

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL  
INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANISTICAS Y ECONOMICAS**

**“PROYECTO PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD  
MICROEMPRESARIAL ESTUDIANTIL EN LA ESPOL”**

**PROYECTO DE GRADO**

Previa a la obtención del Título de:

**INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL  
ESPECIALIZACIONES MARKETING Y COMERCIO EXTERIOR, SISTEMAS  
DE INFORMACIÓN.**

**Presentado por:**

WASHINGTON BRITO GONZALEZ  
ERIKA BARRIOS VALLADARES  
ALFREDO VILLAVICENCIO DE LUCCA

**DIRECTOR:**

ING. MARCO TULIO MEJIA

**GUAYAQUIL**

**ECUADOR**

**2003**

*A Dios, por brindarme la oportunidad de vivir.*

*A mis padres, Washington y Mariana que son los pilares fundamentales que sustentan este logro alcanzado.*

*Washington*

*A Dios, mis padres, mi hermana y familia por creer en mí.*

*Alfredo*

*A mis padres, motores de este logro; a mi amigo por el empuje y los ánimos, y especialmente a Dios por poner en mi camino las personas y herramientas que me ayudaron a llegar a donde estamos.*

*Erika*

## **DECLARACION EXPRESA**

“La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Grado, nos corresponde exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral”

---

**WASHINGTON BRITO GONZALEZ**

---

**ERIKA BARRIOS VALLADARES**

---

**ALFREDO VILLAVICENCIO DE LUCCA**

## **MIEMBROS DEL JURADO**

---

Ing. Omar Maluk Salem  
Presidente

---

Ec. Emilio Pfister  
Primer Vocal Principal

---

Ing. Horacio Villacís  
Segundo Vocal Principal

---

Ing. Marco Tulio Mejía  
Director

## **INDICE GENERAL**

### **1. INTRODUCCION A LA MICROEMPRESA**

<b>1.1</b>	Información general de la actividad microempresarial.	(16)
<b>1.2</b>	Que es una microempresa?	(17)
<b>1.3</b>	Microempresa en Ecuador.	(17)
<b>1.4</b>	Microempresa en la ESPOL.	(23)
<b>1.5</b>	Clases y números de plazas de trabajo dedicadas a la actividad microempresarial.	(24)
<b>1.6</b>	Ente regulador de la actividad microempresarial.	(25)
<b>1.7</b>	Aplicación de los resultados obtenidos en el proyecto.	(26)

### **2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

<b>2.1</b>	Justificación de las variables a utilizarse en la Investigación de mercado.	(30)
<b>2.2</b>	Segmentación de la población estudiantil.	(31)
<b>2.3</b>	Prueba Piloto realizada previa a la obtención de la muestra final.	(32)
<b>2.4</b>	Modelo de encuesta utilizado en la investigación de mercado.	(38)
<b>2.5</b>	Estratificación de la muestra por carreras y especialización para la investigación de mercado.	(39)

### **3. ANALISIS Y EVALUACION DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.**

<b>3.1</b>	Análisis de las preguntas de elección.	(46)
<b>3.2</b>	Análisis de las preguntas con opciones múltiples tipo Likert.	(53)
<b>3.3.</b>	Análisis de los resultados por estratos.	(57)
<b>1.</b>	<i>Auditoria y control de gestión.</i>	(58)
<b>2.</b>	<i>Economía</i>	(61)
<b>3.</b>	<i>Ingeniería CC. Mar Acuicultura</i>	(64)
<b>4.</b>	<i>Ingeniería CC. Tierra</i>	(67)
<b>5.</b>	<i>Ingeniería Marítima CC. Mar Naval</i>	(71)
<b>6.</b>	<i>Ingeniería Comercial y Empresarial</i>	(73)
<b>7.</b>	<i>Ing. Electricidad y Computación - Potencia</i>	(77)
<b>8.</b>	<i>Ingeniería en Computación</i>	(79)
<b>9.</b>	<i>Ing. Electricidad - Electrónica Industrial</i>	(81)
<b>10.</b>	<i>Ing. en Electrónica y Telecomunicaciones</i>	(84)
<b>11.</b>	<i>Ingeniería Mecánica</i>	(86)
<b>12.</b>	<i>Ing. Administración Producción Industrial</i>	(88)
<b>13.</b>	<i>Ingeniería Agropecuaria</i>	(90)
<b>14.</b>	<i>Ingeniería en Acuicultura</i>	(93)
<b>15.</b>	<i>Ingeniería en Alimentos</i>	(95)
<b>16.</b>	<i>Ingeniería en Estadística Informática</i>	(97)
<b>17.</b>	<i>Tecnología Eléctrica</i>	(99)
<b>18.</b>	<i>Tecnología Electrónica</i>	(101)
<b>19.</b>	<i>Tecnología en Alimentos</i>	(102)
<b>20.</b>	<i>Tecnología Mecánica</i>	(105)

#### **4. PROPUESTAS PARALELAS AL PROYECTO PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.**

Propuesta # 1.	(109)
<b>4.1.1</b> Requisitos para la implementación de la idea.	(109)
Propuesta # 2.	(112)
<b>4.2.1</b> Modelo de asesorías.	(112)
<b>4.2.1.1</b> Área de Marketing.	(113)
<b>4.2.1.2</b> Área de Presupuesto.	(114)
<b>4.2.1.3</b> Área de Contabilidad.	(114)

#### **5. PAGINA DE INTERNET.**

Justificación de la aplicación en el proyecto.	(121)
Relación con el Proyecto.	(121)
Beneficios de la implementación y creación de la página web.	(122)
Diseño estructural de la Página web.	(124)
<b>5.4.1</b> Herramientas utilizadas.	(124)
<b>5.4.1.1</b> Fondo.	
<b>5.4.1.2</b> Páginas.	
Descripción del funcionamiento.	(125)
<b>5.5.1</b> Sección: Centros de servicio.	
<b>5.5.2</b> Sección: Muéstranos tu negocio.	(126)
<b>5.5.3</b> Comentarios.	(126)

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

- 6.1** Centros de Servicios. (129)
  - 6.1.1** Conclusiones
  - 6.1.2** Recomendaciones.
  
- 6.2** Actividad Microempresarial (131)
  - 6.2.1** Conclusiones
  - 6.2.2** Recomendaciones



## **INDICE DE CUADROS**

### **1. INTRODUCCION A LA MICROEMPRESA**

- 1.1** Establecimientos Según Actividades CIIU\* que concentran el mayor número de establecimientos en el País. (18)
- 1.2** Establecimientos Según Actividades CIIU\* que concentran el mayor número de establecimientos en El País. (19)
- 1.3** Personal ocupado de acuerdo a las ramas más importantes de la CIIU\*. (20)
- 1.4** Cuadro de los establecimientos y personal ocupado por rama de actividad de la CIIU\*. (21)
- 1.5** Clases y números de plazas de trabajo dedicadas a la actividad microempresarial en la ESPOL. (24)

\* Clasificación Industrial Internacional Uniforme

### **2. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.**

- 2.1** Clases de centros de servicios utilizados para realizar la Prueba Piloto. (34)
- 2.2** Medias y Varianzas obtenidas en la prueba piloto por preguntas. (34)
- 2.3** Medias por estratos (Prueba Piloto). (36)
- 2.4** Varianzas por estratos (Prueba Piloto). (37)
- 2.5** Media y Varianza de la muestra (Prueba Piloto). (38)
- 2.6** División de la N para la Investigación de Mercado. (43)

### **3. ANALISIS Y EVALUACION DE LA INVESTIGACION DE MERCADO.**

<b>3.1</b>	Centros de servicios más visitados (Investigación de Mercado)	(47)
<b>3.2</b>	Frecuencia de visita a los centros de servicios (Investigación de Mercado)	(48)
<b>3.3</b>	Centros de servicios que necesitan mejorar.	(49)
<b>3.4</b>	Factores que necesitan mejorar los (CS)	(50)
<b>3.5</b>	Preferencia de los medios informativos.	(52)
<b>3.6</b>	Media por estratos.	(53)
<b>3.7</b>	Media por pregunta.	(54)
<b>3.8</b>	Varianza por pregunta	(56)
<b>3.9</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 1.	(58)
<b>3.10</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 1.	(60)
<b>3.11</b>	Media por pregunta del estrato # 2.	(61)
<b>3.12</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 2.	(63)
<b>3.13</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 3.	(64)
<b>3.14</b>	Media por pregunta del estrato # 3.	(65)
<b>3.15</b>	Media por pregunta del estrato # 4.	(68)
<b>3.16</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 4.	(70)
<b>3.17</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 5.	(71)
<b>3.18</b>	Media por pregunta del estrato # 5.	(72)
<b>3.19</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 6.	(74)
<b>3.20</b>	Media por pregunta del estrato # 6.	(75)
<b>3.21</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 6.	(76)
<b>3.22</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 7.	(81)
<b>3.23</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 8.	(82)

<b>3.24</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 9.	(83)
<b>3.25</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 10	(84)
<b>3.26</b>	Varianza por pregunta del estrato # 11.	(87)
<b>3.27</b>	Factores que necesitan mejorar los (CS) del estrato # 12.	(89)
<b>3.28</b>	(CS) mas utilizados del estrato # 13.	(91)
<b>3.29</b>	Media por pregunta del estrato # 15.	(95)
<b>3.30</b>	Media por pregunta del estrato # 16.	(98)
<b>3.31</b>	Preferencia de medios informativos del estrato # 19.	(104)

#### **4. PROPUESTAS PARALELAS AL PROYECTO PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS.**

<b>4.1</b>	Plantilla para la calificación del establecimiento (Bares, comedores, carretillas)	(115)
<b>4.2</b>	Plantilla para la calificación del establecimiento (copiadoras, papelerías)	(116)
<b>4.3</b>	Plantilla para la calificación del administrador.	(117)

#### **5. PAGINA DE INTERNET.**

<b>5.1</b>	Pagina Web.	(123)
------------	-------------	-------

## **INTRODUCCION**

El Proyecto para el Fomento y Desarrollo de la Actividad Microempresarial Estudiantil en la ESPOL, busca principalmente ofrecerles a los estudiantes las oportunidades de administrar los centros de servicios existentes en la Institución, con el fin de mejorar la calidad en el servicio ofrecido a los estudiantes y, potenciar las habilidades de gestión empresarial de nuestros alumnos.

Este proyecto desea estimular que los estudiantes propongan nuevas ideas de negocios para que funcionen en la Institución. Para determinar el nivel actual en la calidad del servicio ofrecido en la ESPOL, se utilizó la Investigación de Mercado como herramienta para determinar en qué posición se encuentran ubicados los factores que componen el servicio al cliente que se ofrece en los centros de servicios de la universidad.

La muestra fue determinada de la población conformada solamente por las unidades académicas que tienen su funcionamiento dentro del Campus Gustavo Galindo.

Debido a la heterogeneidad entre las unidades académicas de la población, se utilizó el método de muestreo estratificado para realizar la Investigación de Mercado.

El proyecto incluirá una Página Web, donde se mantendrán informados a los estudiantes acerca de todas las oportunidades de negocios que se presenten en la Institución, y también se receptorán las nuevas propuestas de negocios de los estudiantes.