima las microempresas tienen crédito suficiente para adquirir a los proveedores la materia prima.

9.16. La Tecnología.

Esto demuestra que las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha deberían innovar su maquinaria lo cual permitiría ser más competitivo en el mercado local. El tiempo que se tardan en renovar su maquinaria para la producción es de 4 años 9 meses y 14 días.

9.17. Requisitos para Contratar Personal.

Se puede decir que todas las microempresas de producción “Artesanales” existentes en la ciudad de Catacocha solicitan requisitos para contratar personal.

Los requisitos para contratar explícitamente son: Experiencia laboral, puntualidad y responsabilidad.

9.18. Mano de Obra.

En las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha puedo mencionar que si existe mano de obra calificada pero no en su totalidad de trabajadores existentes en las microempresas panificadoras, la cual genera beneficios económicos a unas y a otras no.

9.19. Motivo del Surgimiento.

Estas microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha surgen como una oportunidad de contribuir a la demanda insatisfecha en el mercado local.

En sus inicios surge de hecho sin planificaciones así que comienza su crecimiento evolutivo pasando por fases empíricas lo que les ha permitido ir mejorando en los procesos administrativos, financieros y de mercadeo.

9.20. Como están Constituidas.

Las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha se encuentran constituidas como un negocio formal con mano de obra calificada.

9.21. La Base Legal.

Las microempresas “Artesanales” están constituidas dentro de la base legal como microempresas productoras y comercializadora las que se acoge a las normas y leyes del régimen tributario y el código de comercio.

9.22. Capital.

El capital con el que empezaron la mayoría de microempresarios fue propio debido a que comenzaron elaborando artesanías en poca cantidad.

Actualmente estas microempresas funcionan en su gran mayoría en el centro de la ciudad ofreciendo sus productos a todo el público en general: como manillas, sombreros, collares, aretes, cinturón y cerámica.

9.23. Estructura administrativa.

Las microempresas “Artesanales” cuentan con los siguientes puestos:

- 1 Supervisor.
- 3 personas que administran.
- 6 personas que se encargan de producir.
- 14 artesanos.

9.24. Como Influye el Ambiente a las Microempresas.

Puedo decir que en las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha el ambiente que los rodea influye de manera negativa por la escasez de poder adquisitivo de población en general, por la falta de leyes que favorezcan el surgimiento económico de las mismas, lo político por no existir personas que defiendan los derechos de las microempresas.

9.25. Competencia de las Empresas Panificadoras.

En la actualidad la ciudad de Catacocha todas las microempresas “Artesanales” no han tenido un crecimiento económico sostenible, siendo una de las actividades que han generado poco y poco beneficio microempresarial.

Para mejorar la competitividad, las microempresas deben adecuar sus estrategias y su estructura organizativa al entorno dinámico de la economía actual. El desarrollo de la microempresa como tal dependerá exclusivamente, de su capacidad para dotarse de recursos y habilidades adecuadas para conseguir nuevas ventajas competitivas (calidad, capacidad tecnológica, innovación, capital humano, conocimiento, etc.), con el fin de tener un mejor desarrollo y diversificación en los productos que se ofrece.

9.26. Para Mejorar la Competitividad.

Las microempresas deben adecuar sus estrategias y su estructura organizativa al entorno dinámico de la economía actual. El desarrollo de la microempresa como tal dependerá exclusivamente, de su capacidad para dotarse de recursos para conseguir ventajas competitivas como:

- ❖ Calidad.

- ❖ Capacidad tecnológica.
- ❖ Innovación.
- ❖ Capital humano.
- ❖ Conocimientos.

9.27. Competencia Directa.

Las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha tienen como principales competidor a los siguientes:

- ❖ Artes bellas.
- ❖ Artes Guamán.
- ❖ Cerámica Faustito.
- ❖ Artesanía Zurita.
- ❖ Artes Catacocha.
- ❖ Artesanías Raquel.
- ❖ Artes para el hogar.

9.28. Usuarios o Clientes.

Entre las características más importantes del perfil de los clientes de las microempresas “Artesanales” podemos enumerar las siguientes:

- ❖ Buscan variedad de productos.
- ❖ Las personas o individuos de cualquier estrato social
- ❖ Acostumbran comprar artesanías en los lugares de elaboración.
- ❖ Los turistas que visitan el lugar.
- ❖ Los productos están destinados para cualquier edad y sexo.

9.29. Ventaja Competitiva.

Se considera como ventaja competitiva a la capacidad de una organización pública o privada, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en su entorno. Si una microempresa posee ventajas comparativas, se verá reflejada en la habilidad, conocimientos y atributos, que esta posea, los mismos de los que carecen sus competidores o que estos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores.

9.30. La Imagen.

Las microempresas de producción “Artesanales” se intentan consolidar su imagen dentro del mercado local, para generar estabilidad económica y laboral.

9.31. La Experiencia.

La Experiencia con la que cuentan algunos de los empleados incluyendo los gerentes de las microempresas de producción “Artesanales” de la ciudad de Catacocha, para tomar las decisiones adecuadas al momento de superar problemas ya sean externos o internos a las microempresas han permitido que estas sean en el segmento de mercado medio y bajo, por lo que debe ser prioritario para las microempresas mejorar para poder incrementar los ingresos económicos.

9.32. Sistema de Comercialización.

Las Microempresas “Artesanales” trabajan mediante venta por pedido, venta directa y ciertas ocasiones realizan ventas por mayor. Los productos que se comercializan son, manillas, sombreros, collares, aretes, cinturón y cerámica.

10. MICROAMBIENTE DE LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES. ANÁLISIS COMPETITIVO: FUERZAS DE LA INDUSTRIA LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE PORTER BCG

1.- ENTRADA DE POSIBLES COMPETIDORES

Según la situación actual del país, en una economía de libre mercado, es permitido que en cualquier momento ingresen al mercado de la ciudad de **CATACocha**, cualquier número de empresarios dispuestos a la producción y comercialización de **ARTESANIAS** para la venta, tomando en cuenta que la copia e imitación es una de la principal característica.

2.- PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores se encuentran directamente relacionados con las **MICROEMPRESAS**, existiendo un buen poder de negociación ya que las microempresas básicamente han iniciado sus actividades con la mayoría de ellos.

3.- PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

El mercado consumidor de **ARTESANIAS**, se ofrecen dentro de las microempresas, manillas, sombreros, ponchos, collares, tejidos, aretes, topo, cinturón y cerámica, que está destinada a las familias **LOCALES** y a los que visitan las microempresas, con la capacidad adquisitiva suficiente para poder adquirir un producto ya sea a contado o a crédito, sea cual sea el caso existirá se dará un alto poder de **COMPRA**.

4.- AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos que se ofrece en las microempresas **ARTESANALES** son esencialmente las manillas, sombreros, ponchos, collares, tejidos, aretes, cinturón y cerámica, en donde, los únicos que pueden realizar productos sustituidos son los pequeños artesanos del lugar.

5.- RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

Este es uno de los factores más importantes para las microempresas **ARTESANALES**, debido a la existencia de personas que se dedican a la misma actividad actualmente en el mercado, como son negociantes informales; que conforman la competencia más cercana, considerando además que el grado de competitividad es débil.

**MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO BCG
DE LAS EMPRESAS ARTESANALES.
Cuadro N° 131**

| Factores Claves de Éxito | Ponderación | Artes bellas | | Artes Guamán | | Cerámica Faustito | | Artesanías Zurita | | Artes Catacocha | | Artesanía Raquel | | Artes para el hogar | |
|-----------------------------|-------------|--------------|-----------------|--------------|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| | | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado | Calif. | Valor Ponderado |
| Entregas Oportunas | 0,14 | 5 | 0,70 | 3 | 0,42 | 4 | 0,56 | 3 | 0,42 | 4 | 0,56 | 3 | 0,42 | 3 | 0,42 |
| Calidad en los Productos. | 0,15 | 5 | 0,75 | 4 | 0,60 | 5 | 0,75 | 3 | 0,45 | 2 | 0,30 | 2 | 0,30 | 4 | 0,60 |
| Diversidad de productos | 0,08 | 4 | 0,32 | 2 | 0,16 | 5 | 0,40 | 2 | 0,16 | 5 | 0,40 | 4 | 0,40 | 2 | 0,16 |
| Lealtad de los Clientes. | 0,09 | 4 | 0,36 | 3 | 0,27 | 2 | 0,18 | 2 | 0,18 | 4 | 0,36 | 4 | 0,36 | 5 | 0,45 |
| Capacidad Económica. | 0,10 | 5 | 0,50 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 | 3 | 0,30 | 5 | 0,5 | 3 | 0,30 |
| Compra en Precios. | 0,05 | 1 | 0,05 | 4 | 0,20 | 3 | 0,15 | 4 | 0,20 | 5 | 0,25 | 5 | 0,20 | 4 | 0,20 |
| Atención al Cliente. | 0,07 | 3 | 0,21 | 5 | 0,35 | 2 | 0,14 | 4 | 0,28 | 2 | 0,14 | 3 | 0,28 | 4 | 0,28 |
| Personal Capacitado. | 0,06 | 3 | 0,18 | 3 | 0,18 | 4 | 0,24 | 5 | 0,30 | 4 | 0,24 | 2 | 0,14 | 5 | 0,30 |
| Localización. | 0,08 | 4 | 0,18 | 4 | 0,32 | 5 | 0,40 | 5 | 0,40 | 5 | 0,40 | 4 | 0,32 | 2 | 0,16 |
| Participación en el Mercado | 0,09 | 4 | 0,36 | 5 | 0,45 | 4 | 0,36 | 4 | 0,36 | 4 | 0,36 | 5 | 0,40 | 3 | 0,27 |
| Tecnología. | 0,09 | 4 | 0,36 | 3 | 0,27 | 4 | 0,36 | 2 | 0,36 | 3 | 0,27 | 4 | 0,36 | 5 | 0,45 |
| Total | 1,00 | | 3,89 | | 3,52 | | 3,84 | | 3,41 | | 3,58 | | 3,68 | | 3,59 |

1. Mayor debilidad.
2. Menor Debilidad.
3. Menor Fuerza.
4. Mayor Fuerza.

**CUADRO Nº 132
CONSTRUCCIÓN MATRIZ BCG.**

| Microempresas | Productos | | | | | |
|---------------------|--------------|------------|-------------|------------|------------|--------------|
| | Manillas | Sombreros | Collares | Aretes | Cinturón | Cerámica |
| Artes bellas. | 2140 | 254 | 487 | 157 | | 2451 |
| Artes Guamán. | 1659 | | 302 | | 358 | 2156 |
| Cerámica Faustito. | 2541 | | | 214 | | 1547 |
| Artesanía Zurita. | 874 | 135 | | 148 | | 3241 |
| Artes Catacocha | 1478 | | | 198 | 154 | |
| Artesanías Raquel | 1324 | 241 | | 168 | | 1647 |
| Art. para el hogar. | 1687 | 187 | 420 | | 135 | 1578 |
| TOTAL | 11703 | 817 | 1209 | 885 | 647 | 12620 |

Para el año 2011 en sus ventas tuvo un incremento de un 7% al total de ventas.

**CUADRO Nº 133
ANÁLISIS DE LA CARTERA DE PRODUCTOS DE LAS MICROEMPRESAS
ARTESANALES**

| Producto | Ventas (unidades) 2010 | Ventas (unidades) 2011 | Particip. Merc. (Año Base) | Participación Relativa |
|--------------|------------------------|------------------------|----------------------------|------------------------|
| Manillas | 11703 | 12522,21 | 41,97% | 1,00 |
| Sombreros | 817 | 874,19 | 2,93% | 0,07 |
| Collares | 1209 | 1293,63 | 4,34% | 0,10 |
| Aretes | 885 | 946,95 | 3,17% | 0,08 |
| Cinturón | 647 | 692,29 | 2,32% | 0,06 |
| Cerámica | 12620 | 13503,40 | 45,26% | 1,08 |
| Total | 27881 | 29832.67 | 100 | 2,39 |

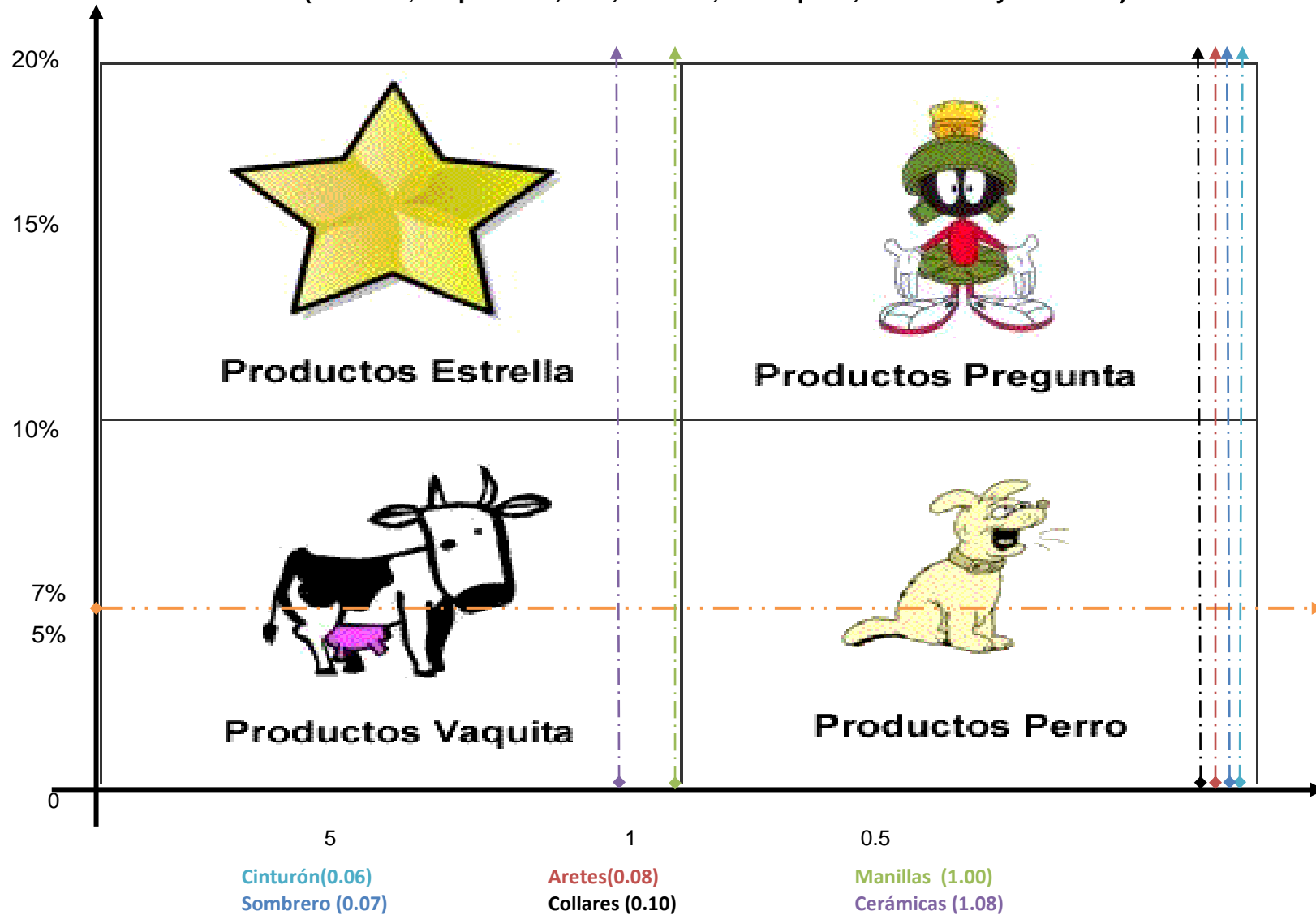
$$\text{Tasa de crecimiento} = \frac{\text{ventas}_{2011} - \text{ventas}_{2010}}{\text{ventas}_{2010}} \times 100$$

$$\text{Tasa de Crecimiento} = \frac{29832.67 - 27.881}{29.832.67} \times 100$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = 0,07 \times 100$$

$$\text{Tasa de crecimiento} = 7 \%$$

MATRIZ BCG DE LAS MICROEMPRESAS PANIFICADORAS
UNIDAD ESTRATEGICA: PRODUCTOS
 (Pasteles, Empanadas, Pan, Chacho, Palanqueta, Enrollados y Cortados)



10.1. INTERPRETACIÓN DE LA MATRIZ BCG.

En base a los datos anteriormente obtenidos, puedo decir que las microempresas “Artesanales” su cartera de productos, tiene una tasa de crecimiento del mercado del 7%(mediana participación en el mercado). Y de acuerdo a la cartera de productos que posee se determina que la mayoría de productos que ofrecen las microempresas se encuentra en la categoría de producto perro, estos son; cinturón con 0.06, sombreros con 0.07, aretes con 0.08, collares 0.10, manillas 1.00 es decir se encuentran situados en un mercado de escasa participación en el mercado debido a su posición débil interna y externa , lo que significa para las microempresas un crecimiento lento, sin embargo las cerámicas con el valor de 1.08 alcanzan la categoría de producto vaca lechera poco crecimiento y alta participación de mercado.

11. ANALISIS FODA.

- ❖ **Interna.-** se basa en sí en las fortalezas y debilidades que poseen las microempresas en este caso “Artesanales” que son aspectos en los que se puede tener cierto tipo de control.
- ❖ **Externa.-** Se refiere a observar las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar la empresa en el mercado seleccionado, en este ámbito se debe desarrollar las capacidades y habilidades necesarias.
- ❖ Como fuentes principales de se tomó; son las encuestas aplicadas a los empleados y las entrevistas realizadas a los Gerentes de las microempresas “Artesanales”.
- ❖ En la matriz Fodase deberá indicar los factores internos y externos que intervienen en el desarrollo de las microempresas, para luego ir evaluando ordenadamente, la situación.

CUADRO N° 134
MATRIZ FODA DE LAS EMPRESAS ARTESANALES.
ANÁLISIS FODA FACTORES INTERNOS.

| FACTORES INTERNOS | |
|---|--|
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| ✚ El 57,14% de los gerentes son nativos. | ✚ El 57,14% de los gerentes han cumplido con los objetivos planteados. |
| ✚ Nivel de educación Primaria 42,85%, secundaria 42,85% y superior 14,29. | ✚ La gran mayoría de los gerentes no tienen conocimientos sobre planeación y organización empresarial. |
| ✚ Existe una buena estabilidad laboral. | ✚ En la actualidad las microempresas no cuentan con una estructura organizacional definida. |
| ✚ El 71,43% de los gerentes se iniciaron con capital propio. | ✚ La innovación de la maquinaria no es de forma paulatina sino de forma irregular. |
| ✚ Las microempresas tienen bien definido la misión, visión. | |
| ✚ El 57,14% llevan un registro de ventas diaria | |
| ✚ La mayoría conocen bien las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en las microempresas. | |
| ✚ El 100% de los gerentes piden requisitos al momento de contratar personal. | |
| ✚ El 71,43% de los gerentes tienen identificado a sus clientes potenciales. | |
| ✚ El 100% de los gerentes consideran que si existen diferencias entre los productos que ellos generan en relación a sus competidores. | |

CUADRO N° 135
ANÁLISIS PONDERADO DE LOS FACTORES INTERNOS.
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS FORTALEZAS.

| Fortalezas | Impacto ponderado | Peso específico | Calif. | Valor ponderado |
|--|--------------------------|------------------------|---------------|------------------------|
| El 57,14% de los gerentes son nativos. | 6 | 0,05 | 2 | 0,10 |
| Nivel de educación Primaria 42,85%, secundaria 42,85% y superior 14,29%. | 7 | 0,06 | 3 | 0,18 |
| Existe una buena estabilidad laboral. | 9 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| Los gerentes se iniciaron con capital propio. | 7 | 0,06 | 3 | 0,18 |
| Tienen bien definido la misión, visión. | 9 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| El 57,14% llevan un registro de ventas diaria | 6 | 0,05 | 2 | 0,10 |
| Conocen bien las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en las microempresas. | 9 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| Piden requisitos para contratar personal. | 8 | 0,12 | 4 | 0,48 |
| Tienen identificado a sus clientes potenciales. | 8 | 0,12 | 4 | 0,48 |
| Si existen diferencias entre los productos que ellos generan en relación a sus competidores. | 9 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| Total | 78 | 1,00 | 34 | 3,60 |

FUENTE: Análisis Interno.
 ELABORACIÓN: El Autor.

CUADRO N° 136
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS DEBILIDADES.

| Debilidades | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|---|-------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| El 57,14% de los gerentes han cumplido con los objetivos planteados. | 7 | 0,20 | 3 | 0,60 |
| Los gerentes no tienen conocimientos sobre planeación y organización empresarial. | 8 | 0,25 | 4 | 1,00 |
| No cuentan con una estructura organizac. defini. | 9 | 0,30 | 5 | 1,50 |
| La innovación de la maquinaria no es de forma paulatina sino de forma irregular. | 8 | 0,25 | 4 | 1,00 |
| Total | 32 | 1,00 | 16 | 4,10 |

FUENTE: Análisis Interno.

ELABORACIÓN: El Autor.

INTERPRETACIÓN:

Medio interno. El resultado obtenido es de (3,60) y (4,10), que es menor que (5,00), lo que significa que las fortalezas en relación con las debilidades, no se las aprovecha de la manera adecuada, lo que nos permite determinar que se debe planificar una estrategia que permita que las fortalezas tengan mayor incidencia que las debilidades dentro de las microempresa.

CUADRO N° 137
MATRIZ FODA DE LAS EMPRESAS PANIFICADORAS.
ANÁLISIS FODA FACTORES EXTERNOS.

| FACTORES EXTERNOS | |
|---|---|
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| ✚ Todos tienen objetivos planteados. | ✚ El 71,43% de las microempresas no cuentan con tecnología de punta. |
| ✚ Es fácil acceder a préstamos bancarios. | ✚ A las microempresas le gustaría que mejoren los proveedores el descuento. |
| ✚ El 71,43% de los gerentes han recibido cursos de capacitación. | ✚ Los productos similares que existen en el medio son una amenaza para el desarrollo. |
| ✚ El 57,14% de los encuestados compran su materia prima en la localidad. | ✚ Les afecta el ambiente social, legal, cultural, demográfico, político y económ. |
| ✚ EL 72,73% adquieren la materia prima mediante créditos de forma semanal. | |
| ✚ Los gerentes adquieren la materia prima a crédito | |
| ✚ La mayor parte de las microempresas cuentan con trabajadores suficientes. | |
| ✚ El 57,14% de las microempresas capacitan de forma anual a sus trabajadores. | |
| ✚ Adquieren su materia prima a peq. productor. | |
| ✚ La buena atención al cliente y productos de calidad son las herramientas principales. | |
| ✚ Están conformes con los servicios de los que generan los proveedores. | |
| ✚ En el medio existe mano de obra calificada. | |

CUADRO N° 138
ANÁLISIS PONDERADOS DE LOS FACTORES EXTERNOS.
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACION DE LAS OPORTUNIDADES.

| Oportunidades | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|---|-------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| Todos tienen objetivos planteados. | 9 | 0,10 | 5 | 0,50 |
| Se les hace fácil acceder a préstamos bancarios. | 8 | 0,09 | 4 | 0,36 |
| El 71,43% de los gerentes han recibido cursos de capacitación. | 7 | 0,05 | 3 | 0,15 |
| El 57,14% de los encuestados compran su materia prima en la localidad. | 7 | 0,05 | 3 | 0,15 |
| EL 72,73% adquieren la materia prima mediante créditos de forma semanal. | 8 | 0,09 | 4 | 0,36 |
| La mayor parte de los gerentes adquieren la materia prima a crédito. | 7 | 0,05 | 3 | 0,15 |
| La mayor parte de las microempresas cuentan con trabajadores suficientes. | 9 | 0,10 | 5 | 0,50 |
| El 57,14% de las microempresas capacitan de forma anual a sus trabajadores. | 9 | 0,10 | 5 | 0,50 |
| La mayoría de los gerentes adquieren su materia prima a pequeños productores. | 9 | 0,10 | 5 | 0,50 |
| La buena atención al cliente y productos de calidad son las herramientas principales. | 8 | 0,09 | 4 | 0,36 |
| La mayoría de los gerentes están conformes con los servicios de los proveedores. | 8 | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Existe mano de obra calificada para la producción | 8 | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Total | 97 | 1,00 | 49 | 4,25 |

Fuente: Análisis Externo.

Elaboración: El Autor.

CUADRO N° 139
MATRIZ DE IMPACTO Y VALORACIÓN.
DETERMINACIÓN DE LAS AMENAZAS.

| Amenazas | Impacto Ponderado | Peso Especifico | Calif. | Valor Ponderado |
|---|-------------------|-----------------|-----------|-----------------|
| El 71,43% de las microempresas no cuentan con tecnología de punta. | 7 | 0,15 | 3 | 0,45 |
| A la mayoría le gustaría que los proveedores mejoren los descuentos y materia prima no esta caduca. | 8 | 0,25 | 4 | 1,00 |
| Todos los gerentes creen que los productos similares son una amenaza para el desarrollo. | 9 | 0,30 | 5 | 1,50 |
| A la mayoría les afecta el ambiente social, legal, cultural, demográfico, político y económico. | 9 | 0,30 | 5 | 1,50 |
| Total | 24 | 1,00 | 12 | 4,45 |

Fuente: Análisis Externo.

Elaboración: El Autor.

INTERPRETACIÓN:

Medio Externo: El valor es (4,25) y (4,45), lo que es un valor menor a (5,00), significando que las amenazas tienen más peso que las oportunidades en la microempresa.

Si observamos los cuadros que anteceden podemos determinar lo que más influye en las microempresas “Artesanales” son las amenazas con un valor de 4,45, seguidamente tenemos a las debilidades que ha alcanzado un valor de 4,10, así mismo se encontró cosas positivas como las oportunidades donde la existencia de mano de obra calificada en el mercado es considerada como la mayor de las oportunidades dando un valor ponderado de 4,25, y por último las fortalezas con un valor de 3,60.

MATRIZ DE IMPACTO.

Para realizar esta matriz se tomará en cuenta tanto la parte externa como interna de la microempresa, donde conocer el entorno de la microempresa, implica conocer también el medio interno de la misma, pues las fortalezas y debilidades, al igual que las oportunidades y amenazas deben ser analizadas con el fin de determinar las diferentes maneras de combinarlas a través de líneas de acción ofensivas y defensivas, que me permitan seguir el camino correcto para fortalecer y consolidar las fortalezas, y aprovechar al máximo las oportunidades, y de esta manera transformar las debilidades en fortalezas y las amenazas en oportunidades, siendo esto posible si se toma en cuenta los adecuados recursos humanos, económicos y materiales.

ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS (ANÁLISIS FODA)

Cuadro Nº 140

| FACTORES EXTERNOS | | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|----------------------|--|--|--|
| FACTORES INTERNOS | | <ul style="list-style-type: none"> ✓ El 57,14% de los gerentes son nativos. ✓ Tienen buen nivel de educación. ✓ Existe una buena estabilidad laboral. ✓ El 71,43% de los gerentes se iniciaron con capital propio. ✓ Las microempresas tienen bien definido la misión, visión. ✓ El 57,14% llevan un registro de ventas diaria. ✓ La mayoría conoce el análisis FODA. ✓ Piden requisitos al momento de contratar personal. ✓ Tienen identificado a sus clientes potenciales. ✓ Consideran que si existen diferencias de productos con los competidores. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Han cumplido con los objetivos planteados. ✓ La mayoría no tiene conocimientos sobre planeación y organización empresarial. ✓ En la actualidad no cuentan con una estructura organizacional definida. ✓ La innovación de la maquinaria no es de forma paulatina sino de manera irregular. |
| OPORTUNIDADES | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Todos tienen objetivos planteados. ✓ Se les hace fácil acceder a préstamos bancarios. ✓ Han recibido cursos de capacitación. ✓ Compran su materia prima en la localidad. ✓ Adquieren la materia prima mediante créditos. ✓ Adquieren la materia prima a crédito. ✓ Cuentan con trabajadores suficientes. ✓ Capacitan de forma anual a sus trabajadores. ✓ Adquieren la materia prima alpequeño productor. ✓ Buena atención al cliente y productos de calidad. ✓ Están conformes con los servicios de los provee. ✓ Existe mano de obra calificada para la producción. | <p>ESTRATEGIA FO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proponer la “Misión y Visión” para las microempresas de producción y enseñarlos a los empleados y realizar campaña publicitaria radial y por medio de hojas volantes. | <p>ESTRATEGIA DO</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mejorar la eficiencia del personal que trabaja en las microempresas, mediante capacitaciones en temas referentes a; ventas y atención al cliente. |
| AMENAZAS | <ul style="list-style-type: none"> ✓ La mayoría no cuentan con tecnología de punta. ✓ Mejoren los proveedores el descuento y materia prima no este caducada. ✓ Los productos similares que existen en el medio son una amenaza y afectan al desarrollo. ✓ Les afecta el ambiente social, legal. | <p>ESTRATEGIA FA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar un formato de promoción para las microempresas de producción Artesanales de la ciudad de Catacocha(organigramas y manuales administrativos) y difundirlos entre los empleados | <p>ESTRATEGIA DA</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar un modelo organizacional (Organigrama) y “Manual de Funciones” para el personal de las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar. |

FUENTE: Matriz FODA.

ELABORACIÓN: El Autor.

11.1. INTERPRETACIÓN:

Una vez que se realizó la matriz **FODA** de las microempresas Artesanales además de la matriz de ponderación y valoración se llevó a cabo la matriz de alto impacto para las microempresas es decir las combinaciones o estrategias derivadas de la matriz **FODA**.

- Primero se realizó la estrategia **FO** que trata de maximizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades que brinda el entorno de la microempresa, por lo que se ha diseñado la siguiente estrategia; proponer la “Misión y Visión” para las microempresas de producción y enseñarlos a los empleados y realizar campaña publicitaria radial y por medio de hojas volantes.
- La estrategia **FA** que se trata de disminuir el impacto de las amenazas que se encuentra en el entorno en el que está la microempresa, valiéndose de las fortalezas que son algo interno de la misma, es; Mejorar la eficiencia del personal que trabaja en las microempresas, mediante capacitaciones en temas referentes a; ventas y atención al cliente.
- La estrategia **DO**, se la ha realizado encaminada a la disminución de las debilidades, y al aprovechamiento de las oportunidades y se trata de, Adecuar los productos por tamaño, precio e importancia según las necesidades del cliente.
- Finalmente se planteó la estrategia **DA** que trata de disminuir las debilidades y equilibrar las amenazas, Diseñar un modelo organizacional (Organigrama) y “Manuales de Funciones” para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo.

12. PROPUESTA DE PLANIFICACION PARA LAS MICROEMPRESAS ARTESANALES.

ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA PARA LAS “ARTESANALES”

La existencia de un Plan estratégico dentro de una microempresa es muy importante en muchos aspectos, como en la toma de decisiones, la motivación de los empleados, el conocimiento de la meta a la que se quiere llegar y por lo que se está trabajando, a que van encaminadas cada una de las tareas que se realizan. Es por esto que requiere de ser aplicada continuamente en las microempresas, porque permite reducir riesgos y hace más fácil tomar las decisiones necesarias anticipadamente para enfrentar los problemas que puedan surgir en el futuro.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS.

- **Objetivo Uno:** Proponer la “Misión y Visión” para las microempresas de producción y enseñarlos a los empleados y realizar campaña publicitaria radial y por medio de hojas volantes.
- **Objetivo Dos:** Mejorar la eficiencia del personal que trabaja en las microempresas, mediante capacitaciones en temas referentes a; ventas y atención al cliente.
- **Objetivo Tres:** Diseñar un formato de promoción para las microempresas de producción Artesanales de la ciudad de Catacocha y difundirlos entre los empleados.
- **Objetivo Cuatro:** Diseñar un modelo organizacional (Organigrama) y “Manuales de Funciones” para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo.

DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS PARA LAS ARTESANALES.

➤ OBJETIVO UNO.

Proponer la “Misión y Visión” para las microempresas de producción y enseñarlas a los empleados y realizar campaña publicitaria radial y por medio de hojas volantes.

MISIÓN.

La misión de las microempresas “Artesanales” está enfocada a informar que necesidades satisfacen y que productos ofrecen las mismas.

**CUADRO Nº 141
MATRIZ PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA MISIÓN**

| Que somos como organización | Su base o fundamento político-filosófico | El propósito o finalidad mayor | Área o campo de acción | Grupos sociales o usuarios de productos-servicios |
|--|--|---|-------------------------------|--|
| ❖ Son microempresas productoras y comercializadoras de artesanías. | ❖ Microempresas creadas para satisfacer las necesidades del cliente. | ❖ Ofrecer un producto y servicio de calidad para el cliente con precios muy cómodos en relación a la competencia. | ❖ Cantón Catacocha | ❖ Clientes en general. |

MISIÓN PARA LAS MICROEMPRESAS “ARTESANALES”

“Las microempresas **ARTESANALES** productoras y comercializadoras de Artesanías, creadas para ofrecer a la ciudadanía de Catacocha productos de calidad y precios competitivos con personal capacitado que logre atender los requerimientos de cada uno de los clientes de manera personalizada”

VISIÓN.

Permite a las microempresas Artesanales, desarrollarse y proyectarse con bases concretas hacia el futuro.

CUADRO Nº 142
MATRIZ PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA VISÓN.

| Que somos como organización | Su base o fundamento político-filosófico | El propósito o finalidad mayor | Área o campo de acción | Grupos sociales o usuarios de productos-servicios |
|--|--|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">❖ Las microempresas artesanales productoras y comercializadoras de Artesanías.❖ Ser microempresas altamente competitivas y reconocidas dentro del mercado local y regional, logrando ser productoras y comercializadoras exclusiva de Artesanías para el año 2015 | <ul style="list-style-type: none">❖ Satisfacer la necesidad de adquisición de productos de buena calidad garantizado y a precios muy económicos. | <ul style="list-style-type: none">❖ Clientes que necesitan de la compra de Artesanías. | <ul style="list-style-type: none">❖ Productora y comercializadora de Artesanías. | <ul style="list-style-type: none">❖ Dependiendo del producto que tenga alguna promoción o descuento fijado por las microempresas. |

VISIÓN PARA LAS MICROEMPRESAS “ARTESANALES”

“Las microempresas Artesanales son productoras y comercializadoras de Artesanías. Ser una microempresa altamente competitiva y reconocida dentro del mercado local y regional, logrando ser productoras y comercializadoras exclusiva de Artesanías para el año 2015”

ESTRATEGIAS.

- ✓ Realizar publicidad en los medios de comunicación radial.
- ✓ Diseñar hojas volantes donde se especifique claramente los productos y sus características, además de los precios con los que cuenta las microempresas.

POLÍTICAS.

- ✓ Controlar la eficiencia de la publicidad que se realice en el actuar.
- ✓ Detectar el efecto que produce el tener hojas volantes que haga referencias a cada uno de los productos que ofrecen las microempresas.
- ✓ Realizar un sondeo anualmente para conocer el posicionamiento de las microempresas.

TÁCTICA.

- ✓ Se realizará publicidad enfatizada, a los productos y características, sin olvidar la ubicación de las microempresas, por la emisora de más sintonía en el Cantón esta es Ondas de Paltas. Para lo que se programará cuñas publicitarias en el noticiero de la tarde. Durante los primeros tres meses del año.
- ✓ Realizar hojas volantes de los productos que ofrecen las microempresas, donde especifiquen las características de los productos, precios con los que cuentan las microempresas.

ACTIVIDADES.

- ✓ Convenio con la radio Ondas de Paltas.
- ✓ Buscar la imprenta que de precios económicos para las hojas volantes.

RESPONSABLES.

- ✚ Gerentes de las microempresas Artesanales.

**CUADRO Nº 143
PRESUPUESTO OBJETIVO UNO**

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|--|-----------------|--------------|--------------------|
| Convenio con la Ondas de Paltas | 3 | \$200 | 600.00 |
| Buscar la imprenta que ofrezca mejores garantías y precios económicos para la impresión de las hojas volantes. | 1500 | 0.30 | 450.00 |
| Total | | | 1050.00 |

Fuente: Radio Ondas de Paltas.

Elaboración: El Autor.

RESULTADOS ESPERADOS.

- ✓ Aumentar la cartera de clientes.
- ✓ Incrementar los ingresos de las microempresas.
- ✓ Dar a conocer los productos que ofertan las microempresas.

CUADRO Nº 144

| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|---|---|---|--|--|
| ❖ Utilizar una buena publicidad, en nuestros productos con el fin de proteger a las microempresas de la competencia y de la existencia de locales comerciales informales. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar publicidad en los medios de comunicación radial. ❖ Diseñar hojas volantes donde se especifique claramente los productos y sus características, además de los precios con los que cuenta las microempresas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Controlar la eficiencia de la publicidad que se realice en el actuar de los clientes. ❖ Detectar el efecto que produce el tener hojas volantes. ❖ Realizar un sondeo anual para conocer el posicionamiento de las microempresas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Se realizará publicidad enfatizada, a los productos y características de los mismos, sin por la emisora de más sintonía en el Cantón esta es Ondas de Paltas. Durante los primeros tres meses del año. ❖ Realizar hojas volantes de los productos que ofrecen las microempresas | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Convenio con la radio Ondas de Paltas. ❖ Buscar la imprenta que ofrezca mejores garantías y precios económicos para la impresión de las hojas volantes. |
| Responsable | Gastos totales | Resultados esperados | | |
| ❖ Gerente de microempresa ARTESANALES | \$1050.00 | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Incrementar los ingresos de las microempresas. ❖ Aumentar la cartera de clientes. ❖ Dar a conocer los productos que ofertan las microempresas. | | |

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: E Autor.

PUBLICIDAD RADIAL PARA LAS MICROEMPRESAS “ARTESANALES”

Las Microempresas “Artesanales” ponen a su disposición un stock de productos en Bisutería Artesanal como:

- ✓ Manillas.
- ✓ Sombreros.
- ✓ Collares.
- ✓ Aretes.
- ✓ Cinturones.
- ✓ Cerámicas.

Con descuentos que no podrás resistir, donde la atención al cliente y los precios bajos son nuestro principal objetivo no lo piense más y visítanos en nuestros amplios locales ubicado en la ciudad de Catacocha.

HOJAS VOLANTES.

Las Microempresas “Artesanales” ponen a su disposición un stock de productos en Bisutería Artesanal como: Manillas, Sombreros, Collares, Aretes, Cinturones, Cerámicas: con descuentos que no podrás resistir, donde la atención al cliente y los precios bajos son nuestro principal objetivo, no lo pienses más y visítanos en nuestros amplios locales ubicado en la ciudad de Catacocha.

➤ **OBJETIVO DOS:**

Mejorar la eficiencia del personal que trabaja en las microempresas, mediante capacitaciones en temas referentes a; ventas y atención al cliente.

ESTRATEGIAS.

- ✓ Determinar la necesidad de capacitación.
- ✓ Escribir una propuesta para solicitar fondos para capacitación del personal.
- ✓ Hacer seguimiento cuando termine el programa de capacitación.

POLÍTICAS.

- ✓ Controlar la eficiencia de la capacitación en los empleados de las microempresas.

ARTESANALES.

- ✓ Dar a conocer a los empleados de los beneficios que trae consigo una capacitación constante.
- ✓ Realizar un sondeo anualmente para conocer en qué puntos se encuentra fallando el personal y programar temas de capacitación referentes a estos.

TÁCTICA.

- ✓ Los cursos de capacitación se llevarán a cabo los días viernes a partir de las 17:45, con la finalidad de no irrumpir el horario de trabajo.
- ✓ Las microempresas Artesanales realizará las gestiones necesarias para traer conferencistas nacionales reconocidos por su efectividad en el programa de capacitación.
- ✓ Se hará la entrega respectiva de trípticos, donde se indique la programación planificada.
- ✓ Entregará del material didáctico adecuado para el personal de la microempresa.

ACTIVIDADES.

- ✓ Determinar la necesidad de capacitación.
- ✓ Establecer los requerimientos de la capacitación.
- ✓ Preparar un programa de capacitación;
- ✓ Hacer seguimiento cuando termine el programa de capacitación.
- ✓ Respetar el cronograma para que no existan ningún tipo de errores y se aproveche al máximo la capacitación.

RESPONSABLES.

- ✚ Gerentes de las microempresas Artesanales.

**CUADRO Nº 145
PRESUPUESTO OBJETIVO DOS.**

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|---|-----------------|--------------|--------------------|
| Los cursos de capacitación se llevaran a cabo los días viernes en la tarde. | 4 | 100.00 | 400.00 |
| Refrigerios empleados | 50 | 2.00 | 100.00 |
| Transporte | 4 | 50.00 | 200.00 |
| Alimentación conferencistas | 4 | 30.00 | 120.00 |
| Material audiovisual | 4 | 30.00 | 120.00 |
| Material impreso | 50 | 5.00 | 250.00 |
| Hospedaje conferencista nacional | 2 | 25.00 | 50.00 |
| Viáticos para conferencistas | 2 | 20.00 | 40.00 |
| Total | | | 1.280.00 |

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor

RESULTADOS ESPERADOS.

- ✓ Que el personal de las microempresas obtenga los conocimientos necesarios para desempeñarse de una mejor manera.
- ✓ Lograr que los temas que se expongan en los seminarios llenen las expectativas de los trabajadores.

CUADRO Nº 146

| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|--|--|---|--|---|
| ❖ Mejorar la eficiencia del personal que trabaja en las microempresas mediante capacitación en temas referentes a; ventas atención al cliente. 2525.00 | ❖ Determinar la necesidad de capacitación ❖ Escribir una propuesta para solicitar fondos para capacitación del personal. ❖ Hacer seguimiento cuando termine el programa de capacitación. | ❖ Controlar la eficiencia de la capacitación en los empleados. ❖ Dar a conocer a los empleados de los beneficios que trae consigo una capacitación. ❖ Realizar un sondeo anualmente para conocer en qué puntos se encuentra fallando el personal y programar temas de capacitación. | ❖ Los cursos de capacitación se llevarán a cabo los días viernes en la tarde, con la finalidad de no irrumpir el horario de trabajo. ❖ Las microemp. ARTESANALES realizará las gestiones necesarias para traer conferencias nacionales reconocidos. ❖ Se hará la entrega respectiva de trípticos, donde se indique la programación planificada. | ❖ Los cursos de capacitación se llevaran a cabo los días miércoles en la tarde, con la finalidad de no irrumpir el horario de trabajo. ❖ Respetar el cronograma para que no existan ningún tipo de errores y se aproveche al máximo la capacitación. |
| Responsable | Gastos totales | Resultados esperados | | |
| ❖ Gerente de la microempresa ARTESANALES | 1280,00 USD | ❖ Que el personal de las microempresas obtengan los conocimientos necesarios para desempeñarse de una mejor manera. ❖ Lograr que los temas que se expongan en los seminarios llenen las expectativas de los trabajadores. ❖ Mejorar la eficiencia y eficacia en las labores cotidianas que realiza el personal dentro de las microempresas. | | |

Fuente: Investigación Directa.
 Elaboración: El Autor.

➤ OBJETIVO TRES.

Diseñar un formato de promoción para las microempresas de producción Artesanales de la ciudad de Catacocha y difundirlos entre los empleados.

ESTRATEGIAS.

- ✓ Clasificar los productos de acuerdo a las ventas obtenidas.
- ✓ Promover en las microempresas la importancia de las promociones.

POLÍTICAS.

- ✓ Que los empleados de las microempresas hagan uso de las promociones.
- ✓ Que los empleados de las microempresas se aprendan todas las promociones.

TÁCTICA.

- ✓ Difundir las promociones a los empleados de la microempresa “Artesanales”
- ✓ Programar una reunión para socializar el manual de funciones vigente.

ACTIVIDADES.

- ✓ Identificar los productos que no tienen salida al público en general.
- ✓ Lograr fortalecer las ventas de todos los productos.

RESPONSABLES.

- ✚ Gerentes de las microempresas Artesanales.

**CUADRO Nº 147
PRESUPUESTO OBJETIVO TRES.**

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|---|-----------------|--------------|--------------------|
| ✓ Identificar los productos que no tienen salida al público en general. | 1 | 15.00 | 15.00 |
| ✓ Lograr fortalecer las ventas de todos los productos. | 1 | 10.00 | 10.00 |
| Total | | | 25.00 |

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

RESULTADOS ESPERADOS.

- ✓ Incrementar las ventas.
- ✓ Incentivar a cada uno de los trabajadores a realizar bien las cosas.

CUADRO Nº 148

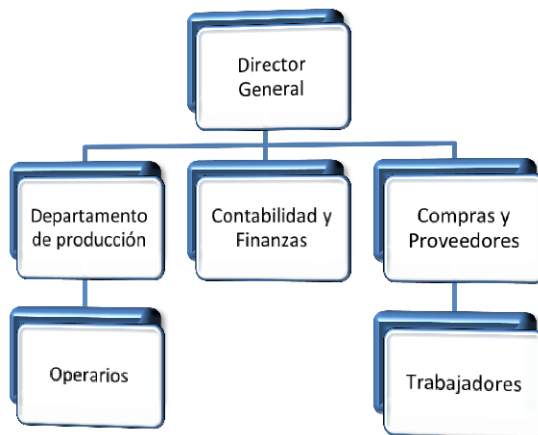
| Objetivo | Estrategia | Políticas | Tácticas | Actividades |
|---|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Diseñar un formato de promoción para las microempresas de producción Artesanales de la ciudad de Catacocha y difundirlos entre los empleados. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Clasificar los productos de acuerdo a las ventas obtenidas. ❖ Promover en las microempresas la importancia de las promociones. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Que los empleados de las microempresas se aprendan todas las promociones. ❖ Que los empleados de las microempresas hagan uso de las promociones. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Difundir las promociones a los empleados de la microempresa "Artesanales" ❖ Programar una reunión para socializar el manual de funciones vigente | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Lograr fortalecer las ventas de todos los productos. ❖ Identificar los productos que no tienen salida al público en general. |
| Responsable | Gastos totales | Resultados esperados | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Gerente de la microempresa ARTESANALES | 25,00 USD | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Incrementar las ventas. ❖ Incentivar a cada uno de los trabajadores a realizar bien las cosas. | | |

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: El Autor.

➤ OBJETIVO CUATRO:

Diseñar un modelo organizacional (Organigrama) y "Manuales de Funciones" para el personal que trabajan en las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO PARA LAS MICROEMPRESA ARTESANALES



ESTRATEGIAS.

- ✓ Elaborar un manual de funciones, especificando las actividades que realiza cada uno de los empleados de las microempresas.
- ✓ Promover en las microempresas la importancia de implementar un manual de funciones.
- ✓ Hacer entrega del manual de funciones.
- ✓ Socializar para explicar el manual de funciones previamente elaborado.

POLÍTICAS.

- ✓ Que los empleados de las microempresas hagan uso del manual de funciones.
- ✓ Que al momento de socializar el manual de funciones se encuentren presentes todos los empleados.

TÁCTICA.

- ✓ Recopilar la información necesaria para la realización y aplicación de un manual de funciones.
- ✓ Difundir el manual de funciones a los empleados de las microempresas “Artesanales”
- ✓ Programar una reunión para socializar el manual de funciones vigente.

ACTIVIDADES.

- ✓ Investigar sobre las funciones que desempeña cada uno de los empleados dentro de las microempresas.
- ✓ Contactar con una imprenta para la impresión de los manuales.
- ✓ Buscar el local adecuado para la socialización.

RESPONSABLES.

- ✚ Gerentes de las microempresas Artesanales.

CUADRO Nº 149
PRESUPUESTO OBJETIVO CUATRO.

| Actividad | Cantidad | Valor | Valor Total |
|--|----------|-------|---------------|
| Investigar sobre las funciones que desempeña cada uno de los empleados dentro de las microempresas | 4 | 25.00 | 100.00 |
| Contactar con una imprenta para la impresión de los manuales | 3 | 3.00 | 9.00 |
| Buscar el local adecuado para la socialización | 1 | 60.00 | 60.00 |
| Total | | | 169.00 |

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

RESULTADOS ESPERADOS.

- ✓ Lograr que los empleados trabajen con mayor eficiencia.
- ✓ Que no existan los cuellos de botella, que impidan el buen desempeño.
- ✓ Conseguir que los empleados tengan correctamente distribuido el trabajo.

CUADRO Nº 150

| Objetivo | Estrategias | Políticas | Tácticas | Actividades |
|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar manuales de funciones para los empleados de las microempresas, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo. 158.0 USD | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Elaborar un manual de funciones especificando las actividades que realiza cada uno de los empleados. ❖ Promover en las microempresas la importancia de implementar un manual ❖ Hacer entrega del manual de funciones. ❖ Hacer una socialización para explicar el manual de funciones. | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Que los empleados de las microempresas hagan uso del manual de funciones. ❖ Que al momento de socializar el manual de funciones se encuentren presentes todos los empleados | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Recopilar la información necesaria para la realización y aplicación de un manual de funciones. ❖ Difundir el manual de funciones a los empleados de las microempresas "ARTESANALES" | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Investigar sobre las funciones que desempeña cada uno de los empleados dentro de las microempresas. ❖ Contactar con una imprenta para la impresión de los manuales ❖ Buscar el local adecuado para la socialización. |
| Responsable | Gastos Totales | Resultados Esperados | | |
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Gerente de la microempresa ARTESANALES | 169,00 USD | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Que los empleados trabajen con mayor eficiencia. ❖ Que no existan los denominados cuellos de botella, que impidan el buen desempeño de las microempresas. ❖ Conseguir que los empleados estén correctamente distribuidos. | | |

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

FUNCIONES POR DEPARTAMENTOS.

UNIDAD GERENCIAL.

- ✓ Revisará todos los proyectos y aprobará su ejecución o disolución.
- ✓ Determinará las políticas y objetivos que regirá el funcionamiento de las microempresas “Artesanales”

DEPARTAMENTO DE VENTAS.

- ✓ Buscará los medios necesarios para la comercialización de los productos que ofrecen las microempresas.
- ✓ Innovará constantemente las estrategias de comercialización.

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.

- ✓ Revisará todos los movimientos contables
- ✓ Presentará a la gerencia los estados financieros mensuales.

FUNCIONES INDIVIDUALES.

GERENTE GENERAL.

- ❖ **CODIGO: 001.**
- ❖ **TITULO DE CARGO:** Gerentes.
- ❖ **SUBORDINADOS:** Toda la organización.
- ❖ **NIVEL JERÁRQUICO:** Es el responsable de la dirección y la toma de decisiones de la microempresa “Artesanales”
- ❖ **NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planeación, organización, dirección y el control de todas las actividades, funciones o tareas, responsables de lograr las metas y objetivos propuestos y garantizar el buen funcionamiento de las microempresas al igual que su rentabilidad y competitividad.

FUNCIONES.

- ✓ Custodiar la buena imagen de las microempresas “Artesanales”,ejerciendo como portavoz cuando así se requiera.
- ✓ Establecer las líneas estratégicas de las Organizaciones.

- ✓ Ser responsable de cada una de las decisiones tomadas
- ✓ Desarrollar el esquema organizativo básico: organigramas, funciones, manuales de organización.
- ✓ Fijar los objetivos globales.
- ✓ Cuidar del mantenimiento y disponibilidad de sus recursos, procurando su óptimo aprovechamiento.
- ✓ Buscar, seleccionar y negociar colaboraciones externas (asesorías, agencias, especialistas), que contribuyan a incrementar la eficacia de la organización.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE.

- ✓ Responsables.
- ✓ Creativos.
- ✓ Participativos.

SECRETARIA.

- ❖ **CODIGO: 002**
- ❖ **TITULO DE CARGO:** Secretaria.
- ❖ **DEPENDENCIA DIRECTA:** Gerentes
- ❖ **SUBORDINADOS:** Departamento de producción, departamento de comercialización
- ❖ **NIVEL JERÁRQUICO:** Es la responsable de organizar los documentos de la gerencia, llevar la contabilidad de las microempresas y de atender al público en general.
- ❖ **NATURALEZA DE TRABAJO:** Programar, preparar reuniones, organizar documentos y más actividades que realicen las microempresas.

FUNCIONES.

- ✓ Se encarga de digitar en el sistema informático los datos de los clientes.
- ✓ Realiza cotizaciones concretas, citas y ordenamiento de documentos.
- ✓ Elabora solicitudes, oficios, comunicaciones y cualquier documento que se requiera.
- ✓ Llevar la contabilidad de las microempresas con eficiencia.

- ✓ Contestar llamadas y atender clientes con educación.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE.

- ✓ Ser Amable.
- ✓ De confianza.
- ✓ Ser responsable.

ASESOR LEGAL.

- ❖ **CODIGO: 003.**
- ❖ **TITULO DE CARGO:** Asesor Legal.
- ❖ **DEPENDENCIA DIRECTA:** Gerentes.
- ❖ **SUBORDINADOS:** Departamento de producción, departamento de comercialización.
- ❖ **NIVEL JERÁRQUICO:** Asesora y resuelve conflictos legales.
- ❖ **NATURALEZA DE TRABAJO:** Asesorar, resolver y ejecutar las diferentes actividades legales que se deban hacer para el buen funcionamiento de las microempresas.

FUNCIONES.

- ✓ Asesorar a los gerentes sobre los términos legales en los que se debe basar para un buen funcionamiento de las microempresas.
- ✓ Resolver conflictos legales que se presenten a lo largo de la existencia de las microempresas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE.

- ✓ Ser confiable.
- ✓ Ser responsable.

VENDEDOR.

- ❖ **CODIGO: 004.**
- ❖ **TITULO DE CARGO:** Vendedor.
- ❖ **DEPENDENCIA DIRECTA:** Gerente, secretaria contadora.

- ❖ **SUBORDINADO:** Acatar órdenes de sus superiores.
- ❖ **NIVEL JERÁRQUICO:** Encargado de ofrecer al cliente los productos de las microempresas.
- ❖ **NATURALEZA DE TRABAJO:** Realizar día a día las actividades necesarias para la comercialización adecuada de los productos.

FUNCIONES.

- ✓ Brindar una excelente atención al cliente.
- ✓ Asesorar al cliente sobre el producto que este desee adquirir.
- ✓ Comercializar cada uno de los productos que ofrecen las microempresas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE.

- ✓ Actitud para el trabajo.
- ✓ Responsable.
- ✓ Altamente capacitado.
- ✓ Honradez.
- ✓ Disciplina.

CUADRO N° 151 PRESUPUESTO GENERAL PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE LA MICROEMPRESA “ARTESANALES”

| OBJETIVOS | MONTO |
|---|------------------|
| Utilizar una buena publicidad, en nuestros productos con el fin de proteger a las microempresas de la competencia y de la existencia de locales comerciales informales | 1.050.00 |
| Mejorar la eficiencia del personal que trabaja en la microempresa, mediante capacitaciones en temas referentes a; ventas, atención al cliente. | 1.280.00 |
| Diseñar un modelo organizacional para la microempresa (organigramas) así como proponer la organización administrativa, misión, visión y objetivos organizacionales y difundirlos entre los empleados. | 25.00 |
| Realizar manuales de funciones para los empleados de la empresa, con el fin de que tengan un enfoque claro de lo que desean alcanzar y lo que tienen que hacer para lograrlo. | 169.00 |
| TOTAL | 2.524.00. |

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: El Autor.

Conclusiones

h. Conclusiones

Después de haber desarrollado todo el proceso investigativo del presente proyecto de tesis, a través de aspectos importantes me permitieron llegar a formular lo siguiente.

- La canasta básica familiar es de \$ 519,90 y la canasta familiar vital es de \$ 367,07 se puede concluir que en la ciudad de Catacocha no existe en la actualidad trabajos que alcancen estas cantidades estimadas, las cuales puedan cubrir la canasta familiar o la vital. El capital con el que cuentan las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) no es el suficiente para el funcionamiento puesto que tienen una participación limitada en el desarrollo de la misma, se puede decir que los salarios que generan las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha no son los acordados a lo establecido por la ley de \$ 265,00 lo cual esto dificulta el rendimiento laboral en las empresas objeto estudio.
- Las remesas son de \$ 300,00 por persona aproximadamente los cuales son enviadas por los oriundos de la Ciudad de Catacocha, se puede decir que esto ayuda a mejorar el poder adquisitivo de la ciudadanía por ende esto ayuda a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) a mantener un ritmo de compra constante.
- La tasa de interés activa que se genera en las entidades bancarias de la ciudad de Catacocha facilita a las microempresas (Panificadoras y Artesanales) a la obtención de créditos para mejorar la producción, remunerar adecuadamente a los trabajadores, adecuar de mejor manera las instalaciones de producción y ventas y generar la publicidad adecuada para las microempresas objeto de estudio.
- Los barrios existentes en la ciudad de Catacocha se encuentran en la actualidad mejorando su presentación como: repavimentación de las calles, aceras y mejoramiento de parques, este mal estado de las vías de comunicación en la ciudad de Catacocha no le permite a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) poder expandir sus productos adecuadamente al consumidor final.

- La distribución de la población en la ciudad de Catacocha es de 2.448 hombres y 2.921 mujeres dando un total de 5.369, se puede decir que en la actualidad existen: 965 niños entre 5 a 12 años de edad, 3.214 son personas entre 13 a 22 años de edad y 1.190 de 23 años en adelante.
- El estado en el que se encuentra la infraestructura de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) ciudad de Catacocha es rudimentaria puesto que las mismas no le dan la importancia suficiente a la imagen de las microempresas esto repercute de manera negativa en los ingresos económicos.
- No existen en la Ciudad de Catacocha lugares que se encarguen de entregar la materia prima a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha con créditos a bajos costos.
- En el factor demográfico se puede decir que la población de la ciudad de Catacocha representa el 2,31% del total de la provincia de Loja, puedo concluir que esta decrece a un ritmo del -0,9% promedio anual y su población se caracteriza por ser joven esto afecta el rendimiento económico y laboral de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha.
- La población económicamente activa PEA que existe en la ciudad de Catacocha en las microempresas de producción es del 8% lo que significa que las (Panificadoras y Artesanales) deben mejorar e incrementar las unidades producidas para poder satisfacer las necesidades básicas de la población.
- La pobreza que existe en la ciudad de Catacocha es de 48,20% pobreza y 18,30% indigencia estos factores afectan a la economía de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) ya que esto limita el rendimiento y el funcionamiento de las mismas.
- La desnutrición que mantiene la ciudad de Catacocha es del 77,60% esto significa que no existe una buena alimentación en el sector, lo cual se puede concluir que por la poca alimentación que existe los trabajadores de las microempresas de producción

(Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha no rinden lo suficiente en sus labores cotidianas.

- La migración que se da en la ciudad de Catacocha es del 9,86% tanto interna como externa, esto afecta a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) por el motivo que se da la fuga de personas que tienen los conocimientos ya adquiridos estos toman nuevos rumbos por falta de apoyo de entidades gubernamentales y municipios encargados del desarrollo local esto repercutiendo de forma directa en las microempresas puesto que estas deben de volver a capacitar a los nuevos trabajadores afectando los ingresos económicos de las mismas.
- El desempleo y subempleo en la ciudad de Catacocha es del 34,54% lo cual se ve reflejado en el rendimiento productivo y laboral de las microempresas objeto de estudio.
- El bajos niveles de educación de los trabajadores disminuye el rendimiento laboral y económico, en las microempresas (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha ya que no cuentan con los conocimientos básicos de atención al cliente.
- Los proveedores se encuentran cerca de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha pero la mercadería que expanden no es de buena calidad ni posee el peso justo.
- La imagen de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha que proyectan hacia la clientela no es buena, por lo que los gerentes no realizan la publicidad necesaria para poder incrementar los ingresos económicos de las mismas.
- La falta de planes de inversión de producción para las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha por parte de entidades gubernamentales provoca en la actualidad que las microempresas no cuenten con un Plan Estratégico que les permitan obtener mejoras económicas, de forma que los usuarios o clientes sean atendidos con eficiencia y eficacia.

- La falta de conocimientos teóricos por parte de los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la Ciudad de Catacocha provoca pérdidas económicas en las mismas por no tomar en cuenta para su desarrollo la Misión y Visión esto no les permiten expandir el accionar institucional en todas las ramas que deseen incursionar.
- Los pocos conocimientos teóricos por parte de los Gerentes acerca del Modelo Organizacional Estructural provoca en las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha un escaso rendimiento operativo y una baja producción.
- La falta de Institutos Superiores que se encarguen de dar los conocimientos necesarios provocan en las Microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha, no poder utilizar de una manera adecuada los Manual de Funciones generando pérdidas económicas e inestabilidad laboral para las entidades puestas en estudio.
- En las Microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha no cuentan con Objetivos Estratégicos para mejorar el accionar diario tanto en lo económico como en lo laboral.
- La poca e ineficiente tecnología con la que cuentan las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha no es la adecuada puesto que no cuentan con los recursos económicos necesarios para la adquisición de bienes.
- Las herramientas que utilizan las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha no prestan la seguridad adecuada para la manipulación y confección de los diferentes productos que se realizan en las microempresas objeto de estudio.

Recomendaciones

i. Recomendaciones

Al término del presente trabajo de investigación creo que es prudente realizar las siguientes Recomendaciones:

- Se recomienda a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha remunerar a sus trabajadores mediante lo establecido en la ley para que estos puedan mejorar el rendimiento laboral y mejoren los ingresos económicos de las microempresas.
- Que los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha, inviertan en el mejoramiento de las instalaciones para crear un buen ambiente laboral e incentivar las ventas en la ciudadanía en general.
- Que los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha, obtengan créditos bancarios, puesto que la tasa de interés existente en entidades de la ciudad de Catacocha es del 9,24% teniendo una disminución del 0,22% lo cual facilita a las microempresas objeto de estudio tener la facilidad para mejorar las instalaciones, remunerar adecuadamente y mejorar los ingresos económicos y se desarrollen con eficiencia y eficacia, utilizando y optimizando todos los recursos que poseen para beneficio personal y colectivo.
- Se recomienda a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha solicitar a entidades gubernamentales y locales se agilicen las obras de repavimentación de calles, aceras y parques por el motivo que se encuentra perjudica en el rendimiento de las mismas.
- Se recomienda a los gerentes de las microempresas (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha tomen en consideración las edades de la población para la elaboración de los productos lo cual esto sea un estímulo para el consumidor final y mejore los ingresos económicos de las microempresas objeto de estudio.

- Que los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha inviertan el dinero suficiente para cambiar la presentación de cada uno de los departamentos que las microempresas requieran mejorar ante el consumidor final lo cual dé como resultado mejorar el rendimiento económico y laboral.
- Se recomienda que las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha se agremien para que la materia prima que requieran tengan los precios adecuados y peso justo y estos cumplan las normas básicas de calidad.
- Las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha tienen que implementar promociones respectivamente para hacer que el producto sea más atractivo para el consumidor final por lo cual mejorara el rendimiento económico y laboral, puesto que la mayoría de la población es joven por lo que debe hacerse una presentación acorde a ellos.
- Se recomienda a las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha consideren a la población económicamente activa al momento de la elaboración del producto puesto que ellos son los clientes potenciales y se los debe considerar en la producción por parte de las microempresas objeto de estudio.
- Las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha deben tomar en consideración los factores de pobreza e indigencia al momento de poner el precio de venta al público, los mismos que se encuentran afectando al Cantón en general lo cual repercute de manera negativa en el rendimiento de las microempresas objeto de estudio.
- Los gerente de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha deben de brindar bonos adicionales al sueldo básico existente para evitar que los trabajadores bajen el nivel de producción lo cual sea perjudicial para las mismas.

- Se recomienda a los gerentes para evitar más migración interna como externa en las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha dar los días que son por ley de descanso los sábados y domingos y días festivos lo cual disminuirá la fuga de personas que ya tienen los conocimientos ya adquiridos lo cual dará estabilidad a las microempresas objeto de estudio estabilidad económica y laboral.
- Los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha deben considerar los índices desempleo y subempleo que se encuentran atravesando en la actualidad, lo cual repercute de manera directa en el rendimiento laboral y económico.
- Se recomienda a los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad que implementen Programas de Capacitación constante, lo cual les permita mejoraren sus actividades en el área ejecutivo y operativo.
- Los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha deben exigir a los proveedores que mejoren la calidad del producto y entreguen el peso justo por la compra adquirida.
- Se recomienda a los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha realizar la publicidad constante siendo esta necesaria para cambiar la imagen que estas proyectan hacia la clientela por lo cual se incrementaran los ingresos económicos de las mismas
- Que las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la Ciudad de Catacocha acojan la Propuesta Realizada para el mejoramiento de las mismas; lo cual deben invertir los recursos necesarios, partiendo por el económico, material y complementados con el esfuerzo humano.
- Se debe dar por escrito la Misión y Visión para las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha como valores y demás parámetros funcionales, esto ayudara a sus trabajadores a tener ideas claras de qué quiere ser y a dónde quiere llegar en la microempresa que se encuentra laborando.

- Se debe acoger el Modelo Organizacional Estructural que se creó para mejorar el rendimiento laboral y aumentar la producción generándose beneficios económicos para las microempresas.
- Que las microempresas de producción (Panificadoras y artesanales) de la ciudad de Catacocha, pongan en práctica el Manual de Funciones que se realizó con el fin de mejorar el rendimiento de los empleados siendo beneficioso para el objeto de estudio.
- Se recomienda que las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) pongan en práctica el Formato Publicitario lo cual le permitirá darse a conocer mejor ante el consumidor final y consideren los Objetivos Estratégicos propuestos para aumentar la producción económica y rendimiento laboral.
- Se recomienda a los gerentes de las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha hacer uso de los créditos bancarios para poder mejorar la maquinaria que se encuentran utilizando en la actualidad, lo cual será beneficioso para cambiar la calidad e incrementar las unidades de producción en las microempresas objeto de estudio.
- Las microempresas de producción (Panificadoras y Artesanales) de la ciudad de Catacocha deben realizar un convenio con entidades que vendan las herramientas que necesiten, buscando obtener descuentos por la adquisición constante de las mismas, las microempresas deben obtener las herramientas necesarias para que los trabajadores manipulen y confeccionen los productos que son realizados en las microempresas objeto de estudio.

Bibliografía

j. Bibliografía

- ❖ Folletos de la Cámara de Comercio de Loja.
- ❖ <http://www.hcpl.gov.ec>.
- ❖ Plan de desarrollo territorial del cantón Paltas. 2005-2020.
- ❖ www.monografias.com/foda/foda.
- ❖ Introducción a la microeconomía, Sloman John, 1998.
- ❖ Principal: Marketing en el Siglo XXI. 3ª EdiciónCAPÍTULO 2. Marketing estratégico.
- ❖ Ackoff, Russell. (2002) El paradigma de Ackoff.
- ❖ Juan, S. (2004) Sistema de administración integral para la E.B.R.C.E.B. en el D.F.
- ❖ Ecuador y su realidad. edición 2007-2008.
- ❖ CHIAVENATO, Idalberto; "Introducción a la teoría General de las Administración".
- ❖ KOONTZ, Harold; WEIHRICH, Heinz; "Administración", novena edición, editorial McGraw Hill, México 1.990.

Anexos

k. Anexos

Anexo. 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

FORMATO DE ENCUESTAS PARA LOS GERENTES DE LOS (PANIFICADORES Y ARTESANALES.)

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja le solicito muy comedidamente se digne acontestar la siguiente encuesta, la misma que me permitirá obtener datos reales y éstos a su vez servirán para la realización de mi proyecto de tesis titulado “**IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACOCCHA**”, y poder brindar posibles soluciones.

1. ¿Es Ud. nativo de Catacocha?

Sí. () No. ()

2. ¿Cuál es su nivel de Educación?

Primaria. ()

Secundaria. ()

Superior. ()

3. ¿Qué título profesional Ud. posee?

.....

4. ¿Qué tiempo tiene su empresa en el mercado?

.....

5. ¿Qué tipo de financiamiento Utilizó Ud. al momento de crear su microempresa?

Propio. () Entidad financiera. ()

Otros.....

6. ¿Se le hace fácil de acceder a un préstamo bancario?

Sí. () No. ()

Porqué.....

7. ¿Cuáles son los objetivos de la microempresa?

.....

8. ¿La microempresa tiene definida la misión, visión; cuáles?

Misión.....

Visión.....

Objetivos.....

9. ¿Los objetivos planteados por la microempresa se han cumplido?

Sí. () No. ()

10. ¿Ud. lleva un registro de ventas?

Sí. () No. ()

➤ Si su respuesta es afirmativa indique con qué frecuencia lleva su registro:

Diaria. () Mensual. ()

Semanal. () Anual. ()

11. ¿Ud. tiene conocimientos sobre planeación y organización empresarial?

Planeación. Sí. () No. ()

Organización. Sí. () No. ()

12. ¿En la actualidad la microempresa cuenta con una estructura organizacional definida?

Sí. () No. ()

Porqué.....

13. ¿Cuál cree Ud. que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en su microempresa?

Fortalezas.....

Oportunidades.....

Debilidades.....

Amenazas.....

14. ¿Usted ha recibido cursos de capacitación?

Sí. () No. ()

En qué área:

15. ¿La materia prima la adquiere a nivel?

Local. ()

Regional. ()

Nacional. ()

Indique el Lugar.....

16. ¿De qué forma adquiere la materia prima?

Crédito. () Contado. ()

➤ **Si es a crédito mencione el plazo otorgado:**

Semanal. ()

Quince días. ()

Mensual. ()

Otros.....

17. ¿Cuenta su microempresa con tecnología de punta?

Sí. () No. ()

Porqué.....

18. ¿Cada qué tiempo innova su maquinaria?

.....

19. ¿Indique el número de empleados que trabajan en su microempresa?

.....

20. ¿Solicita algún requisito para contratar personal?

Sí. () No. ()

21. ¿Cuáles son los requisitos para contratar el personal de su microempresa?

Experiencia laboral. ()

Puntualidad. ()

Responsabilidad. ()

Otros.....

22. ¿Cada qué tiempo brinda capacitación a sus empleados?

Trimestral. ()

Semestral. ()

Anual. ()

No Capacita. ()

Otros.....

23. ¿Quiénes son sus proveedores?

Tiendas. ()

Comisariatos. ()

Pequeños Productores ()

Otros.....

24. ¿Qué beneficios les brinda?

.....

25. ¿Está conforme con los servicios que les ofrece los proveedores?

Sí. () No. ()

26. ¿Qué le gustaría que mejore en cuanto a los servicios de los proveedores?

.....

27. ¿Existen productos similares o iguales en el mercado local?

Sí. () No. ()

Cuáles.....

28. ¿La existencia de estos productos afectan a su microempresa?

Sí. () No. ()

Cómo.....

29. ¿Qué tipo de herramientas utiliza su microempresa para enfrentar a sus competidores?

.....

30. ¿Existe diferencia entre sus productos y los que ofrece la competencia?

Sí. () No. ()

31. ¿Tiene identificado a sus clientes potenciales?

Sí. () No. ()

32. ¿Existe en el medio, mano de obra calificada, en la rama de actividad que se dedica la microempresa?

Sí. () No. ()

No Conoce. ()

33. ¿Qué elementos del ambiente influye sobre el funcionamiento de la microempresa?

Social. () Político. ()

Legal. () Económico. ()

Cultural. () Tecnológico. ()

Demográfico. ()

Como Influye.....

34. ¿Qué proyectos le gustaría que impulse el Gobierno Central, Municipio o Consejo Provincial?

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo. 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA. CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. ENCUESTA A LOS EMPLEADOS.

Como egresado de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja le solicito muy comedidamente se digne a contestar la siguiente encuesta, la misma que me permitirá obtener datos reales y éstos a su vez servirán para la realización de mi proyecto de tesis titulado **“IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES ECONÓMICOS QUE INCIDEN EN LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL EN LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN (PANIFICADORAS Y ARTESANALES) DE LA CIUDAD DE CATACOCCHA”**, y poder brindar posibles soluciones.

1. ¿Es usted nativo de Catacocha?

Sí. ()

No. ()

2. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria. ()

Secundaria. ()

Superior. ()

3. ¿Qué título profesional Ud. posee?

.....

4. ¿Qué función cumple en su cargo?

.....

5. ¿Qué tiempo lleva desempeñándose en la microempresa?

.....

6. ¿Al momento de ser contratado (a) cumplió con todos los requisitos solicitados por la microempresa?

Sí. ()

No. ()

7. ¿La distribución física es adecuada para las funciones que Ud. realiza?

.....

8. ¿Recibe cursos de capacitación y adiestramiento?

Sí. () No. ()

9. ¿Con qué frecuencia recibe cursos de capacitación y adiestramiento?

.....

10. ¿Conoce la misión, visión, objetivos y políticas de la microempresa?

.....

11. ¿Según su criterio cuales son las?

Fortalezas.....

Oportunidades.....

Debilidades.....

Amenazas.....

12. ¿Tiene Ud. Conocimientos de planeación?

Sí. () No. ()

13. ¿Tiene Ud. Conocimientos de organización?

Sí. () No. ()

14. ¿Cuenta la microempresa con una estructura organizativa adecuada?

Sí. () No. ()

15. ¿Recibe algún tipo de incentivo por parte de la microempresa?

Sí. () No. ()

Cuáles.....

16. ¿El sueldo que usted percibe está acorde a sus necesidades?

Sí. () No. ()

17. ¿Qué actividades considera usted que se podría realizar para mejorar el rendimiento de la microempresa en la que se desenvuelve?

.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Índice

Índice

| | |
|--|------------|
| Caratula. | i |
| Certificación. | ii |
| Autoría. | iii |
| Agradecimiento. | iv |
| Dedicatoria. | v |
| | |
| a. Título. | 6 |
| b. Resumen. | 7 |
| ✓ Resumen en Castellano. | 7 |
| ✓ Resumen en Ingles. | 12 |
| c. Introducción. | 16 |
| d. Revisión de literatura. | 18 |
| 1. Reseña Histórica de la ciudad de Catacocha. | 18 |
| 1.1. Porque se llama Catacocha. | 18 |
| 1.2. Cultura. | 19 |
| 1.3. Artesanías. | 20 |
| 1.4. Ubicación Geográfica. | 20 |
| 1.5. Límites. | 20 |
| 1.6. Aspectos Culturales. | 20 |
| 2. Factor Económico. | 20 |
| 2.1. Que es el Factor Económico. | 21 |
| 2.2. Factores Productivos. | 21 |
| 3. Las 5 fuerzas de Michael Porter. | 22 |
| 3.1. Poder de Negociación de los Proveedores o Vendedores. | 22 |
| 3.2. Amenazas de Nuevos Entrantes. | 23 |
| 3.3. Amenazas de Productos Sustitutos. | 23 |
| 3.4. Rivalidad entre los Competidores. | 23 |
| 3.5. Análisis Competitivo. | 23 |
| 3.6. Análisis de las Fuerzas Competitivas de Porter. | 24 |
| 4. El Análisis FODA. | 24 |
| 4.1. Introducción al FODA. | 24 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2. Fortalezas y Debilidades. | 25 |
| 4.3. Oportunidades y Amenazas. | 25 |
| 5. Plan Estratégico | 25 |
| 5.1. Objetivo del Plan Estratégico. | 26 |
| 5.1.1. Plan Estratégico ¿Porque lo hacemos? | 26 |
| 5.1.2.Redactar el Plan Estratégico. | 26 |
| 6. Planeación. | 26 |
| 6.1. Introducción. | 26 |
| 6.1.1. Cuál es la Definición de Planeación. | 27 |
| 6.1.2. Cuál es la importancia de la Planeación. | 27 |
| 6.1.3. Objetivos. | 27 |
| 6.1.4. Estrategias. | 27 |
| 6.1.5. Políticas. | 28 |
| 7. Organización. | 28 |
| 7.1. Introducción. | 28 |
| 7.1.1. Concepto. | 28 |
| 7.1.2. Tipos de Organización. | 28 |
| 7.1.2.1. La Organización Formal. | 28 |
| 7.1.2.2. Organización Funcional. | 28 |
| 7.1.2.3. Organización por Producto/Mercadeo. | 28 |
| e. Materiales y Métodos. | 29 |
| 1. Materiales. | 29 |
| 2. Métodos. | 30 |
| 3. Técnicas. | 31 |
| f. Resultados | 34 |
| 1.1.Tabulación e interpretación de las encuestas a los 11 gerentes delas microempresas panificadoras de la ciudad de Catacocha. | 34 |
| 1.2.Tabulación e interpretación de las encuestas a los 7 gerentes de las microempresas artesanales de la ciudad de Catacocha. | 72 |
| 1.3.Tabulación e Interpretación de las encuestas a los empleados delas microempresas, Panificadoras y Artesanales de la ciudad de Catacocha. | 110 |

| | |
|---------------|-----|
| g. Discusión. | 127 |
|---------------|-----|

**IDENTIFICACION DE LOS FACTORES ECONOMICOS QUE INCIDEN EN EL
SECTOR EMPRESARIAL**

| | |
|---|-----|
| 1. CAPITAL. | |
| 1.1. Canasta Básica. | 127 |
| 1.2. Salarios. | 127 |
| 1.3. Remesas. | 127 |
| 1.4. Tasa de Interés Activa. | 127 |
| 1.5. Tasa de Interés Pasiva. | 128 |
| 2. TIERRA. | |
| 2.1. Barrios de Catacocha. | 128 |
| 2.2. Distribución de la Población del Cantón Paltas según Parroquias. | 128 |
| 2.3. Educación. | 129 |
| 2.3.1. Infraestructura Educativa. | 129 |
| 3. TRABAJO. | |
| 3.1. Factores Demográficos. | 130 |
| 3.1.1. Población económicamente activa de Catacocha. | 130 |
| 3.1.2. Según ramas de actividad. | 130 |
| 3.1.3. Según grupos ocupacionales | 131 |
| 3.2. Pobreza. | 131 |
| 3.2.1. Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) | 132 |
| 3.3. Desnutrición. | 132 |
| 3.4. Migración. | 132 |
| 3.4.1. Migración interna. | 133 |
| 3.4.2. Migración externa. | 133 |
| 3.5. El Empleo. | 133 |
| 3.5.1.1. Desempleo y Subempleo. | 133 |
| 4. TECNOLOGIA. | |
| 4.1. Maquinarias y Herramientas para las Panificadoras | 133 |
| 4.1.1. Horno Artesanal. | 133 |
| 4.1.2. Horno Industrial. | 134 |
| 4.1.3. Cámara de refrigeración. | 134 |

| | | |
|-------------|---|------------|
| 4.1.4. | Revolvedor y amasadero. | 135 |
| 4.1.5. | Cortadoras. | 135 |
| 4.2. | Herramientas para las microempresas Artesanales | 135 |
| 4.2.1. | Herramientas para la elaboración de las cerámicas | 135 |
| 4.2.2. | Herramientas para la Elaboración de Cinturones, Manillas, Collares, Aretes. | 136 |
| 4.2.3. | Herramientas para la Elaboración de Sombreros. | 136 |

**DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LAS MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN
“PANIFICADORAS Y ARTESANALES” DE LA CIUDAD DE CATACOTCHA.**

137

| | | |
|-----------|--|------------|
| 5. | Reseña Histórica de las 11 microempresas “panificadoras”. | 138 |
| 5.1. | Los Productos Elaborados. | 138 |
| 5.2. | Procedencia de Gerentes y Trabajadores. | 138 |
| 5.3. | Nivel de Educación. | 138 |
| 5.4. | Mano de Obra. | 139 |
| 5.5. | Tiempo de Existencia en el Mercado. | 139 |
| 5.6. | Tipo de Financiamiento. | 139 |
| 5.7. | Misión. | 139 |
| 5.8. | Visión. | 139 |
| 5.9. | Objetivos. | 140 |
| 5.10. | Registro de Ventas. | 140 |
| 5.11. | Planeación y Organización. | 140 |
| 5.12. | Organigrama estructural actual de las panificadoras. | 141 |
| 5.13. | Capacitación. | 141 |
| 5.14. | Los Proveedores. | 141 |
| 5.15. | Materia Prima. | 141 |
| 5.16. | La Tecnología. | 142 |
| 5.17. | Requisitos para contratar personal. | 142 |
| 5.18. | Motivo del Surgimiento. | 142 |
| 5.19. | Como están Constituidas. | 142 |
| 5.20. | La Base Legal. | 142 |
| 5.21. | La Estructura Administrativa. | 143 |

| | |
|---|------------|
| 5.22. Como Influye el Ambiente a las Microempresas. | 143 |
| 5.23. Competencia de las Empresas Panificadoras. | 143 |
| 5.24. Para Mejorar la Competitividad. | 143 |
| 5.25. Competencia Directa. | 144 |
| 5.26. Los Usuarios o Clientes. | 144 |
| 5.27. Ventaja Competitiva. | 144 |
| 5.28. La Imagen. | 145 |
| 5.29. La Experiencia. | 145 |
| 5.30. El Sistema de Comercialización | 145 |
| 6. Analisis Mediante las Cinco Fuerzas de Michael Porter BCG | 146 |
| 6.1. Interpretación. | 151 |
| 7. Análisis FODA. | 151 |
| 7.1. Interpretación. | 157 |
| 8. Propuesta de Planeación y Organización Panificadoras. | 158 |
| 9. Reseña Histórica de las 7 microempresas “Artesanales”. | 172 |
| 9.1. Los Productos Elaborados. | 172 |
| 9.2. Procedencia de Gerentes y Trabajadores. | 172 |
| 9.3. Nivel de Educación. | 172 |
| 9.4. Mano de Obra. | 173 |
| 9.5. Tiempo de Existencia en el Mercado. | 173 |
| 9.6. Tipo de Financiamiento. | 173 |
| 9.7. Misión. | 173 |
| 9.8. Visión. | 173 |
| 9.9. Objetivos. | 174 |
| 9.10. Registro de Ventas. | 174 |
| 9.11. Planeación y Organización. | 174 |
| 9.12. Organigrama estructural actual de las Artesanales. | 174 |
| 9.13. Capacitación. | 175 |
| 9.14. Los Proveedores. | 175 |
| 9.15. Materia Prima. | 175 |
| 9.16. La Tecnología. | 175 |
| 9.17. Requisitos para contratar personal. | 175 |

| | |
|--|------------|
| 9.18. Mano de Obra. | 176 |
| 9.19. Motivo del Surgimiento. | 176 |
| 9.20. Como están Constituidas. | 176 |
| 9.21. La Base Legal. | 176 |
| 9.22. Capital. | 176 |
| 9.23. La Estructura Administrativa. | 177 |
| 9.24. Como Influye el Ambiente a las Microempresas. | 177 |
| 9.25. Competencia de las Empresas Panificadoras. | 177 |
| 9.26. Para Mejorar la Competitividad. | 177 |
| 9.27. Competencia Directa. | 178 |
| 9.28. Los Usuarios o Clientes. | 178 |
| 9.29. Ventaja Competitiva. | 178 |
| 9.30. La Imagen. | 179 |
| 9.31. La Experiencia. | 179 |
| 9.32. El Sistema de Comercialización | 179 |
| 10. Analisis Mediante las Cinco Fuerzas de Michael Porter BCG | 180 |
| 10.1. Interpretación. | 184 |
| 11. Análisis FODA. | 184 |
| 11.1. Interpretación. | 190 |
| 12. Propuesta para las Microempresas Artesanales. | 191 |
| h. Conclusiones. | 208 |
| i. Recomendaciones. | 212 |
| j. Bibliografía. | 216 |
| k. Anexos. | 217 |