

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

LA SOSTENIBILIDAD Y PLAN DE MEJORAS EN EL
EMPREDIMIENTO AVIMAR GAS E.I.R.L.- DEDICADA A LA
VENTA DE GAS DOMÉSTICO EN EL DISTRITO DE SANTA
MARÍA, PROVINCIA DE HUAURA, 2020.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

YONG LAVADO, JOSE ANTONIO
Orcid: 0000-0002-3805-3883

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARÍAS
Orcid: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERU

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Yong Lavado, Jose Antonio

ORCID: 0000-0002-3805-3883

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote, Perú.

ASESOR

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias, Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú.

JURADO

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000-0002-5746-9374

Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

Cerna Izaguirre, Julio Cesar

ORCID: 0000-0002-5471-4549

HOJA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Morillo Campos, Yuly Yolanda

Presidente

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Cerna Izaguirre, Julio César

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar mi camino y escuchar mis plegarias cuando me sentía abatido, ante diversas circunstancias y permitir lograr mis objetivos.

Agradezco a mis profesores, por brindarme sus conocimientos y lograr culminar mi carrera profesional.

DEDICATORIA

A mi amada y futura esposa Elizabeth Campos, por demostrarme en todo momento la valentía y fortaleza de luchar y seguir adelante.

A mis queridos hijos Martín y Piero Yong por ser mi motivo de superación en la vida.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal: Determinar si la sostenibilidad y el plan de mejora en el emprendimiento permite la sostenibilidad Avimar Gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. El diseño de investigación fue no experimental-transversal-descriptiva., teniendo como población y muestra a una sola empresa (gerente o dueño), a la cual se le aplicó 16 preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta, de la cual se obtuvo los siguientes resultados: el 100% tiene una edad entre 31 a 50 años de edad , el 100% pertenece al género masculino, el 100% cuenta con grado de instrucción superior no Universitario, y el 100% cuenta con más de 7 años en el rubro, además el 100% se ha identificado que la empresa cuenta con 3 trabajadores, de las cuales son familiares y amigos, el 100% de la empresa es de tipo E.I.R.L. En cuanto si el 100% si el representante o dueño es adaptable a los cambios y el 100% a veces presenta facilidad de comunicación con su personal y riesgos en beneficio de su negocio, el 100% con relación a la planificación no siempre lo desarrollo en forma rigurosa. En cuanto a la sostenibilidad el 100% a veces adopta medidas con relación a los productos, y el 100% como también a veces se promociona productos a través de las redes sociales,también el 100% tiene ausencia de estrategias de mercadeo y el 100% no cuenta con planes de capacitación hacia su personal.

La investigación concluye que el emprendedor para tener una mejor sostenibilidad en su negocio debe de invertir en estrategias de mercadeo para que su negocio sea mas reconocido y cuente con clientes nuevos.

Palabras clave: Emprendimiento, Sostenibilidad, Micro y Pequeñas Empresas.

ABSTRACT

The main objective of this research was: To determine if the sustainability and the improvement plan in the enterprise allows sustainability Avimar Gas EIRL dedicated to the sale of domestic gas in the District of Santa Maria, Province of Huaura, 2020. The research design was non-experimental-transversal -descriptive., taken as a population and shows a single company, to which 16 closed questions were applied, using the survey technique, from which the following results were obtained: 100% have a age between 31 and 50 years of age and belongs to the male gender,100% have a higher non-university degree of instruction,and 100% have more tan 7 years in the field, in addition 100% have also been identified that the company is EIRL type Regarding if 100% if the representative or owner is adaptable to changes and 100% sometimes presents ease of communication with their staff and risks to the benefit of their business, 100% in relation to planning I do not always develop it in rigorous way.Regarding sustainability, 100%, as well as sometimes promoting products through social networks ,also 100% have an absence of marketing strategies and 100% it does not have training plans for its staff.

The research concludes that the entrepreneur to have a better sustainability in his business must invest in marketing strategies so that his business is more recognized and has new clients.

Keywords: Entrepreneurship, Sustainability, Micro and Small Businesses.

CONTENIDO

TÍTULO	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DEL JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
I. Introducción	1
II. Revisión de Literatura.....	6
III. Hipótesis	36
IV. Metodología.....	37
4.1. Diseño de investigación	37
4.2. Población y muestra.....	37
4.3. Definición y operacionalización de variables	38
4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos	40
4.5. Plan de análisis.....	40
4.6. Matriz de consistencia.....	41
4.7. Principios éticos	43
V. Resultados	45
5.1. Resultados	45
5.2. Análisis de Resultados	50
VI. CONCLUSIONES	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
ANEXOS	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Característica del representante de la empresa Avimar gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.</i>	45
Tabla 2. <i>Características de las micro y pequeña empresa Avimar gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.</i>	46
Tabla 3. <i>Características del emprendimiento en la empresa Avimar E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.</i>	47
Tabla 4. <i>Plan de mejora a los resultados para la aplicación del emprendimiento en la sostenibilidad en la empresa Avimar E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.</i>	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad.....	69
Figura 2. Género	69
Figura 3. Grado de instrucción.....	70
Figura 4. Cargo que desempeña.....	70
Figura 5. Tiempo en el rubro	71
Figura 6. Número de trabajadores.....	71
Figura 7. Personas que trabajan en su empresa.....	72
Figura 8. Tipo de constitución de la empresa.	72
Figura 9. Adaptable a los cambios	73
Figura 10. Facilidad de comunicación	73
Figura 11. Predisposición par asumir riesgos	74
Figura 12. Planifica acciones concretas	74
Figura 13. Medidas en relación a sus productos	74
Figura 14. Promociona sus productos en redes sociales	74
Figura 15. Aplica estrategias de mercadeo	74
Figura 16. Plan de capacitación	74

I. Introducción

El emprendimiento y la sostenibilidad son procesos importantes y propios de la economía de los empresarios, si bien, los emprendedores considerando sus ideas y tomando en cuenta tanto el contexto como los propios recursos, toman como suyo una idea que a corto, mediano o largo plazo les va a generar ganancias monetarias, en otros casos evalúan varias condiciones enfocándose en el servicio, procesos o productos existentes, en la cual le van a agregar un valor para poder rediseñarlo. En conjunto estos forman parte de un sistema productivo y económico la cual van a generarles recursos para los emprendedores, las empresas, los grupos de interés, las personas de tu comunidad y sobre todo para el país entero.

En muchos casos el emprendimiento por la propia necesidad ha sido el recurso más utilizados por las empresas en estos casos por los emprendedores, quienes apuestan en el marco de una economía emergente que les pueda ayudar a subsistir y poderse mantener en un mercado muy competitivo. Es por eso que alinean sus esfuerzos y recursos para fortalecer ideas que le van a permitir ofrecer buenos productos y servicios para la población en general en estos casos conocidos como consumidores, sin dejar de lado la creación de valor, en otros casos, una cierta cantidad de emprendimientos no surgen y se quedan en fase inicial en otros casos se consolidan y se fortalecen manteniéndose fuertes y sostenibles en el tiempo, creando un valor económico con la incorporación de valores medioambientales y social, para que de esta manera puedan contribuir en el bienestar y progreso del círculo en donde mejor se desenvuelven. Tal es el caso de la empresa Avimar Gas E.I.R.L que se dedica a la venta de gas para el uso doméstico, la cual nació como un emprendimiento hace unos años atrás alcanzando de una forma exorbitante su sostenibilidad.

A Nivel Mundial con respecto al emprendimiento unas de las primeras reflexiones la realiza Mc Clelland (1961) quien manifiesta que existe capacidades y ciertas cualidades que brindan los emprendedores y que va a determinar muy aparte de la actividad que realicen los

mismos en el caso de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, sexo, etc, todos ellos se repiten en mayor o menor medida una serie de comportamientos que los agrupa en 10 pautas de acuerdo a su grado de valor y que son determinantes del comportamiento emprendedor.

En tanto Timmons (1999) con respecto a la sostenibilidad de una empresa u organización aporta una visión muy interesante desde un punto de vista del espíritu empresarial y las fuerzas que lo componen. Plantea que el proceso empresarial coge un compromiso enfocado al crecimiento y hacia la formación de valores a largo plazo, la cual viene acompañada a un flujo de caja duradera. Además, los líderes tienen que enfrentar problemas y a raíz de ello tomar buenas decisiones independientemente de que existan o no contradicciones y ambigüedades. En tal sentido, el Código del buen Gobierno de las empresas sostenibles (NAVACTIVA, 2002) manifiesta que una empresa sostenible es aquella que va a crear valor económico, medioambiental o social, contribuyendo de una manera al aumento del bienestar y al verdadero progreso de las generaciones tanto actualmente como a futuro.

El propósito de esta investigación tiene como fin dar a conocer las vivencias de los emprendedores en el marco de la sostenibilidad y emprendimiento empresarial, en el contexto de una empresa que vende gas doméstico en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura. Todo esto para que los emprendedores puedan considerar ciertos elementos que contribuyan a la sostenibilidad como un proceso socioeconómico relacionados por aspectos de índole económico, social y ambiental.

Frente a ello las mypes ubicados estratégicamente en todo el globo terráqueo sirven como agentes de cambios y establecen emprendimientos y su sostenibilidad, teniendo en cuenta que estos van a generar una evolución y van a crear competencias adicionales que le es imposible alcanzar por los cambios tecnológicos y que finalmente tendrán que ir adecuándose considerablemente a través de sus actividades de innovación. Para su desarrollo y crecimiento deben ir adecuándose y a la vez aplicando los instrumentos estratégicos que

le conlleven a tener una mejor producción y una comercialización muy adecuada, el que los llevara hacer más competitivos a nivel de mercados internacionales y ser más emprendedores.

Hoy en día nuestro país está viviendo cambios de manera vertiginosa, con relación a los ámbitos económicos, políticos, social y de tecnología, por el cual los nuevos emprendimientos que se desenvuelvan requiere necesariamente nuevos conocimientos y habilidades como también destrezas que le van a permitir un desempeño de manera más eficiente en cualquiera de los entornos; en el mercado actual hay personas que tienen un ímpetu emprendedor pero que a veces no saben cómo planificar y desarrollar sus nuevas ideas.

En nuestra provincia de Huaura las empresas de los diferentes rubros y tomando en cuenta el rubro de la empresa investigada no pueden estar ajenas a la manera o forma de insertarse en un mercado globalizado, teniendo que hacer uso de estrategias e instrumentos de competitividad que van a ofertar en las nuevas tendencias de su gestión empresarial, por tener al frente un mercado mucho más exigente, donde los clientes y consumidores van asumiendo diferentes modalidades en el proceso de compra, fijándose en cada momento los elementos integrantes del marketing.

Por todo lo manifestado líneas atrás se planteo el siguiente enunciado del problema: ¿La sostenibilidad permite el emprendimientos de Avimar Gas EIRL, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020?

Para resolver el presente enunciado del problema, se planteo el siguiente Objetivo principal: Determinar si la sostenibilidad permite el emprendimiento de Avimar Gas EIRL, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020, y como objetivos específicos se cuenta con: a) Nombrar las características del emprendedor Avimar Gas E.I.R.L dedicada a la venta de gas

domestico en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. b) Describir las características de Avimar Gas EIRL, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. c) Encontrar el emprendimiento para la sostenibilidad de la empresa Avimar Gas EIRL, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. d) Elaborar un plan de mejora del emprendimiento para Avimar Gas EIRL, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.

El presente trabajo se justifica porque toda persona emprendedora tiende a desarrollarse y a materializar su objetivo como empresario a través de su propia organización, manteniendola adecuadamente a través de sus políticas que van a influir e impulsar sostenidamente su propio emprendimiento, la cual se va ir desarrollando dentro de las economías de mercado y contribuyendo al aumento del dinamismo y competitividad de las organizaciones; a la vez va a ir generando empleo y mejorando de manera ascendente la calidad no solo de los trabajadores si no también la de los habitantes del entorno en la que se desarrolla su unidad económica, de manera que ira mejorando los niveles de empleo con calidad, niveles de ocupación y en consecuencia diremos que es un beneficio global de participación de empresa, gobierno y sociedad.

En tal sentido se considera al emprendimiento determinante, dándole un enfoque de sostenibilidad al interior de las empresas, la cual permitirá realizar diagnosticos que faciliten la investigación e ir identificando las características del emprendimiento de las organizaciones, explorando el nivel de su innovación, de riesgos y su proactividad, que son las bases fundamentales para sigmentar el emprendimiento y la sostenibilidad.

La presente investigacion presenta una metodología no experimental-transversal-descriptiva y cuantitativa, teniendo como poblacion y muestra a una sola empresa (dueño o gerente).

Como resultado final de la investigación se propone elaborar un plan de mejora que ayudara a la empresa a darle mayor sostenibilidad de emprendimiento, para que vaya creciendo y desarrollando en beneficio del emprendedor y sus clientes.

En cuanto a la perspectiva metodológica, esta investigación servirá como ejemplo para estudios posteriores, tomando como instrumentos metodológicos como son las estadísticas, las cuales van a permitir que las investigaciones futuras adquieran mejor entendimiento con lo que respecta a la sostenibilidad como factor relevante en el emprendimiento en las Mypes en general.

Finalmente, los resultados de esta investigación se propondrá elaborar una guía didáctica para mejorar la sostenibilidad del negocio en base al emprendimiento de los que dirigen los negocios.

II. Revisión de Literatura

2.1. Antecedentes

Internacional

Camino (2018) en su tesis *Sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial de Santa Rosa, el oro periodo 2016 – 2018*. Tesis para optar el grado de magister en Administración de empresas, en la Universidad Técnica de Machala-el Oro-Ecuador. La presente investigación tiene como objetivo general “Determinar la sostenibilidad de los emprendimientos para la medición de su impacto en el sector comercial” Metodología: el siguiente trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo del tipo descriptivo con un alcance explicativo, en el que se medirá las variables de la sostenibilidad y el emprendimiento. El estudio de este tema se lo realizó mediante el método de investigación deductivo el mismo que se buscará analizar los indicadores desde lo más específico hasta lo más general, basados en la sostenibilidad de los emprendimientos, en el que se observarán indicadores de medición para conseguir información acertada sobre la sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial de la ciudad de Santa Rosa, El Oro periodo 2016 – 2018.”. La población a investigar para la recolección de datos será a los emprendimientos de la ciudad de Santa Rosa. El mismo que se hará mediante un estudio realizado a través de la observación de campo se confirma que existen alrededor de 30 emprendimientos que funcionan desde el 2016 – 2018 (p. 37-44) Resultados: De los 30 encuestados el 60% son del género femenino y el 40% son masculinos. el 100% pertenece a la ciudad de Santa Rosa, el 57% realizan actividades de Comercio en General, y 43% pertenecen a Hoteles y Restaurantes, el 90% no conoce que significa el desarrollo sostenible y sólo el 10% si sabe que significa, el 93% no cree que los emprendimientos sean una fuente de desarrollo económico en la ciudad de Santa Rosa, y el 7% considera que si

es una fuente de desarrollo económico. el 60% estableció que dar una mayor alternativa de trabajo es lo que se ha mejorado en la economía de la ciudad de Santa Rosa, el 23% que el progreso comercial y económico, y el 17% la empleabilidad. el 80% respondió que sí existe una competencia sana entre los emprendimientos desarrollados en la ciudad de Santa Rosa, y el 20% respondió que no existe una competencia sana. el 67% respondió que los emprendimientos sí dan viabilidad económica local y garantizan la suficiencia monetaria, y el 33% respondió que no existe viabilidad económica local y suficiencia monetaria, el 37% está muy de acuerdo que el medio ambiente es más importante que crear mayores condiciones económicas y comerciales en una comunidad, el 26,7% está poco de acuerdo, el 23,30% está nada de acuerdo, y el 13,30% está algo de acuerdo, el 50% está muy de acuerdo que el desarrollo económico es prioritario aunque este dañe el medio ambiente, el 26,7% está nada de acuerdo y el 23,30% está nada de acuerdo, el 44% está muy de acuerdo que los emprendimientos deben cumplir con las normas ambientales establecidas en los códigos y reglamentos del país, el 23,30% está algo de acuerdo, el 20,00% está nada de acuerdo y el 13,30% poco de acuerdo, el 60% está nada de acuerdo que si un emprendimiento es contaminante la generación de empleo es más importante, el 17,00% está algo de acuerdo y el 13,00% está poco de acuerdo, el 53% está nada de acuerdo que el desarrollo económico ofrecerá una mayor alternativa para mejorar los niveles de contaminación medio ambientales, el 23,00% está algo de acuerdo, el 7,00% está muy de acuerdo y poco de acuerdo, el 23,00% está algo de acuerdo, el 7,00% está muy de acuerdo y poco de acuerdo, el 40% está nada de acuerdo que el crecimiento económico y tecnológico darán bases para reducir la contaminación ambiental, el 20,00% está muy de acuerdo, el 17,00% está algo de acuerdo, 13% está en ninguna de la anteriores, y el 10% está poco de acuerdo, el 77%

está nada de acuerdo que los emprendimientos son generadores de contaminación ambiental, el 17,00% está en ninguna de las anteriores, el 6,00% está poco de acuerdo, el 26% establece que lo que se mejora es la educación, el 17% dice que los emprendimientos disminuye la pobreza, el 14% permite mejorar el acceso a nuevas tecnologías, el 12,20% mejora el bienestar social de las personas, y con el 7,80% se tiene mayor alternativa de consumo, mejoramiento en la infraestructura urbanística de la ciudad y crecimiento poblacional (pp. 45-69).

Cevallos (2018) es su tesis *Estrategias administrativas que incidan en la sostenibilidad de pequeños emprendimientos en la avenida principal de Paraíso de la Flor*. Tesis para optar el grado de Ingeniero en Gestión Empresarial Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas, su proyecto trata investigar en la sostenibilidad de pequeños emprendimientos en la avenida principal de Paraíso De La Flor se da por la poca durabilidad que tienen los emprendimientos en el sector, situación que se origina por la falta de conocimiento de administración por parte del propietario, además de no llevar un debido control de la situación financiera y tampoco establecer un correcto orden en las funciones que debe cumplir cada persona que ayuda en el negocio.

El objetivo planteado en la investigación es analizar estrategias administrativas que inciden en la sostenibilidad de pequeños emprendimientos, considerando indicadores viables que ayuden en el desarrollo sostenible de emprendimientos. Se aplica una metodología descriptiva al estar en el sector, se utilizó un método exploratorio para analizar y revisar la información correspondiente y por último el método de observación que ayudo a verificar la situación real por la que atraviesan los emprendimientos. Se concluye que aplicar estrategias administrativas ayudará a

mejorar la imagen del negocio, creando confianza y fidelidad en los clientes, estableciendo un apropiado control interno desde una correcta estructura organizacional hasta una eficiente operación financiera, para que así estos emprendimientos sean sostenibles a través del tiempo en el mercado. Tuvo como conclusión lo siguiente: Se realizó un estudio o investigación pertinente sobre la influencia que tienen las estrategias administrativas que ayudarán a fortalecer con el pasar del tiempo la sostenibilidad de los emprendimientos. Se logró evidenciar la situación actual de los emprendimientos en el sector de Paraíso de la Flor, donde se reflejaron diversos factores que inciden en la sostenibilidad de los pequeños emprendimientos. Se propuso diversas estrategias administrativas que ayudarán a la implementación y desarrollo de pequeños emprendimientos que perduren con el pasar del tiempo logrando así superar la barrera de los 3 meses considerándolos emprendedores nuevos (p.47)

Nacional

Villacres (2017) es su tesis *Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador*. Tesis para optar el grado de doctor en ciencias administrativas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Tuvo como problema general: ¿De qué manera la gestión del emprendimiento influye favorablemente en la competitividad de las mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador? (p. 10). Se planteó como objetivo general: Explicar cómo la gestión del emprendimiento influye favorablemente en la competitividad de las mipymes de la provincia Bolívar del Ecuador. Y como objetivos específicos: a) Establecer cómo la planificación estratégica influye favorablemente en la rentabilidad de las mipymes de la provincia

Bolívar del Ecuador. b) Determinar de qué forma la capacitación del personal incrementa significativamente la productividad de las mipymes de la provincia Bolívar del Ecuador. c) Relacionar como el sistema de mercadeo y ventas contribuye en el logro de una mayor cuota de mercado de las mipymes de la provincia Bolívar del Ecuador (p. 12). Metodología: Tipo de investigación cuantitativa, diseño no experimental, transversal descriptiva (p. 86). Resultados: Los Gerentes de la mipymes en relación a que si la Gestión de la empresa ha sido acertada manifiestan en el 82% totalmente, el 9% parcialmente y un 9% nada acertada. Las capacitaciones del personal en el último año manifiestan que estos son excelentes en un 55%, buenos en un 36% y regulares en un 9%. De acuerdo a los encuestado señalan que en un 64% que la capacitación del personal ha mejorado totalmente la productividad de su empresa, mientras que un 16% considera que parcialmente y en un 20% nada. Respecto a la organización legal, los Gerentes de las mipymes de la provincia Bolívar manifiestan que, la propiedad individual es la que prevalece en la forma de organización con el 71%, seguido por la Asociación con el 27% y el 2% por Cooperativas. Dentro de las mipymes el 49% conoce y aplica la planificación estratégica, un 35% ha oído hablar y el 16% de los gerentes nunca han oído sobre este tema, Un 54% responden que totalmente de acuerdo que la Gestión le ha permitido mejorar la competitividad de su empresa, un 24% parcialmente y un 22% nada. Los Gerentes de las mipymes de la provincia Bolívar cumplen en un 100% con la política salarial emitida por el gobierno (pp. 91-152). Conclusión: Las mipymes a nivel mundial y en Latinoamérica representan un sector importantísimo dentro de la estructura económica del Ecuador, ya que generan producción, empleo e inversión en sectores como el comercio, producción y servicios. Sin embargo su competitividad está muy lejos de las grandes empresas y su mercado es fundamentalmente local. Un

importante porcentaje de emprendimientos en la provincia Bolívar, se han convertido en mipymes con la denominación de Asociaciones de productores, especialmente en el sector de los productos lácteos lo que ha permitido desarrollar algunas herramientas importantes en la gestión como es la capacitación permanente del personal, control de calidad de los productos, implementar un sistema de comercialización integrado, esto redundando en la obtención de rendimientos económicos significativos. En las mipymes se ha encontrado que sus dueños trabajan en forma aislada, por lo que dejan de aprovechar oportunidades que tendrían como grupo en cuanto a precios de los materiales por volúmenes de compras, créditos de la banca pública más baratos, participar en licitaciones especialmente en el sector público y buscar nuevos mercados de proveedores y compradores. De la investigación realizada se desprende que la Gestión de los Gerentes de las mipymes ha sido acertada, lo que le ha permitido mejorar y mantener la competitividad dentro del mercado.

Adicionalmente se pudo determinar que las mipymes realizan Planificación Estratégica es decir parten de la definición de Misión, Visión, objetivos y se plantean estrategias que les ha permitido obtener una rentabilidad aceptable. también se pudo establecer que la capacitación del personal en las mipymes en el último año ha sido calificada como excelente, lo que le ha permitido incrementar la productividad de la empresa y mejorar los rendimientos. De las indagaciones se desprende que las mipymes realizan parcialmente planes y programas de mercadeo, los Gerentes consideran que con este conocimiento del mercado, han logrado un incremento sustancial de su cuota de mercado, entonces si las empresas realizan planes de mercadeo podrán incrementar significativamente su cuota de mercado. Las mipymes se dedican fundamentalmente a atender al mercado local con muy poca variedad de productos y varios de estos no se ha logrado patentar (pp. 153-154).

Cuevas (2019) en su tesis *Caracterización de la formalización del empleo y emprendimiento de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro fabricación de calzado, distrito del porvenir – Trujillo, 2015*. Tesis para optar el título profesional en administración en la Universidad católica los Ángeles de Chimbote. Tuvo como objetivo general “Determinar las características de la formalización del empleo y emprendimiento de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro fabricación de calzado, Distrito de El Porvenir – Trujillo, 2015” (p. 3).

Metodología: Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental – transversal - descriptivo. En esta investigación la población estuvo conformada por 2066 Mypes del sector industria – rubro producción de calzado del Distrito de El Porvenir. La muestra estuvo conformada por 185 Mypes de calzado del Distrito El Porvenir. Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de la encuesta. Para el recojo de información de la investigación se aplicó un cuestionario, el cual consta de 16 preguntas; 9 preguntas para la variable de formalización de empleo y 7 preguntas para la variable emprendimiento (pp. 47-54).

Resultados: Del 100 % de los encuestados el 88 % están inscritos en el RUS. (Tabla 3). Se asemeja ligeramente a los resultados encontrados por Mamani (2018) quien manifiesta que el 14% está constituido en el RUS. Así mismo estos resultados se asemejan ligeramente con los resultados de Trujillo (2013). En donde afirma que el 18% de micro empresas se forma bajo el RUS. Esto quiere decir que la mayoría de las MYPES del sector producción de calzado, están registrados en el RUS por lo tanto no llevan libros contables y podrían emitir solo boletas. El 57,8 % de Mypes del sector producción de calzado si cuenta con licencia de funcionamiento y el 42,2 % no cuenta con licencia de funcionamiento (Tabla 3). Estos resultados se asemejan con los

resultados de Mamani (2018) afirma que del 100% de los encuestados el 57% es informal, y el 43% es formal, esto demuestra que en su mayoría las empresas son informal. Podemos ver que la diferencia no es muy significativa, por lo tanto, hay Mypes informales que producen y venden normalmente. El 56 % de los encuestados conocen cuales son todos los requisitos de formalización, y el 44 % no conoce cuales son todos los requisitos de formalización, por lo tanto, podemos concluir que estos emprendedores necesitan de capacitación para poder conocer y tener información más completa de su rubro (Tabla 3).

Del 100 % de los encuestados más de la mayoría 55,1 % respondieron que su empresa cuenta con trabajadores eventuales entre del rango de 1 a 10. (Tabla 3). Coincidimos con los resultados de Solano (2015) quien sostiene que el 43% de las Mypes tiene 2 trabajadores eventuales. Coincidimos ligeramente con Aspiro (2014) quien afirma que el 57% de las Mypes posee 3 trabajadores eventuales. Esto quiere decir que en las Mypes hay más trabajadores eventuales entre 1 a 10, el 52,4 % tienen entre el rango de 11 a 20 trabajadores permanentes, el 53 % indican que su personal si reciben todos los beneficios de ley en una proporción de más del 50 %, el 50% indicaron que obtienen beneficios más del 50 % por estar formalizados, el 54% indicaron que la capacitación para su negocio lo considera como un gasto, mientras que el 46% indicaron que la capacitación para su negocio lo considera como una inversión, el 55,1% indicaron que no asistieron a algún evento relacionado con capacitación, durante los 2 últimos años, mientras que el 44,9 % indicaron que si asistieron a un evento relacionado con la capacitación, el 55,1 % indicaron que el desarrollo de su negocio lo realiza por generar un negocio empresarial, mientras que el 44,9 % indicaron que desarrollan su negocio por generar fuentes de ingresos económicos para su familia, el 64,9% indicaron que desarrollan su actividad de

emprendimientos en local propio, mientras que el 35,1% indicaron que desarrollan su actividad en local alquilado, el 53,0% indicaron que la rentabilidad que obtiene de su emprendimiento lo evalúan como regular.

Zare (2015) en su tesis *El nivel de inseguridad ciudadana y su influencia en el micro emprendimiento del Distrito de El Porvenir, Provincia de Trujillo: 2012 -2014*. Tuvo como problema general ¿De qué manera el nivel de inseguridad ciudadana influye en el micro emprendimiento del distrito El Porvenir provincia de Trujillo: 2012-2014?. Su objetivo general fue: Determinar de qué manera el nivel de inseguridad ciudadana influye en el micro emprendimiento del distrito El Porvenir, provincia de Trujillo: 2012-2014. Entre sus objetivos específicos planteo analizar el comportamiento tendencial del micro emprendimiento del distrito El Porvenir: 2012-2014; determinar la relación de influencia del nivel de inseguridad ciudadana en el micro emprendimiento del distrito El Porvenir. La investigación utiliza un diseño cuantitativo, no experimental, descriptivo; la población y muestra está conformada por 65 jóvenes micro emprendedores del distrito El Povenir; utilizo como técnica la encuesta e instrumento utilizo el cuestionario. Obtuvo los siguiente resultados. En el año 2012 el número micro emprendedores fue de 65 y el año 2014 de 77, lo cual significó la aparición de 12 micro emprendedores en el periodo de esos años; en el año 2013 el micro emprendimiento fue de 73,cantidad que representó un incremento del 12.4% en relación al año 2012. El total de micro emprendedores pertenecen a 3 sectores entre ellos tenemos comercio 36.92%, servicio 32.31% y manufactura 30.77%. Los negocios que sobresalen para el primero son por lo general bodegas, venta al por menor de diversos productos; para el segundo, servicios relacionados con el calzado, como perfilado, pegado, corte, entre otros, y por último para la manufactura

resaltan los negocios representativos del distrito a nivel nacional dedicados a la elaboración de calzado. Respecto a las razones o motivos más importantes para emprender el 27% hace mención de obtener mayores ingresos, el 24%, 14% y 11% hacen referencia a motivos de oportunidad como son el deseo de organizar su propia empresa, deseo de realizarse personalmente y el poder tomar decisiones propias. El 96.92% de la población encuestada indico que está dispuesto a continuar con sus actividades a pesar de los problemas de inseguridad ciudadana que existen en su distrito. Concluye que entre los años 2012 a 2014, el número de micros emprendedores ha experimentado un crecimiento de aproximadamente 19 %. Siendo los principales motivos de emprendimiento: el anhelo de obtener mayores ingresos, organizar una empresa propia, realizarse personalmente y así mismo poder tomar decisiones de manera independiente.

Chavesta (2017) en su tesis *Gestión de Calidad y la Sostenibilidad de las Microempresas Artesanales de Monsefú, Provincia Chiclayo 2015*. Tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración, en la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Tuvo como Objetivo general “Proponer un modelo de gestión, basado en la teoría de sistemas, para mejorar la sostenibilidad de las microempresas artesanales del distrito Monsefú, año 2015” (p. 1). Metodología: El tipo de investigación que se realizó fue descriptiva, explicativa y propositiva. La población es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación. En la investigación, la población objeto de estudio estuvo constituida por 85 microempresarias artesanales de la línea textil – rubro bordados a mano del distrito de Monsefú. El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que no se realizó

ninguna manipulación de variables (pp. 67-68). Resultados: el 73% fueron mujeres adultas (de 40 a 59 años de edad) y el 27% mujeres adultas mayores (60 y más años de edad), del total de microempresarias artesanales de bordados a mano encuestadas, 73 manifestaron que su microempresa cuenta con visión representando el 85,9%, mientras que 7 consideraron que su microempresa tiene misión constituyendo el 8,2% y 5 expresaron tener objetivos en su microempresa siendo el 5,9% del total, el 100% de las microempresas artesanales de bordados a mano del distrito de Monsefú no cuentan con documentos de gestión como MOF, MAPRO, RIT, siendo estos instrumentos técnicos básicos que regulan el modelo de gestión interna de las empresas que permiten mantener el control de la calidad en todas las áreas de la organización, el 91% de microempresarias artesanales del rubro de bordados a mano no utiliza algún documento administrativo como oficios, solicitudes, memorándum, para comunicar algún tema de conocimiento o de interés por escrito con sus clientes, proveedores o trabajadores; mientras que sólo el 9% sí utiliza algún documento como el oficio o solicitud, es decir que sus procesos administrativos son casi en su totalidad informales, el 85% de microempresarias artesanales siempre revisan la calidad de sus productos siendo en su totalidad 72, en tanto el 15% del total de microempresas artesanales encuestadas muy pocas veces revisa la calidad de sus productos constituyendo en total 13 microempresarias, el 86% de microempresarias artesanales si controlan la cantidad de insumos y materiales para la elaboración de sus productos siendo un total de 73, sin embargo un 14% del total de encuestadas no controlan los insumos y materiales en la confección de dichos productos constituyendo un total de 12 microempresarias, El 64% de microempresarias artesanales no llevan un registro de sus ingresos y gastos de su empresa, y tan sólo el 36% si lo lleva, siendo para ambos casos un total de 54 y 31 microempresarias respectivamente, el 74% lleva su registro

en un cuaderno mientras que el 26% lo lleva en una agenda, siendo para ambos casos 23 y 8 microempresarias, el 92% si conoce el costo en que se incurre al elaborar sus productos, en tanto el 8% no conocen este costo, siendo en total 78 y 7 microempresarias para ambos casos, el 78% de microempresarias no cuentan con suficiente dinero para hacer frente a sus deudas, en tanto el 22% si cuenta con suficiente dinero, siendo en total 66 y 19 microempresarias respectivamente, el 67% expresó que su capacidad de producción si le permite atender oportunamente a sus clientes siendo en total 57, en tanto al 33% su capacidad de producción no les permitía atender oportunamente a sus clientes contabilizando un total de 28 microempresarias, el 59% tiene un sólo trabajador, el 29% de dos a cuatro trabajadores, el 11% de cinco a siete, y el 1% de ocho a diez trabajadores, el 77% manifestó que estos trabajadores (as) eran sus familiares, en tanto el 23% expresó que sus trabajadores (as) eran conocidos, el 100% no tienen establecido un organigrama, el 94% de éstas asigna tareas específicas a sus trabajadores que los conduce a la especialización durante el proceso productivo, en tanto el 6% no asigna este tipo de tareas específicas, siendo en los respectivos casos 33 y 2 microempresas, el 69% practica el liderazgo mientras que en el 31% no lo practica. El 100% de las microempresarias que practican el liderazgo, utiliza el estilo democrático, el 51% de éstas no motiva a sus trabajadoras (es) en tanto el 49% si los (as) motiva, el 12% otorga incentivos financieros y el 88% incentivos no financieros, siendo en su totalidad 2 y 15 microempresas para ambos casos, el 60% de éstas motivan con capacitaciones a su personal y el 40% brinda un reconocimiento verbal a sus trabajadores (as), el 86% calificó como bueno el trabajado realizado por sus trabajadores, mientras que el 14% calificó de excelente el trabajo, el 36% ha recibido algún tipo de capacitación para mejorar la gestión de su empresa en tanto el 64% no ha recibido este tipo de capacitación, siendo un total de 31 y 54

microempresarias respectivamente, Asimismo, de las 31 microempresarias que han recibido alguna capacitación han sido bajo la modalidad presencial, de las cuales el 77% se capacitó en el área de marketing y el 23% en el área de finanzas, el 72% han afrontado con mayor frecuencia el problema de liquidez siendo un total de 61, otro 15% afrontó el problema con la competencia siendo en total 13, y por último un 13% manifestaron que no han temido ningún problema contabilizando 11 microempresarias, el 82% lo resolvió a través de la asesoría de un tercero (problema de liquidez) y el 18% lo resolvieron a través de la experiencia empírica (problema con la competencia), el 92% de ellas no han aplicado alguna estrategia empresarial para mantenerse en el mercado en tanto el 8% de microempresarias han aplicado alguna estrategia empresarial, el 88% manifestó no haber aplicado ningún mecanismo para reducir costos, en tanto el 12% manifestó haber aplicado un mecanismo para reducir costos, el 56% manifestaron que sus empresas no son una marca reconocida mientras que el 44% consideraron que sus empresas son una marca reconocida, el 91% manifestó que no promocionan sus productos en las redes sociales, siendo 77, en tanto un 9% dijo que si promocionan sus productos en redes sociales, contabilizando un total de 8 microempresarias, el 32% no contribuyen de alguna forma con la sociedad, el 29% contribuyen con la sociedad pagando sus impuestos, el 28% generan puestos de trabajo, un 6% apoya y fomenta programas medio ambientales y finalmente un 5% contribuye participando en programas de apoyo a la salud, el 80% estas muy pocas veces establecen diálogo con su grupo de interés, el 13% siempre establecen diálogo, el 6% casi siempre establecen diálogo y 1% nunca establece diálogo con su grupo de interés, el 59% están de acuerdo que sus productos mejoran la calidad de vida representando y el 41% están totalmente de acuerdo con que sus productos mejoran la calidad de vida, el 41% manifestó que los clientes compran sus productos por el

trabajo a mano que realizar al elaborar los producto, asimismo el 21% manifestó que los clientes compran sus productos por la calidad, el 9% por el diseño y la innovación, y finalmente un 6% manifestó que los clientes compran sus productos artesanales porque son sus gustos y preferencias, el 69% pertenece a alguna asociación empresarial, mientras el 31% no pertenece a alguna asociación empresarial, el 22% pertenecen a la Asociación Arte y Cultura Monsefuana, el 20% a la Asociación de Productores Monsefuanos (APROM), el 17% a la Asociación de Bordados Rosa Muga y la asociación Arte de las Manos Monsefuanas, el 8% a la Asociación Arte Muchik, Taller mi Tomasita y la Asociación cultura viva, El 99% del total de las microempresarias artesanales encuestadas dijo no utilizar algún tipo de maquinaria y materiales que no contaminan el medio ambiente y afecte la salud de las personas contabilizándose un total de 84 microempresas. Sin embargo sólo 1 microempresa manifestó utilizar materiales como el lino que no contamina el medio ambiente, representando así el 1% (pp. 70-96).

Local

Valdivieso (2020) en su tesis *Propuesta de Mejora dn Atención al Cliente Como Factor Relevante para la Sostenibilidad de los Emprendimientos en las Micros Y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Ferretería del Distrito De Huaral, 2019*. Tesis para optar el título profesional en Administración en la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, 2019 (p. 1). La metodología empleada

en la investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios. Se tomó como muestra 11 Mypes de sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, se les aplicó un cuestionario de 31 preguntas que tienen relación con las variables en investigación (p. 50-59). **Resultados:** Los representantes de las Mypes se observa que el 100% de los encuestados, se distribuyen en el 18% corresponde a la edad que oscila entre 18 a 30 años, el 27% de los representantes legales tiene edad entre 31 a 50 años y el 55% oscilan en edad de 51 años, el 45% son del género femenino, mientras que el 55% son del género masculino, el 35% tienen grado de instrucción secundaria, mientras que el 18% tienen grado de instrucción superior no universitaria, siendo el 55% el que tiene grado de instrucción superior universitaria, el 82% es manejado por los dueños y 18% esta manejado por administradores, 36% promueve la calidad de servicio a través de la orientación a la satisfacción al cliente, encontrando en su mayoría que son los planes estratégicos que no presenta manuales para orientar a la satisfacción al cliente. Así mismo 18% casi siempre oferta productos con precios adecuados al mercado y 46% aplica estándares de limpieza y mantenimiento en el local. Los procedimientos de atención de sus clientes, son a veces considerados en las actividades programadas por la empresa y están dando resultados favorables, en donde 55% casi siempre absuelve las dudas a los clientes., teniendo muy poca la apreciación de reconocimiento de sus clientes el 36%. Llegando a concluir que la falta de una guía para la mejora en atención al cliente y reforzar la variable sostenibilidad de emprendimiento en sus tres dimensiones social, económicas y ambiental.

2.2. Bases teóricas de la Investigación

Definición de Micro y Pequeñas Empresas

De acuerdo a la Ley 28015, menciona que las micro y pequeñas empresas en cuanto a su constitución, es considerada una unidad económica y que a la vez puede ser de carácter de persona natural o jurídica, considerando estar bajo cualquier rubro que le va a permitir a desarrollarse orgánicamente e ir adecuándose a la legislación presente, en dicha norma el objetivo principal de las pequeñas y microempresas es desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, de comercialización y/o servicios.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Las micro y pequeñas empresas, están consideradas como organizaciones que tiene mucho que aportar al desarrollo de todo un país, ellos generan empleos que llegan hasta un 85% de la población económicamente activa y que a la vez generan más del 50% del producto bruto interno. Dicho de esta manera su importancia resalta mayormente en adicionar fuentes de mayor empleo y que finalmente alivia la pobreza de un país, y esto mayormente se debe por las siguientes razones:

- Aumento de mano de obra.
- Disminución de la pobreza, considerando que sus actividades van a generar ingresos mayores.
- Se incentiva el espíritu de emprendimiento y empresarial.

- Es fuente principal dentro del sector privado por su desarrollo y dinamismo.
- Los ingresos se ven mejorados de acuerdo a la distribución que se establece.
- En la economía su crecimiento contribuye al aporte del erario nacional.

El empresario representante de las micro y pequeña empresa

Gonzales (2009), indica que todo empresario tiene en su vida varias etapas, desde que tiene idea de un proyecto empresarial lo va encaminando de acuerdo a lo siguiente:

Idea: es la parte de incubación de una actividad empresarial en la cual se desea realizar en un determinado mercado.

Planificar: para planificar el empresario deberá antes investigar, estudiar y diseñar la actividad de su empresa que desea iniciar.

Establecer: esta etapa es de importancia en la medida que va a construir y aplicar lo que ha planificado en beneficio de su organización.

Arrancar: poner en marcha las actividades emprendidas por la empresa.

Dar seguimiento: es la manera de ir verificando y controlando la dinamización de las operaciones de la empresa.

Operatividad de manera sostenible: es la forma sostenida de llevar adelante las actividades de la organización, para darle mayor estabilidad en el largo plazo.

Lograr buena rentabilidad: a través de la empresa el empresario gestiona para hacer de ella la utilidad sea el objetivo más esperado.

Empresarios de oficio: son las cualidades y capacidades que va a poseer el empresario, para desarrollar su empresa de manera rentable y a un plazo.

Emprendedores y pequeñas empresas

Consideradas aquellas personas que tienen una manera específica de ver los negocios, y cuentan con algunas cualidades, y actitudes, ellos tienen la forma de ir desarrollándose de manera continua su visión de emprendimiento y que su negocio le sea rentable, de la misma forma ir comprobando, innovando y realizar adecuadamente en toda época estudios de mercado, que se vaya informando de las necesidades propias de los clientes en un determinado mercado.

Perfil del Emprendedor

Fernández, (2016) manifiesta que toda persona que desarrolla negocio son inspiradores, cuentan con una motivación estable, posee conocimientos, son polifacéticos y sobre todo tienen poder de decisión, su sueño de ellos comienza con un proyecto, que no solamente lo ven al corto plazo si no van alimentándole y estableciendo prioridades en el largo plazo. Se presentan diversas trabas y que necesita adecuarse de manera rápida a los cambios que van a generar un adecuamiento y lograr resultados de satisfacción. Dentro de su trajinar de desarrollo el empresario, va asumiendo responsabilidades y se va convirtiendo en líderes potenciales de toda organización.

De las tantas características que posee un emprendedor el que toma mucha relevancia son sus ideales, porque tienen que creer en ella y convertirlas en realidad. No deben de estar intimidados por ninguna circunstancia negativa que se pueda presentar, deben establecer objetivos y metas y que hagan del equipo de trabajo una concientización y desarrolle un trabajo de manera activa.

Los emprendimientos empresariales

Es bueno precisar y a la vez reconocer las diferentes caracterizaciones que tiene un empresario en relación a su desempeño, esto implica tener conocimientos de desarrollo y crecimiento económico y sobre todo en poder administrar el capital humano de manera estratégica. También ver que el empresario tenga perspectivas individuales que ha ido influenciando a lo largo de su vida su accionar y cimentando su adecuada personalidad, para ser un empresario de solvencia moral y estabilidad emocional. Es preciso señalar también que los rasgos de personalidad del empresario se van cuajando en una dimensión empresarial y esto puede ser de la siguiente manera:

- a. Establecer como un objetivo empresarial es obtener dinero.
- b. Organizar y dirigir de acuerdo a los lineamientos productivos es vender al Mercado.
- c. Debe ser un tipo aventurero y arriesgado, en la cual pueda asumir riesgos y obtener rentabilidad de su accionar.
- d. Persona que debe poseer cualidades innovadoras y creativas.

Una de las percepciones que se tiene antiguamente de un empresario es la de ser explotador de sus propios colaboradores, esta idea se ha ido desvirtuando en la medida que los colaboradores son hoy en día el activo más valioso de la empresa. Las connotaciones naturalmente son hoy positivas por la misma actitud emprendedora que posee el empresario, y consideran al elemento humano algo

importante en el desarrollo y el logro de objetivos institucionales, que van conduciendo a su crecimiento personal y organizacional y a una adecuada economía.

Otro panorama que debe implicar en el desarrollo del empresario es estar conjuntamente con sus colaboradores, propiciar nuevas oportunidades de acción empresarial irrumpa el estado de conformidad, siempre debería estar buscando la innovación y hacer las actividades junto con sus trabajadores una actividad buscando la creatividad e ir mejorando la calidad del producto y/o servicio.

Espíritu empresarial en los emprendimientos

Dentro del contexto del desarrollo socioeconómico la principal característica es que "El proceso de creación de nuevas entidades productivas tiene un efecto muy importante en el desarrollo socioeconómico". Afectando tanto a la oferta como a la demanda.

Es un generador de nuevas ideas en la cual debe insertar en las entidades que hagan cambios cualitativos y cuantitativos y que produzcan beneficios a la organización. Según manifestado por Jacobs manifiesta que algunas observaciones se pueden desarrollar en las regiones y en algunas comunidades específicas, donde existan principios muy básicos de los procesos de desarrollo:

- a. Con relación al desarrollo económico esto se debe dar con el tipo de emprendimiento y teniendo gente adecuada, y en los momentos precisos que vayan a generar acciones y obtener resultados empresariales. El desarrollo económico no se da por decreto o por una simple formulación de un plan de desarrollo, si no por las mismas actividades corporativas que se instruyen en la organización.

- b. La puesta en marcha de metas en el desarrollo económico más allá de un simple incremento de los empleos y del ingreso que se obtenga, pues tiene que garantizarse una continuidad del proceso organizativo, esto supone que se dinámico y continuo, en la cual toda la comunidad empresarial tenga la posibilidad de emplear su talento y proporcionar al Sistema empresarial obtener una respuesta que autogenera situaciones que aseguren una mejor calidad de vida plena y continua mejora.

Tipo de emprendimientos empresariales

Según Diana M. González Salazar en su obra "Plan de negocios para emprendedores al éxito" manifiesta que los emprendedores pueden ser clasificados tomando en cuenta dos aspectos:

- a. Por la razón que emprenden, por aprovechar una oportunidad: porque encontraron una necesidad insatisfecha o un Nicho de Mercado desatendido, o porque tienen una buena idea y trabajan en ella. Les gusta lo que hacen; incluso puede decirse que tienen vocación. Nicho de mercado, es un mercado pequeño (a diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación), con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición. Surge por necesidad o porque se encuentran en una situación desfavorable; específicamente, porque no tienen empleo, ya sea por falta de preparación o porque acaba de ser despedido y, requiere procurarse alguna forma de ingreso económico.

- b. Según el tipo de empresa, emprendedor social que busca, mediante su creatividad, entusiasmo y trabajo en su proyecto emprendedor, producir un cambio social, en beneficio de un sector de la población, por lo general sin recibir ganancias económicas para él (sin fines de lucro). Emprendedor que busca destacar en alguna área y ser modelo para otros. Respecto a emprendedor de negocios. Si emprende dentro de una empresa se le llama emprendedor interno, y si lo hace en su propio negocio con fines lucrativos es un emprendedor externo, que puede iniciar desde cero, adquirir una empresa ya existente o comprar una franquicia, fabricando productos, ofreciendo servicios, o tan sólo comercializando algo ya existente.

Características de la actividad emprendedora

Si consideramos a América Latina dentro del aspecto empresarial también incluimos a nuestro país como un nivel empresarial y emprendedor de sus empresarios y que justifican de una manera u otro el desarrollo en nuestro país de acuerdo a los siguientes ítems:

a. Motivación para Emprender.

Se considera que el inicio de un nuevo negocio obedece a dos tipos de motivaciones: oportunidad y necesidad. Las personas que emprenden por oportunidad tienen interés en independizarse y obtener mayores ingresos, mientras que las personas motivadas por la necesidad no tienen otra alternativa para ganarse la vida y se encaminan hacia la generación de negocios para subsistir. De acuerdo al Centro de Desarrollo Empresarial-ESAN-2009. Los países que poseen los mayores ingresos presentan un alto grado de motivación por oportunidad, comportamiento que podría deberse

a la estabilidad económica y el entorno favorable para los negocios que caracteriza a estas economías. Destaca el hecho de que dos de los países latinoamericanos, Chile (62%) y Uruguay (54%), presenten altos índices de motivación por oportunidad, mayores de 50%. Mientras Perú (45%), presenta el nivel de motivación por oportunidad, inferiores al 50%.

b. Actividad Emprendedora y Creación de empleo

La creación de empresas impacta positivamente en la generación de empleo y la disminución de la pobreza, lo que eleva el nivel de vida de la población, de ahí el interés por conocer de forma integral cómo transcurre el proceso emprendedor e identificar acciones capaces de incentivarlo. Del estudio realizado por el Centro de Desarrollo Empresarial ESAN-2009, se muestra la generación de empleo de las empresas en etapa inicial y las empresas establecidas, así como las expectativas de contratación de nuevos trabajadores

dentro de los siguientes cinco años . En cuanto a las empresas en etapa inicial, podemos observar que el 68,1% de los emprendedores crean sus negocios para generar su propio empleo, mientras que el 25,6% da origen a empresas con más de un trabajador. Respecto al crecimiento del empleo, las expectativas son poco alentadoras, pues casi el 60% de los emprendedores espera que en los próximos cinco años sus propias empresas generen solamente entre 1 y 5 puestos de trabajo. En el caso de las empresas establecidas los resultados son similares. El 58,3% de los emprendedores está en situación de autoempleo, mientras la expectativa de generación de empleo para el 57,9% de los emprendedores es de 1 a 5 puestos de trabajo.

En nuestro país la actividad emprendedora es alta, pero no necesariamente en alto grado de generación de empleo. "La importancia de la MYPE desde el punto de vista del desarrollo económico se debe a que: Constituyen un sector prioritario para implementar políticas de desarrollo que generen empleo y riqueza sostenible alejadas del enfoque asistencialista, Es flexible y adaptable ante cambios requeridos por los mercados y por la estructura económica - cada vez más dinámica, Constituye la base de "clusters" empresariales sectoriales y regionales descentralizados con potencial competitivo y Posee la capacidad de articularse con empresas de diferentes

Los emprendimientos por sectores económicos

La International Standard Industrial Classification (ISIC), en su instructivo distingue unos 500 tipos de actividades empresariales agrupados en 4 sectores, la cual van a facilitar el análisis y resultados, haciendo comparaciones tanto entre países como empresas. Los sectores considerados por esta institución son las siguientes:

Sectores de extracción.- actividades de extracción de productos que se generan en el ambiente natural, como puede ser la agricultura, la ganadería, la pesca y la minería.

Sectores transformativos.- estas incluyen toda actividad de transformación, como el transporte de bienes y personas, actividad de construcción, empresas manufactureras y distribución de mayoristas.

Sectores de servicios para empresas.- grupo de clientes cuyos componentes principales son otros negocios, la cual pueden ser de servicio financiero, seguros, empresas inmobiliarias y otros servicio empresariales.

Sectores orientados al consumidor.- grupo de clientes conformados por personas. Ejemplo: venta de minorista, negocio de restaurantes y bares, hospedajes, sector salud educacional, servicios sociales y de recreación.

Teorías de sostenibilidad de Micro y pequeña empresa

Dezar (2013), señala:

La sostenibilidad significa las existencias de condiciones, economías, ecologías, sociales y políticas que determinen su funcionamiento de forma armónica, sin la mortalidad de estas empresas en el Perú la tasa de mortalidad es alta. Según las estadísticas por cada 10 negocios creados 08 mueren a cabo de cinco años esta definición la llevamos al ámbito Empresarial, nos estamos refiriendo al proceso de impulso y de crecimiento rápido sostenido de los negocios en un momento determinado en primer lugar debemos identificar las restricciones que existen alrededor de individuo a fin de potenciar sus capacidades, desarrollar servicios para incidir en su perfil de emprendedor, las características personales, formación y la capacidad de relacionarse para ampliar su red de contactos y reclutar gente idónea con ideas empresariales. en segundo lugar el nivel de empresa existe la posibilidad de inversión de capital, asesoría de marketing por parte del inversionista y de ir de la mano con la búsqueda de la información útil y especializada o capacitación que favorezca la mejora de la gestión empresarial finalmente es importante la intervención del gobierno Local, Central, Regional, Municipal para promover la generación de un entorno favorable que facilite la aceleración de un crecimiento sostenido de los negocios que significa a larga más empleo, bienestar económico y social de un país.

Sostenibilidad de las empresas

Rodriguez (2012), señala: una empresa sostenible es aquella que crea un valor económico, medio ambiental a corto y largo plazo contribuyendo a esta forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras en su torno en genera la sostenibilidad aplicada a la estrategia empresarial, va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, fiscales o laborales siendo de vital importancia el aumento de la inversión de capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. Al desarrollo sostenible de la empresa es esencialmente, la sostenibilidad económica del negocio a largo y mediano plazo para mantener la rentabilidad económica de sus actividades productivas es necesario contemplar nuevos conceptos de riesgos y de oportunidades asociadas a los aspectos medioambientales y el impacto social de la producción y de la calidad de las relaciones laborales.

Teoría del clima organizacional

Fiallo & Alvarado (2015), señala: Clima Organizacional es el ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe tiene con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando el Clima Organizacional, Para que una persona pueda trabajar bien y ser más productiva debe sentirse bien Consigo mismo y con todo lo que gira alrededor de ella, lo cual confirma el principio de que "la gente feliz entrega mejores resultados"

Teoría de la comunicación

Fiallo & Alvarado (2015), señala:

Comunicación es un medio de conexión o de unión que tienen las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Cada vez que se establece comunicación con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, entre otros, lo que se hace es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Teorías del Crecimiento de una empresa

La importancia de un crecimiento de una empresa

Silva (2014), señala:

La clave de algunos empresarios es generar, un proceso de crecimiento continuo que permita mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas. Se trata de un proceso sin final que incluye muchos escenarios como la calidad de los productos y servicios, finanzas transparentes, empleados satisfechos, clientes fieles y por supuesto innovación. Todos estos aspectos se involucran para hacer negocios más competitivos y no frenar el crecimiento, se ha creado la red social corporativa con muy buenos resultados como lo han experimentado algunas empresas, esta tendencia marca la forma como se hace hoy los negocios y la manera como las empresas sacan al máximo el provecho de sus herramientas tecnológicas para que la nube, la inteligencia del negocio y las redes sociales generen resultados, impactos tangibles y un crecimiento sin fin.

Estrategias para hacer Crecer tu empresa

Kotter (2015), señala: “Vivimos en un mundo lento de crecimiento y ante esto la empresa no debe permanecer inmóviles por el contrario debe establecer acciones estratégicas y operativas dentro de dos alternativas reducir los costos o crecer siendo la opción de crecimiento la más inteligente para ganar una cuota en el mercado, aplicando los ocho pasos”

1 .Crecer aumentando la cuota del mercado refrescar cuáles son tus fortalezas y debilidades de la empresa, mejorar sus capacidades financieras y de marketing esto Siempre es útil a mejor capacidad financiera más oportunidades de inversión en nuevas estrategias de promoción, Analizar el nuevo Marketing Mix y mejóralo buscando nuevos segmentos de clientes y nuevos elementos de valor para ellos.

2. Crecer fomentando el compromiso de clientes y además mejorar la expectativa y la satisfacción que el cliente espera de nuestro producto, para mejorar algunas acciones operativas a implantar este hecho ofrece un envidiable servicio garantías adicionales, formación o asesoramiento hay ser clientes fieles creando la sensación de comunidad esta atención a los trabajadores tienen que estar motivados y Comprometidos con la marca para que sea verdaderos embajadores de nuestros valores.

3. Crecer desarrollando una marca potente una buena marca nos puede ayudar a crecer nuestra empresa al permitirnos fijar un margen más alto a nuestros productos y nos permite acceder con más facilidad a los canales de distribución y por ultimo más permite lanzar nuevos productos con más facilidad.

4. Crecer Innovando es hacer crecer nuestro negocios y fomentar la creatividad de nuestro personal y nosotros mismos, todos somos creativos innovar crear nuevos procesos internos o nuevos canales de ventas.

5. Crecer a través de expansión Internacional una buena forma de crecer es buscar diversificación de mercados o productos como a través de exportaciones o de inversión extranjera directa buscando economías con ciclos contrarios al nuestro. 6. Crecer a través de adquisiciones y fusiones de alianza busca asociarte con otras empresas para lograr mejorar mejores ventajas competitivas o entrar en otros mercados se cuidadosos con los socios que metes a tu empresa.

7. Crecer a través de la RSC (Responsabilidad social corporativa) entre las estrategias, operativas que se puede desarrollar para crecer en base a la RSC promoción de una causa, marketing social corporativo, voluntario y otros.

8. Crecer a través de colaboraciones con la Administración La forma de crecimiento requiere la implantación de una serie de procesos, participando en concursos públicos presentados por las distintas administraciones, pensado que debe ser nuestra forma de crecimiento busquemos siempre un equilibrio entre todos los clientes es decir entre clientes públicos o privados ya que depender de un solo canal es un grave error.

2.3. Marco conceptual

Emprendimiento. - Viene hacer el acto de un negocio o negocios por la cual la persona natural o jurídica desarrolla un entidad económica con el objetivo de generar ganancias. Los emprendedores son los que desempeñan un papel importante en la economía de un país, especialmente utilizando sus habilidades e iniciativas y aportando necesariamente con nuevas ideas a los que requiera el mercado.

Sostenibilidad. - es la satisfacción de las necesidades actuales pero sin comprometer la capacidad de futuras generaciones y satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, preservación del ambiente y bienestar social.

Pensamiento crítico.- Es la que permite desarrollar habilidades y actitudes para analizar, argumentar y aplicar la lógica sobre conocimientos y proceso. Debido a que el emprendedor es la que toma decisiones diariamente y que afectara al éxito de sus productos, para la toma de decisiones se debe de pensar de manera crítica y rápida para detectar cualquier falla en los procesos. (Goodman, 2013).

Capacidad de comunicacion.- Se encuentra determinado por la habilidad que posee el emprendedor para poder comunicarse. Todo empresario debe tener la manera mas efectiva de comunicarse con los clientes, su personal y el Mercado.(De Mers, 2014)

Negociacion.- Es toda acción bajo cualquier condición y en cualquier momento, saber negociar es la capacidad de manera imprescindible que debe de tener todo emprendedor. Debe establecer en como llegar a acuerdos, que le sean beneficiosos para ambas partes.

Crecimiento económico.- es el aumento de la renta nacional o el PBI por persona de un país, una región o un grupo de países en un plazo de tiempo. Lo mas habitual es que se tiene que medir de manera anual, para comprar como a crecido o no cada año.

III. Hipótesis

La presente investigación sobre: La sostenibilidad y plan de mejora en el emprendimiento Avimar gas E.I.R.L.- dedicada a la venta de gas doméstico en el Distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2020. No se planteó hipótesis por ser una investigación de tipo descriptivo.

IV. Metodología

4.1. Diseño de investigación

El trabajo de investigación tuvo un diseño no experimental-transversal y descriptivo.

Se aplicó no experimentalmente porque las variables en ningún momento fueron manipuladas, y se observó como este fenómeno funciona en la empresa investigada que pertenece al rubro de venta de gas doméstico.

Fue transversal, porque tuvo su realización en un tiempo y espacio determinado, con un inicio y un final en el proceso de investigación, y que fue realizado dentro del año 2020

Se consideró descriptivo porque se describió las características que tienen o poseen el representante o dueño de la empresa Avimar E.I.R.L y de sus variables como son la sostenibilidad y emprendimiento.

4.2. Población y muestra

- **Población.** – la población estuvo conformada por la Empresa Avimar gas E.I.R.L.
- **Muestra.** – Estuvo conformada por una sola empresa Avimar gas E.I.R.L.

4.3. Definición y operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición
Representante	Es la persona natural o jurídica que tiene la responsabilidad de gestionar su propia empresa y brindar el servicio que ofrece. Ley General de Sociedades Ley N° 26887.(1997)	Edad	<ul style="list-style-type: none"> • De 18 - 30 años • De 31 - 50 años • De 51 - a mas 	Razón
		Genero	<ul style="list-style-type: none"> • Masculino • Femenino 	Nominal
		Grado de Instrucción	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria • Superio no universitario • Superior universitario 	Ordinal
		Cargo que desempeña	<ul style="list-style-type: none"> • Dueño • Administrador • Otros 	Nominal
Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Micro y pequeñas empresas	Es una unidad productiva que es regentada o dirigida por una o mas personas naturales o jurídicas, que tiene la finalidad de ofrecer productos o servicios y obtener una determinada rentabilidad. Ley de Promocion y Formailizacin de las Mype Según la ley Nº 28015.(2003)	Tiempo de permanencia en el rubro	<ul style="list-style-type: none"> • De 0 a 3 • De 4 a 6 • De 7 a mas 	Razón
		Numero de trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • De 1 a 5 • De 6 a 10 • De 11 a mas 	Nominal
		Personas que trabajan en su empresa son	<ul style="list-style-type: none"> • Familiares • Personas no familiares • Familiares y personas no familiares 	Nominal
		Tipo de constitución de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Persona natural • E.I.R.L • S.R.L • S.A.C. • S.A 	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Medición
Emprendimiento y Sostenibilidad	Emprendimiento:	Adopta medidas en relación a sus productos	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal
		Promociona sus productos en redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal
		Aplica usted estrategias de mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal
		Diseña algún plan de capacitación hacia sus trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal
	Sostenibilidad	Te consideras una persona adaptable a los cambios	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si • 	Nominal
		Tienes facilidad de comunicacionn	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal
		Tienes predisposición para asumir riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal
		Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • No • A veces • Si 	Nominal

4.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos

La técnica que se aplicó para recolectar información fue la encuesta, porque se utilizó para recopilar datos de la empresa Avimar Gas E.I.R.L cuya opinión será esencial para las conclusiones de nuestra investigación.

El instrumento que se utilizó para registrar la información fue el cuestionario el cual estuvo estructurado 16 preguntas: 4 de ellas dirigidas a recolectar los datos de identificación de los representantes, 4 sobre la información de la empresa en si, 4 sobre el nivel de Emprendimiento y 4 sobre Sostenibilidad.

Dicho cuestionario se aplicó a través de la técnica de la encuesta a una muestra de la empresa Avimar Gas E.I.R.L.

4.5. Plan de análisis

A continuación de la recolección de información mediante el cuestionario, estos datos se tabularon y organizaron utilizando tablas con gráficos para una correcta interpretación y visualización, se utilizó el programa estadístico para ciencias sociales de la IBM el SPSS en su versión 25.00

4.6. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Variables	Metodología		
			Población y muestra	Método	Técnica e instrumentos
<p>¿La sostenibilidad permite el emprendimiento de Avimar Gas E.I.R.L., dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar si la sostenibilidad permite el emprendimientos de Avimar Gas EIRL, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Nombrar las características del emprendedor Avimar Gas E.I.R.L, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. Describir las características de Avimar Gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. 	<p>Emprendimiento</p> <p>Sostenibilidad</p>	<p>POBLACIÓN</p> <p>la población estuvo conformado por una sola empresa Avimar gas E.I.R.L.</p> <p>MUESTRA</p> <p>Se considero como muestra una sola empresa Avimar gas E.I.R.L.</p>	<p>METODO:</p> <p>TIPO: Cuantitativo y Cualitativo</p> <p>NIVEL: Descriptivo y Aplicativo</p> <p>DISEÑO:</p> <p>No experimental - transversal</p> <p>No experimental:</p> <p>Porque no se manipulo las variables, y de observará el fenómeno tal como está en la realidad.</p> <p>Transversal:</p> <p>Porque se desarrollarlo las variables en el periodo</p> <p>Descriptivo:</p> <p>Porque se describen las partes más</p>	<p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p> <p>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p> <p>Entrevista y encuesta</p> <p>PROCEDIMIENTO</p> <p>Se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentual, así como figuras estadísticas. El procedimiento de los datos se realizó en el programa Excel del sistema operativo Windows 7.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar el emprendimiento para la sostenibilidad de la empresa Avimar Gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. • Elaborar un plan de mejora del emprendimiento para Avimar Gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico del Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. 			importantes de las variables.	
--	--	--	--	-------------------------------	--

4.7. Principios éticos

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó los siguientes principios éticos de la investigación aprobado de acuerdo al Consejo Universitario N.º 0973-2019-CU-ULADECH CATOLICA entre ellos tenemos:

Protección a las personas: indudablemente que toda investigación necesita de cierto grado en cuanto a su protección, porque se pone en riesgo la probabilidad que pueda tener algún beneficio de otra persona. Al trabajar las investigaciones con diferentes personas, supone respetar las bondades éticas de identidad, diversidad, dignidad humana y la confidencialidad de la misma. De acuerdo a lo explicado este principio ético responde a que las personas que están sujetas al trabajo de investigación de alguna manera participen de manera voluntaria y puedan disponer de una información adecuada, como también debe involucrar el respeto a sus derechos fundamentales de manera particular, si estos se encuentran de alguna manera en situación vulnerable.

Justicia: los investigadores en su conjunto deben ejercer de manera razonable, ponderable y sobre todo tomar algunas precauciones que le aseguren tener sus sesgos, y las limitaciones de sus propias capacidades y conocimientos, al no dar crédito o lugar a su tolerancia de prácticas injustas. Deben asumir responsabilidad equidad y justicia al otorgar a todas las personas involucradas en la investigación y tener el derecho a la obtención de sus resultados.

Integridad científica: el participante durante su trabajo de investigación se encuentra bajo algún tipo de riesgo, puede ser por haber revelado de manera errónea alguna información personalísima y que pueda ser usada en su contra, la cual se le informara inmediatamente. El investigador de acuerdo a su integridad

científica, resulta relevante teniendo en cuenta las normas deontológicas de su propia profesión, la cual se evaluarán y declararán los daños, riesgos y beneficios de manera potencial puedan afectar a los que integran en trabajo investigador, de igual manera al tener la integridad científica es declarar los conflictos de intereses que pudiesen afectar el desarrollo del estudio, o puede suceder con relación a la comunicación de sus resultados.

V. Resultados

5.1. Resultados

Tabla 1.

Característica del representante de la empresa Avimar gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.

Datos Generales	N	%
Edad (años)		
18-30	0	00.00
31-50	1	100.00
51 a más	0	00.00
Total	1	100.00
Genero		
Masculino	1	100.00
Femenino	0	00.00
Total	1	100.00
Grado de Instrucción		
Primaria	0	00.00
Secundaria	0	00.00
Superior no universitario	1	100.00
Superior universitario	0	00.00
Total	1	100.00
Cargo que desempeña		
Dueño	0	00.00
Administrador	1	100.00
Otros	0	00.00
Total	1	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la empresa Avimar gas E.I.R.L- dedicada a la venta de gas doméstico, en el distrito de Santa María, provincia de Huaura,2020.

Tabla 2.

Características de las micro y pequeña empresa Avimar gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas domestico, en el Distrito de Santa Maria, Provincia de Huaura, 2020.

De la Empresa	N	%
Tiempo de permanencia del negocio en el rubro		
1 a 3	0	00.00
4 a 6	0	00.00
7 a mas	1	100.00
Total	1	100.00
Numero de trabajadores		
1 a 5	1	100.00
6 a 10	0	00.00
11 a mas	0	00.00
Total	1	100.00
Las personas que trabajan en su empresa son		
Familiares	0	00.00
Personas no familiares	0	00.00
Familiares y personas no familiares	1	100.00
Total	1	100.00
Tipo de constitución de la empresa		
Pesona natural	0	00.00
E.I.R.L.	1	100.00
S.R.L.	0	00.00
S.A.C.	0	00.00
S.A.	0	00.00
Total	1	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la empresa Avimar gas E.I.R.L- dedicada a la venta de gas doméstico, en el distrito de Santa María, provincia de Huaura,2020.

Tabla 3.

Características del emprendimiento para la sostenibilidad de la empresa Avimar E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.

Emprendimiento	N	%
Te consideras una persona adaptable a los cambios		
No	0	00.00
A veces	0	00.00
Si	1	100.00
Total	1	100.00
Tienes facilidad de comunicación		
No	0	00.00
A veces	1	100.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00
Tienes predisposición para asumir riesgos		
No	0	00.00
A veces	1	100.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00
Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo		
No	1	100.00
A veces	0	00.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00

Continúa...

Características del emprendimiento para la sostenibilidad de la empresa Avimar E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.

Concluye

Tics	N	%
Adopta medidas en relación a los productos		
No	0	00.00
A veces	1	100.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00
Promociona sus productos en las redes sociales		
No	0	00.00
A veces	1	100.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00
Aplica usted estrategias de mercadeo de manera continua		
No	1	100.00
A veces	0	00.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00
Diseña algún plan de capacitación hacia sus colaboradores		
No	1	100.00
A veces	0	00.00
Si	0	00.00
Total	1	100.00

Fuente: Cuestionario aplicado al representante de la empresa Avimar gas E.I.R.L- dedicada a la venta de gas doméstico, en el distrito de Santa María, provincia de Huaura,2020.

Tabla 4.

Plan de mejora a los resultados para la aplicación del emprendimiento en la sostenibilidad en la empresa Avimar E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa Maria, Provincia de Huaura, 2020.

Problema	Causa	Solución-Aplicación de mejora	Responsable
No aplica plan de acciones con relación al desarrollo de su trabajo.	Desconocimiento del trabajo formal, consecutivo e incumplimiento de los objetivos.	Implementar planes concretos de acciones que conlleven a mejorar la productividad del negocio.	Gerente y/o propietario
No aplica de manera continua estrategias de mercadeo.	Desconoce la falta de estrategia que se dan en el mercado.	Tratar de conocer e implementar las estrategias de mercadeo que beneficien a la empresa.	Gerente y/o propietario
No diseña planes de capacitación hacia sus colaboradores.	Falta de interés para implementar planes de capacitación en beneficio de los colaboradores y la empresa	Establecer planes de capacitación para el mejoramiento de los componentes de la empresa y su mejoramiento en el emprendimiento.	Gerente y/o propietario

5.2. Análisis de Resultados

Características de los representantes de las micro y pequeñas empresas

De la empresa encuestada vemos que el representante tiene entre 31 a 50 años de edad lo cual corresponde al 100% y son del género masculino, estos resultados contrastan con Chavesta (2017) ya que el 73% de los encuestados son mujeres que tienen una edad de entre 40 a a 59 años, igualmente contrasta con Valdivieso (2020) quien manifiesta que el 27% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad.

Cuenta con el grado de instrucción Superior no universitario (100%) estos resultados contrastan con Valdivieso (2020) ya que el 55% de los encuestados cuenta con un grado de instrucción superior universitaria.

Y en cuanto al cargo en la empresa Avimar la persona que lo dirige es el Administrador, estos resultados contrastan con Valdivieso (2020) ya que el 82% de los que manejan el negocio son dueños del mismo.

Características de las micro y pequeñas empresas

De la empresa encuestada vemos que la misma tiene más de 7 años en el rubro, cuenta entre 1 a 5 trabajadores, las personas que trabajan ahí son familiares y personas no familiares y el tipo de constitución de la empresa es E.I.R.L. Estos resultados son consecuencia de que se aplicó un cuestionario y no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de la presente investigación.

Características de Emprendimiento y Sostenibilidad

De la empresa encuestada con respecto al emprendimiento el representante o dueño el 100% si se adapta a los cambio, el 100% a veces presenta facilidades al comunicarse con su personal, el 100% a veces tiene predisposición para asumir riesgos en beneficio de su negocio y el 100% no siempre planifica de forma rigurosa acciones concretas en el desarrollo de su trabajo. Estos resultados son consecuencia de que se aplico un cuestionario y no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de la presente investigación.

Con respecto a la sostenibilidad el representante el 100% a veces adopta medidas en relación a los productos, el 100% a veces promociona sus productos en las redes sociales estos resultados contrastan con Chavesta (2017) el cual manifiesta que el 91% de los encuestados no promociona sus productos por redes sociales.

El 100% no aplica estrategias de mercadeo para su negocio. Estos resultados son consecuencia de que se aplico un cuestionario y no coinciden ni contrastan con los resultados obtenidos en los antecedentes de la presente investigación.

Y el 100% no cuenta con un plan de capacitación para sus colaboradores, estos resultados contrastan con Villacres (2017) en la cual manifiesta que en un 64% la capacitación del personal ha mejorado totalmente la productividad de su empresa.

PLAN DE MEJORA

LA SOSTENIBILIDAD Y PLAN DE MEJORA EN EL EMPRENDIMIENTO AVIMAR GAS E.I.R.L.- DEDICADA A LA VENTA DE GAS DOMÉSTICO EN EL DISTRITO DE SANTA MARÍA, PROVINCIA DE HUAURA, 2020.

1. INTRODUCCIÓN

La propuesta para mejorar el emprendimiento es un factor imprescindible a través de la sostenibilidad, con resultados de mejoramiento, que se debe esperar en un proceso de venta de Gas doméstico de la empresa Avimar Gas E.I.R.L. y poder desarrollarse en contextos diferentes, como: A nivel laboral, familiar y empresarial. Diremos que en todo momento este deberá estar orientado a la toma de decisiones y de esta manera tener una sostenibilidad permanente de emprendimiento, en el sector comercio rubro de venta de gas doméstico.

2. JUSTIFICACION

La presente propuesta de mejoramiento se justifica, porque será beneficioso en brindar soluciones favorables para que el pequeño empresario se enfoque en su desarrollo de emprendimiento sosteniblemente y así de esta manera brindar en todo momento una excelente atención a sus clientes y tener en cuenta elementos primordiales como, los sociales, económicos y ambientales promoviendo así la sostenibilidad de la empresa dedicada al comercio, rubro en ventas del Distrito de Santa María de Huacho, 2020.

Por tanto esta propuesta de mejora se justifica, por la información relevante de recojo de información y beneficiara al pequeño empresario y a su negocio, la cual proporcionara estrategias y herramientas adecuadas para mejorar su crecimiento empresarial. Además, va ser ventajoso llevar acabo el estudio, porque obtendrá aspectos muy importantes para su bienestar, ayudando al empresario dándole énfasis y promoviendo continuamente el

emprendimiento de manera sostenida, haciendo uso de todos los procesos de ventas y mejorar su calidad en su atención a sus clientes.

3. OBJETIVO:

Proponer e implementar estrategias y herramientas con todos sus procedimientos y métodos en el proceso de emprendimiento sostenible la cual permitirá al pequeño empresario mejorar su atención a los clientes y a sus ventas en la pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de Gas doméstico en el Distrito de Santa María, de la ciudad de Huacho, 2020.

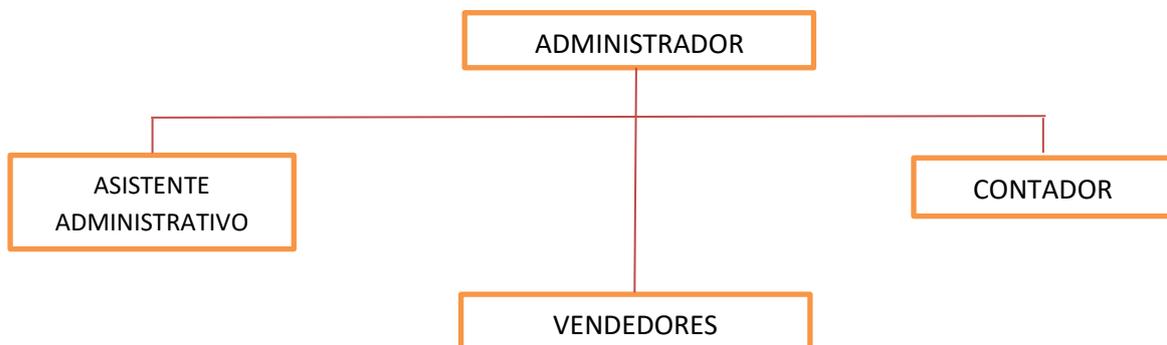
Situación: Antecedentes- Ubicación

La pequeña empresa del sector comercio, rubro venta de Gas doméstico del Distrito de Santa María, ciudad de Huacho, 2020.

Alcances:

Esta investigación se tomará en cuenta solo al propietario de la empresa Avimar E.I.R.L por contexto de la pandemia del Covid-19, en la que hoy vivimos y que está enmarcada en el sector comercio, rubro venta de Gas doméstico del Distrito de Santa María de Huacho, 2020.

Organigrama de la empresa



Diagnostico de FODA

	Oportunidades	Amenazas
Análisis FODA de venta de gas doméstico.	<p>Cartera de clientes permanentes como las amas de casa y pequeños negocios que demandan nuestro producto.</p>	<p>Competencias de productos de diversas marcas en el Mercado.</p>
Fortalezas	F-O	F-A
<p>Cientes habituales (amas de casas y pequeños negocios). Distribucion de los productos de manera constante. Atencion al publico mediante redes sociales y lineas telefonicas</p>	<p>Aumento de distribucion de los productos y atención al cliente, teniendo en consideracion que estos son mayormente las amas de casa y los pequeños negocios</p>	<p>Contrarestar la competencia de otras marcas teniendo en consideración la fluides y comunicacion acertada con los clientes.</p>
Debilidades	D-O	D-A
<p>Se cuenta con poco personal para el abastecimiento de los productos. No se cuenta con capacitacion permanente de la empresa envazadora de la marca.</p>	<p>Establecer un ciclo de capacitaciones a los trabajadores a través de las empresas envazadoras para repotenciar las ventas de nuestros productos.</p>	<p>Utilizar adecuadamente el poco personal con que se cuenta para sacar información de la competencia, para hacer un mayor desarrollo de nuestras estrategias de ventas.</p>

4. MÉTODOS Y MATERIALES

Se plantea usar el proceso en cinco etapas para promover el emprendimiento de manera sostenida en la empresa investigada perteneciente al sector comercio del sector venta de gas doméstico del distrito de Santa María, ciudad de Huacho, 2020.

De acuerdo a su manifestación el pequeño empresario indicaba que los procedimientos para emprender su negocio sostenidamente , casi nos los consideraba como una actividad programada y por tanto la empresa no estaba dando resultados favorables, porque no había una actitud seria de emprendimiento, mas era la voluntad pero no había una planificación sostenida. Sin embargo, se puede considerar que en este sector de comercialización, rubro venta de gas doméstico casi siempre se cuenta con stock de sus productos, pero muchas veces sucede que la empresa es manejado por su propio dueño y esto limita brindar un mejor servicio al cliente final, que mayormente son las amas de casa, donde se debe conjugar descuentos y promociones. Este sector casi siempre se cuenta con una logística que la proporciona las empresas envasadoras, pero la distribución la tiene que hacer directamente con sus propios recursos el pequeño empresario.

En este apartado se presenta un procedimiento para establecer un emprendimiento sostenible que consistía en:

Ofrecer al personal (dueño o propietario) las condiciones, herramientas y estrategias básicas de como incorporar de manera eficiente en su actividad de emprendimiento.

Objetivos Específicos

- Conocer las etapas del proceso de emprendimiento de la,empresa Avimar Gas E.I.R.L
- Identificar puntos estrategicos de ventas.

- Establecer planes de capacitación con el propósito de reforzar el emprendimiento dentro de la empresa.

4. ACCIONES DE PROPUESTA

Etapas de emprendimiento en la Sostenibilidad

ETAPA 1: Inicio del proceso

Objetivo: Atender a la necesidad que tenga el empresario en relación a su emprendimiento de manera sostenible para mejorar la calidad en la venta de sus productos que comercializa

ETAPA 2: Obtención de información con relación al emprendimiento

Objetivo: conocer y comprender las informaciones y datos del empresario para posibilitar y desarrollar el emprendimiento sostenible que debe poseer el empresario para ir mejorando la calidad de venta de los productos que comercializa en su empresa.

ETAPA 3: Satisfacer la necesidad del emprendimiento

Objetivo: Implementar las acciones requeridas en relación al emprendimiento que debe seguir de manera sostenible el empresario para resolver sus propias necesidades y la de sus clientes a través de estrategias de capacitación y formación en relación al rubro de ventas que desarrolla en su empresa.

ETAPA 4: Conclusion del proceso del emprendimiento

Objetivo: Asegurar que las estrategias y herramientas aplicadas sean las mas adecuadas para que finalmente sea de interés para el empresario, la empresa y sus clientes finales.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye que el representante (administrador) de la empresa Avimar Gas E.I.R.L tiene entre 31 a 50 años de edad y pertenece al género masculino con grado de instrucción superior no Universitario.

De igual manera se concluye que la empresa en mención cuenta con mas de 7 años en el rubro, además se ha identificado que la empresa cuenta con 3 trabajadores, de las cuales son familiares y amigos, y la empresa es de tipo E.I.R.L

Con relación al emprendimiento el representante o dueño es adaptable a los cambios y a veces presenta facilidad de comunicación con su personal y riesgos en beneficio de su negocio, con relación a la planificación no siempre lo desarrollo en forma rigurosa.

Con respectoa la sostenibilidad, aveces adopta medidas con relación a los productos, como también a veces se proporciona productos a través de las redes sociales, hay ausencia de estrategias de mercadeo y no cuenta con planes de capacitación hacia su personal.

En cuanto al Plan de Mejora esto va a permitir mejorar la situación actual de la empresa a través del uso de factortes básicos en las cual les va a permitir brindar un servicio de calidad, ha sabiendas de que tan satisfechos puedan estar sus clientes con el servicio que se brinde. Esto le permitirá mejorar en cuanto a la atención y a los

servicios que ofrecen y de esta manera puedan alcanzar sus objetivos, contar con una mejor rentabilidad, sostenibilidad, competitividad y posicionarse en el mercado

RECOMENDACIONES

Aprovechar de manera sostenida su actitud emprendedora para ir asumiendo nuevos retos y riesgos en beneficio de la empresa en la cual se desempeña actualmente.

Implementar estrategias y técnicas de ventas para el sostenimiento del negocio a largo plazo .

Recomendar una adaptación al emprendedor la adaptación constante y de manera sostenible a los cambios que se vayan generando en el mercado para satisfacer plenamente a los clientes de la empresa y a la vez aplicar la planificación como un instrumento eficaz en la consecución de los objetivos empresariales.

Implementar estrategias de mercadeo de manera permanente y sostenida para dar a conocer los productos que ofrece y a la vez contar con planes anuales de capacitación al personal de la empresa

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Camino (2018) en su tesis. Sostenibilidad de los emprendimientos del sector comercial de Santa Rosa, el oro periodo 2016 – 2018

Cevallos (2018) es su tesis. Estrategias administrativas que incidan en la sostenibilidad de pequeños emprendimientos en la avenida principal de Paraíso de la Flor.

Cuevas (2019) en su tesis, Caracterización de la formalización del empleo y emprendimiento de las micro y pequeñas empresas del sector industria – rubro fabricación de calzado, distrito del porvenir – Trujillo, 2015.

Chavesta (2017) en su tesis. Gestión de Calidad y la Sostenibilidad de las Microempresas Artesanales de Monsefú, Provincia Chiclayo 2015

Druker, P. (2002) The discipline of innovation the innovative Enterprise Harvard Business Review(https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57049925/6._The_Discipline_of_Innovation.pdf?1532297226=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DThe_Discipline_of_Innovation.pdf&Expires=1608488646)

Esser, K., W. Hillebrand, D. Messner, y J. Meyer-Stamer (1994) Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas, Berlín, República Federal de Alemania, Instituto Alemán para el Desarrollo.

Global Entrepreneurship Monitor GEM, portal dedicado al estudio empresarial, Reporte Región Caribe Colombia 2006 -2013, ISBN: 978-958-741-392-2 49

- L, P., & Cobos, F. (2012) La Creatividad Y El Emprendimiento En Tiempos De Crisis. Reice. Obtenido de Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 10 (2), 238-247.: <http://www.redalyc.org/pdf/551/55124596016.pdf>
- Isenberg, D. (2011) The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. [En línea]. Disponible en: http://www.wheda.com/uploadedFiles/Website/About_Wheda/Babson%20Entrepreneurship%20Ecosystem%20Project.pdf. Último acceso: noviembre 26, 2014.
- Kantis, H. (2008) Aportes para el diseño de Programas Nacionales de Desarrollo Emprendedor en América Latina. Banco Interamericano de Desarrollo. Vicepresidencia de Sectores y Conocimiento Sector Social División de Ciencia y Tecnología. Notas Técnicas # IDB-TN-132.
- López, J. (2012) Modelos actitudinales y emprendimiento sostenible. Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible | ISSN 1889-0660. Universidad de Almería. Abril 2012. España.
- Morales, J. (2005) El perfil psicosocial del emprendedor. Consejo económico y social. Madrid. España (<https://www.redalyc.org/pdf/2313/231317045004.pdf>)
- Mujica, N y Rincón, S. (2011) Consideraciones teórico epistémicas acerca del concepto de modelos TELOS Revista de estudios interdisciplinarios en ciencias sociales. Universidad Rafael Bellosillo Chacín Vol. 13(1). Caracas, Venezuela.
- Navactiva, (2002) Fundación Entorno, IESE, Pricewaterhousecoopers. Navactiva
- Poter, M. (2008) Estrategia competitiva técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Trigésima séptima edición, edición revisada, México, grupo

editorial patria.

Shapero, A. (1984) The entrepreneurial Event. En: KENT; C.A. (ed), The Environment for Entrepreneurship. MA: Lexington Book.

Schumpeter, J. (1934) The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle Dordrecht, NE: Kluwer Academic Publishers.

Timmons (1999) New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21 St. Century. Mc Graw Hill Publ., USA

Valdivieso (2020) en su tesis. Propuesta de Mejora de Atención al Cliente Como Factor Relevante para la Sostenibilidad de los Emprendimientos en las Micros Y Pequeñas Empresas del Sector Comercio, Rubro Ferretería del Distrito De Huaral, 2019

Villacres (2017) es su tesis. Gestión del emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolívar en el Ecuador.

Veciana, J (2001) Creación de empresas como campo de estudio y salida profesional: Evolución, estado actual y tendencias de desarrollo. RGE-Revista de Gestão e Economía. Universida de Da Beira Interior. Covilha, Portugal.

Vidal, R. (2010) Batallas pérdidas guerras ganadas el fracaso como fuente de aprendizaje. Revista debates el IESA. Volumen XV, numero 2 Abril- Junio 2010.

Zare (2015) en su tesis. El nivel de inseguridad ciudadana y su influencia en el micro emprendimiento del Distrito de El Porvenir, Provincia de Trujillo: 2012 -2014.

Anexos

Anexo N° 01: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																			
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2020																	
		SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE					
		1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°		
	Planificación	x																	
1	Elaboración del Proyecto de Investigación		x																
2	Revisión del Proyecto por el jurado de Investigación			x															
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación				x														
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación o Docente Tutor					x													
5	Mejora del marco teórico						x												
6	Redacción de la revisión de la literatura							x											
7	Elaboración del consentimiento informado (*)								x										
8	Ejecución de la metodología									x									
9	Resultados de la investigación										x								
10	Conclusiones y recomendaciones											x			x				
11	Redacción del Pre-informe de investigación												x			x			
12	Redacción del informe final															x			
13	Aprobación del informe final por el jurado de investigación																x		
14	Presentación de ponencia en eventos científicos																	x	
15	Redacción de artículo científico																		x

Anexo N° 02: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	25.00	3	75.00
• Fotocopias	10.00	3	30.00
• Empastado	-	-	-
• Papel bond A-4 (500hojas)	11.00	1	11.00
• Lapiceros	2.00	1	2.00
Servicios			
• Costo del taller de titulación	675.00	4	2.700
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	4.00	10	40.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			2,958
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	30.00	2	60.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			390.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total, de presupuesto no desembolsable			642.00
Total (S/.)			3,600

FINANCIAMIENTO

El presente trabajo de investigación respecto a los gastos incurridos fue totalmente autofinanciado.

Anexo N° 03: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en la **FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula **LA SOSTENIBILIDAD Y PLAN DE MEJORAS EN EL EMPRENDIMIENTO AVIMAR GAS E.I.R.L.- DEDICADA A LA VENTA DE GAS DOMÉSTICO EN EL DISTRITO DE SANTA MARÍA, PROVINCIA DE HUAURA, 2020** y es dirigido por José Antonio Yong Lavado, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Obtener el Título de Licenciado en Administración

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de correo electrónico. Si desea, también podrá escribir al correo rcenturionm@uladech.edu.pe para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: José Antonio Avila Marcos

Fecha: 12 de diciembre de 2020

Correo electrónico: avilagas18@hotmail.com

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

CIEI-V1

Anexo N° 04: Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente trabajo tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La sostenibilidad y plan de mejora en el emprendimiento Avimar Gas E.I.R.L.- dedicada a la venta de gas doméstico en el distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020. Para obtener el título de licenciado en administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

INSTRUCCIONES: Marca con una (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

DATOS GENERALES:

1.1. Referente a los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas

1. Edad

- a) 18 – 30 años
- b) 31 – 50 años
- c) 51 a más años

2. Género

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de Instrucción

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Superior no Universitaria
- d) Superior Universitaria

4. Cargo que desempeña

- a) Dueño
- b) Administrador
- c) Otros

1.2. Referente a las características de las micro y pequeña empresa

5. Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

6. Número de trabajadores

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

7. Las personas que trabajan en su empresa son:

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y Personas no Familiares

8. Tipo de constitución de la empresa

- a) Persona Natural
- b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c) Sociedad comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)

- d) Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C.)
- e) Sociedad Anónima (S.A.)

1.3. Referente a las características del Emprendimiento

9. ¿Te consideras una persona adaptable a los cambios?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

10. ¿Tienes facilidad de comunicación?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

11. ¿Tienes predisposición para asumir riesgos?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

12. ¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

1.4. Referente a las características de la Sostenibilidad

13. ¿Adopta medidas en relación a los productos (balón de gas) que usted ofrece para no dañar el ambiente?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

14. ¿Promociona sus productos en las redes sociales (Facebook, twitter)?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

15. ¿Aplica usted estrategias de mercadeo de manera continua para el desarrollo a largo plazo de su negocio?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

16. ¿Diseña algún plan de capacitación hacia sus colaboradores para la permanente sostenibilidad de su negocio?

- a) No
- b) A veces
- c) Si

Anexo 5: Figuras

Tabla 1

Respecto a las Característica del representante de la empresa Avimar gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa Maria, Provincia de Huaura, 2020.

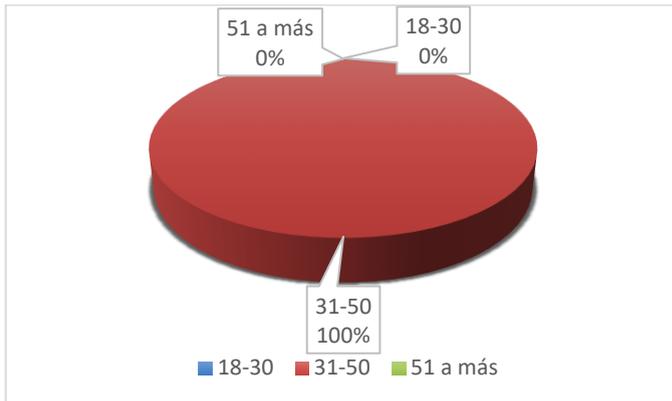


Figura 1. Edad

Fuente: Tabla 1

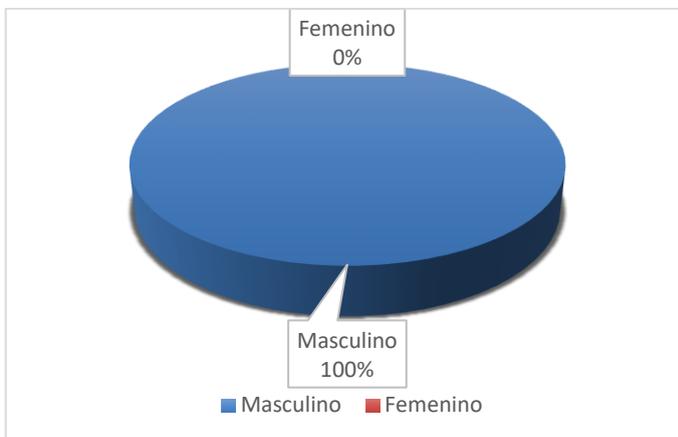


Figura 2. Género

Fuente: Tabla 1

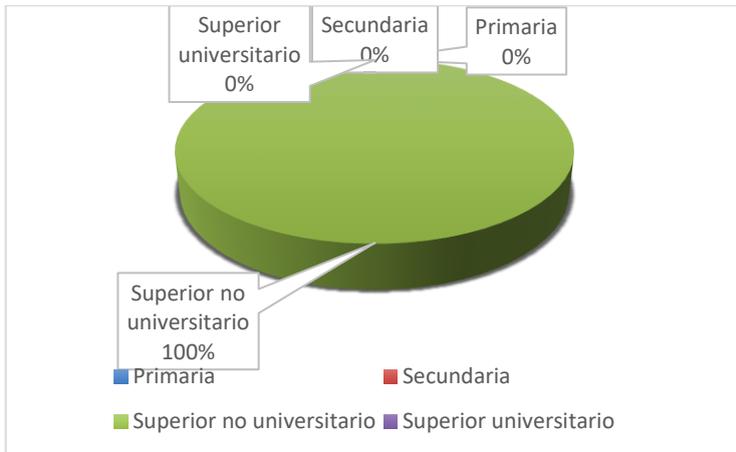


Figura 3. Grado de instrucción

Fuente: Tabla 1

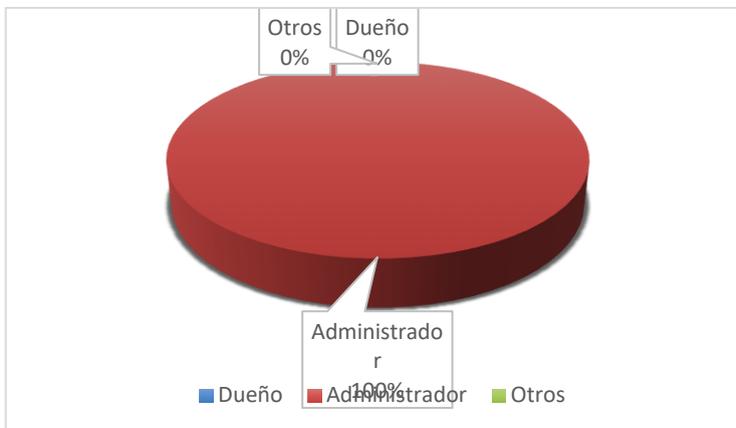


Figura 4. Cargo que desempeña

Fuente: Tabla 1

Tabla 2

Respecto a las Características de las micro y pequeña empresa Avimar gas E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.

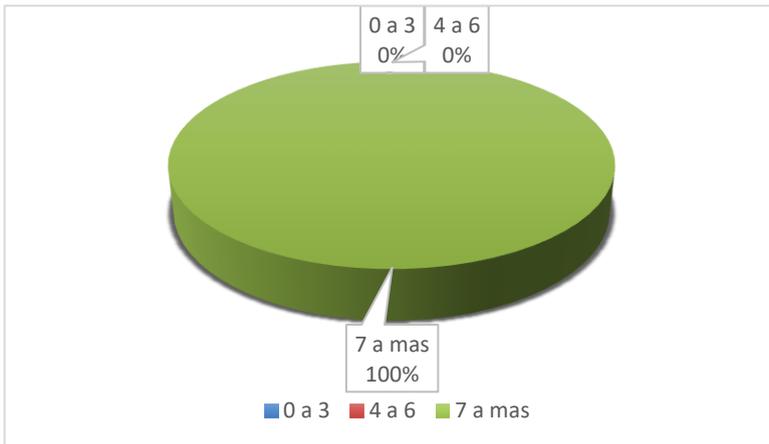


Figura 5. Tiempo en el rubro

Fuente: Tabla 2

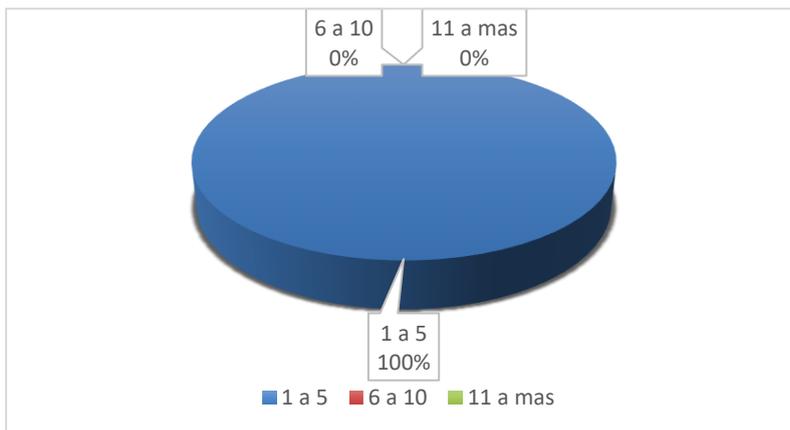


Figura 6. Número de trabajadores

Fuente: Tabla 2

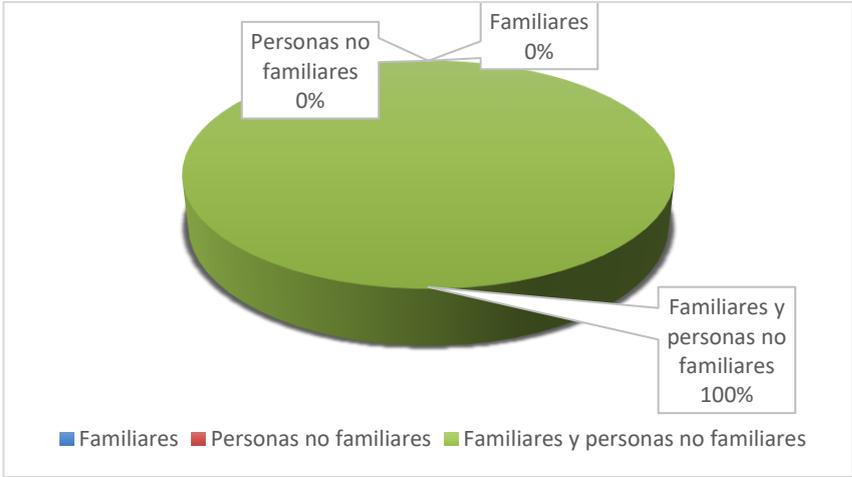


Figura 7. Personas que trabajan en su empresa
 Fuente: Tabla 2

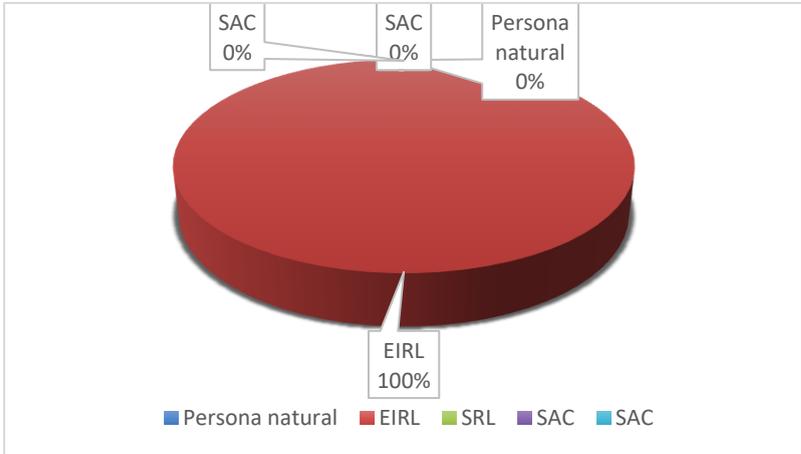


Figura 8. Tipo de constitución de la empresa.
 Fuente: Tabla 2

Tabla 3

Respecto a las Características del emprendimiento para la sostenibilidad de la empresa Avimar E.I.R.L, dedicada a la venta de gas doméstico, en el Distrito de Santa María, Provincia de Huaura, 2020.



Figura 9. Adaptable a los cambios

Fuente: Tabla 3

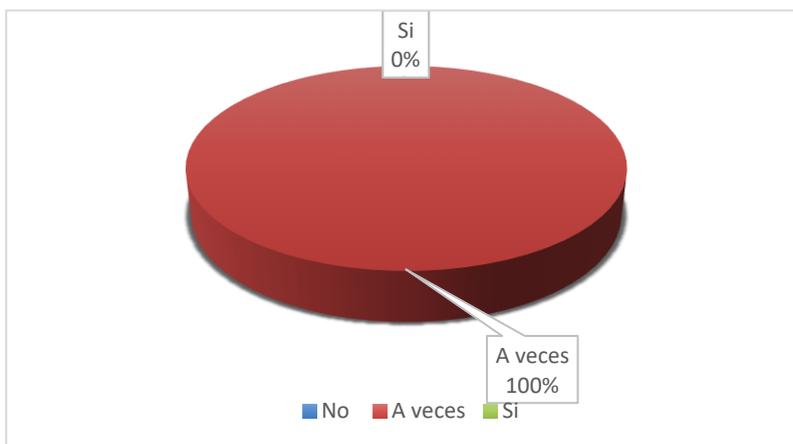


Figura 10. Facilidad de comunicacion

Fuente: Tabla 3

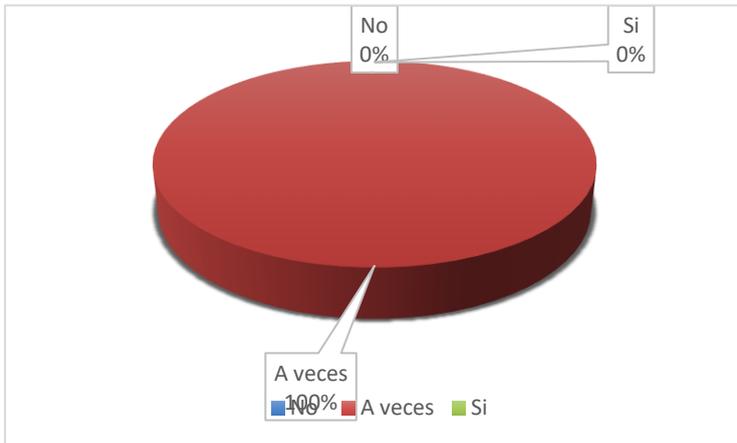


Figura 11. Predisposición par asumir riesgos

Fuente: Tabla 3



Figura 12. Planifica acciones concretas

Fuente: Tabla 3



Figura 13. Medidas en relación a sus productos

Fuente: Tabla 3



Figura 14. Promociona sus productos en redes sociales

Fuente: Tabla 3



Figura 15. Aplica estrategias de mercadeo

Fuente: Tabla 3

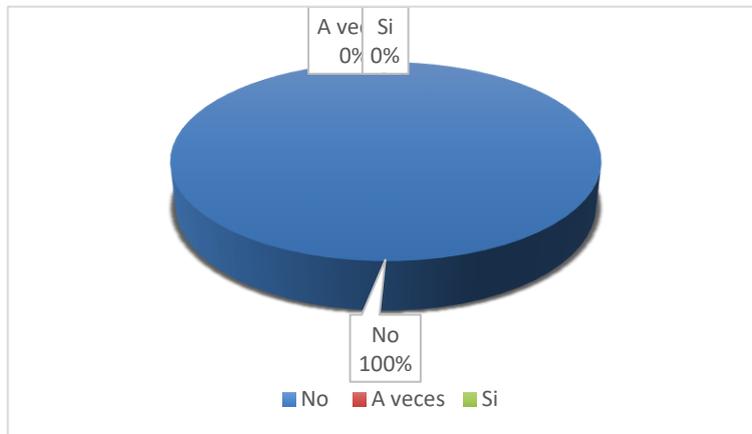


Figura 16. Plan de capacitación

Fuente: Tabla 3