



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**SEDE MORONA SANTIAGO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR SECTOR  
GEOGRÁFICO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA LOCAL EN LA  
CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL  
PERIODO 2022**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentando para optar el grado académico de:

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTORAS:**

**JOELENY MISHALL ARAY ARÉVALO**

**JENNYFER JAZMIN UYAGUARI PAGUAY**

Macas-Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**SEDE MORONA SANTIAGO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR SECTOR**  
**GEOGRÁFICO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA LOCAL EN LA**  
**CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL**  
**PERIODO 2022**

**Trabajo de Integración Curricular**

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentando para optar el grado académico de:

**LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**AUTORAS:**

**JOELANY MISHALL ARAY ARÉVALO**

**JENNYFER JAZMIN UYAGUARI PAGUAY**

**DIRECTOR:** Econ. EDISON MARCELO MELENDRES MEDINA Mgs.

Macas-Ecuador  
2023

**©2023, Joeleny Mishell Aray Arévalo y Jennyfer Jazmin Uyaguari Paguay**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Nosotras, Joeleny Mishell Aray Arévalo y Jennyfer Jazmin Uyaguari Paguay, declaramos que el presente Trabajo de Integración Curricular es de nuestra auditoria y los resultados del mismo son auténticos. Los Textos en el documento provienen de otras fuentes debidamente citados y referenciados.

Como autoras asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular, el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Macas, 09 de mayo de 2023



**Joeleny Mishell Aray Arévalo**

**1401275829**

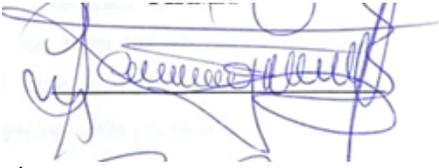
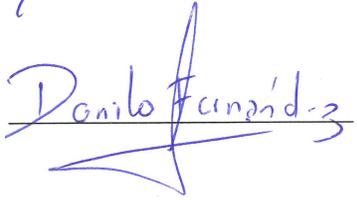


**Jennyfer Jazmin Uyaguari Paguay**

**1400875884**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**SEDE MORONA SANTIAGO**  
**FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación, **ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR SECTOR GEOGRÁFICO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA LOCAL EN LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL PERIODO 2022**, realizado por las señoritas **JOELENY MISHHELL ARAY ARÉVALO** y **JENNYFER JAZMIN UYAGUARI PAGUAY**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación:

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Marcelo Eduardo Sánchez Salazar Mgs. <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2023/05/09
Econ. Edison Marcelo Melendres Medina Mgs. <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2023/05/09
Ing. Danilo Fernando Fernández Vinueza Mgs. <b>ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>		2023/05/09

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de integración curricular lo dedico a Dios quien supo guiarme para darme fuerzas para seguir adelante y no rendirme en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la fe en el intento y hacer que mis anhelos se hagan realidad.

Para mi madre Fanny Arévalo quien siempre estuvo ahí para apoyarme en todo lo que necesitaba. Me ha dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi empeño y mi coraje para conseguir mis objetivos. A mis hermanos Ariana y Jhonatan por estar siempre presente, quienes con su apoyo y cariño incondicional me alentaban para seguir adelante.

**Joeleny**

El presente trabajo de investigación se lo dedico a Dios por permitirme alcanzar a llegar a este periodo final de la carrera, por darme salud y fortaleza para continuar cada día. A mi madre María Paguay por brindarme su apoyo, amor y consejos en cada momento y gracias a sus esfuerzos he podido continuar en el desarrollo de mis estudios y es un gran ejemplo a seguir. A mis hermanos Robinson, Cristina y Santiago por el cariño, amor y porque tuvieron fe en mí, así como también me motivaron a seguir adelante en este proceso.

**Jennyfer**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitirme culminar esta etapa de mi vida. A mi familia; especialmente a mi madre, por estar siempre pendiente de mí y por brindarme su apoyo incondicional para llegar a ser una profesional, a mis hermanos que siempre han estado conmigo brindándome su cariño. A una persona muy especial Augusto E. que desde el primer momento me ayudó en el transcurso de esta etapa, supo alentarme para no rendirme y siempre seguir adelante. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por darme la oportunidad de estudiar en sus aulas y ser hoy una profesional de bien. A mis amigas; especialmente a mi mejor amiga Jazmin Uyaguari por compartir esta etapa conmigo y por brindarme su amistad desde el colegio, por apoyarnos a no rendirnos y seguir para adelante juntas, por darme su sincera amistad poniendo siempre un granito de arena en las metas que nos hemos propuesto.

**Joeleny**

Mi agradecimiento es para Dios por sus bendiciones a lo largo de mi vida estudiantil, dándome fuerzas y sabiduría para llegar a este proceso de mi carrera. A mi madre María Paguay que con su trabajo y esfuerzo me acompañó en este transcurso de formación profesional, a mi hermano Robinson Uyaguari porque es parte fundamental de mi vida al brindarme sus consejos y que a pesar de la distancia siempre ha estado presente. A los docentes quienes forman parte de esta institución por brindarme sus conocimientos a lo largo de los estudios. A mi amiga que iniciamos la carrera juntas y gracias a Dios estamos en el proceso de culminarla, por su cariño y amistad que ha estado presente. A mis amistades que he podido formar en el transcurso de la carrera y hemos sido un apoyo en el desarrollo de cada una de las actividades.

**Jennyfer**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

### CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Problema General de Investigación.....	3
1.3 Problemas específicos de investigación.....	3
1.4 Objetivos.....	3
1.4.1 <i>Objetivo general</i> .....	3
1.4.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	3
1.5 Justificación.....	3
1.5.1 <i>Justificación teórica</i> .....	3
1.5.2 <i>Justificación metodológica</i> .....	5
1.5.3 <i>Justificación práctica</i> .....	5

### CAPÍTULO II

<b>2.</b>	<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1</b>	<b>Antecedentes de investigación.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2</b>	<b>Referencias Teóricas.....</b>	<b>7</b>
<b>2.2.1</b>	<b><i>Antecedentes Técnicos en la ciudad de Macas .....</i></b>	<b>7</b>
2.2.1.1	<i>Macas .....</i>	7
2.2.1.2	<i>Geografía.....</i>	7
2.2.1.3	<i>Economía.....</i>	7
<b>2.2.2</b>	<b><i>Variable Independiente.....</i></b>	<b>8</b>
<b>2.2.3</b>	<b><i>Análisis de Mercado.....</i></b>	<b>8</b>
2.2.3.1	<i>Importancia .....</i>	8
<b>2.2.4</b>	<b><i>Demanda .....</i></b>	<b>9</b>
<b>2.2.5</b>	<b><i>Tipos de Demanda.....</i></b>	<b>10</b>
2.2.5.1	<i>Demanda de Mercado.....</i>	10
2.2.5.2	<i>Demanda Actual .....</i>	11
2.2.5.3	<i>Demanda derivada.....</i>	11
<b>2.2.6</b>	<b><i>Demanda Insatisfecha .....</i></b>	<b>12</b>
<b>2.2.7</b>	<b><i>Necesidades del consumidor.....</i></b>	<b>13</b>
2.2.7.1	<i>Tipos de necesidades.....</i>	14
<b>2.2.8</b>	<b><i>Necesidades del consumidor en relación a los productos .....</i></b>	<b>16</b>
2.2.8.1	<i>Experiencia del usuario .....</i>	16
2.2.8.2	<i>Precios.....</i>	16
2.2.8.3	<i>Conveniencia .....</i>	17
2.2.8.4	<i>Funcionalidad.....</i>	17
2.2.8.5	<i>Diseño.....</i>	17
2.2.8.6	<i>Eficiencia:.....</i>	17
<b>2.2.9</b>	<b><i>Necesidades del consumidor en relación a los servicios .....</i></b>	<b>17</b>

2.2.9.1	<i>Empatía:</i>	18
2.2.9.2	<i>Transparencia</i>	18
2.2.9.3	<i>Justicia</i>	18
2.2.9.4	<i>Opciones</i>	18
<b>2.2.10</b>	<b><i>Oferta</i></b>	<b>19</b>
<b>2.2.11</b>	<b><i>Variable Dependiente</i></b>	<b>19</b>
<b>2.2.12</b>	<b><i>Economía Local</i></b>	<b>19</b>
2.2.12.1	<i>Importancia</i>	20
2.2.12.2	<i>Agentes economicos</i>	21
2.2.12.3	<i>Problemas económicos</i>	23
2.2.12.4	<i>Sistema Económico</i>	24
2.2.12.5	<i>Gastos</i>	25
2.2.12.6	<i>Ahorro</i>	26
2.2.12.7	<i>Inversión económica</i>	27
2.2.12.8	<i>Desarrollo económico local</i>	28
<b>2.2.13</b>	<b><i>Prototipo 3D</i></b>	<b>28</b>
<b>2.2.14</b>	<b><i>Relación entre demanda insatisfecha y economía local</i></b>	<b>28</b>

### **CAPÍTULO III**

<b>3.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>30</b>
<b>3.1</b>	<b>Enfoque de investigación</b>	<b>30</b>
3.1.1	<i>Cualitativo</i>	30
3.1.2	<i>Cuantitativo</i>	30
<b>3.2</b>	<b>Nivel de investigación</b>	<b>30</b>
3.2.1	<i>Descriptiva</i>	30
<b>3.3</b>	<b>Diseño de investigación</b>	<b>31</b>

3.3.1	<i>Experimental</i> .....	31
3.4	<b>Tipo de estudio</b> .....	31
3.4.1	<i>Documental</i> .....	31
3.4.2	<i>Campo</i> .....	31
3.5	<b>Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra</b> .....	32
3.5.1	<i>Población</i> .....	32
3.5.2	<i>La muestra</i> .....	35
3.6	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	36
3.6.1	<i>Métodos</i> .....	36
3.6.1.1	<i>Inductivo</i> .....	36
3.6.1.2	<i>Deductivo</i> .....	36
3.6.1.3	<i>Analítico</i> .....	36
3.6.2	<i>Técnicas</i> .....	37
3.6.2.1	<i>Observación</i> .....	37
3.6.2.2	<i>Encuestas</i> .....	37
3.6.3	<i>Instrumentos</i> .....	38
3.6.3.1	<i>Cuestionario</i> .....	38
3.6.3.2	<i>Prototipo 3D</i> .....	38

## CAPÍTULO IV

4.	<b>MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	39
4.1	<b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....	39
4.1.1	<i>Resumen de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Macas</i> .....	39
4.2	<b>Discusión de resultados</b> .....	56

## CAPÍTULO V

<b>5.</b>	<b>MARCO PROPOSITIVO .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1</b>	<b>Propuesta.....</b>	<b>62</b>
<b>5.1.1</b>	<b><i>Titulo .....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.2</b>	<b><i>Beneficiarios .....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.2.1</b>	<b><i>Beneficiarios directos .....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.2.2</b>	<b><i>Beneficiarios indirectos .....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.3</b>	<b><i>Objetivo de la propuesta.....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.3.1</b>	<b><i>Objetivo general .....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.3.2</b>	<b><i>Objetivos especificos.....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.1.4</b>	<b><i>Desarrollo del prototipo 3D .....</i></b>	<b>63</b>
<b>5.1.4.1</b>	<b><i>Procedimiento.....</i></b>	<b>63</b>
<b>5.1.4.2</b>	<b><i>El Prototipo 3D permite representar: .....</i></b>	<b>64</b>
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>71</b>
	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>72</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-3:</b> Significado de la fórmula de la muestra finita.....	35
<b>Tabla 2-4:</b> Los negocios cumplen con las necesidades de los habitantes .....	39
<b>Tabla 3-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°1 .....	40
<b>Tabla 4-4:</b> Tipos de necesidad que requieren los habitantes.....	41
<b>Tabla 5-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°2 .....	41
<b>Tabla 6-4:</b> Necesidades en función a productos .....	43
<b>Tabla 7-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°3 .....	43
<b>Tabla 8-4:</b> Necesidad de servicios que requiere la población en su sector .....	46
<b>Tabla 9-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°3-1 .....	46
<b>Tabla 10-4:</b> Es económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumpla con las necesidades de los habitantes .....	48
<b>Tabla 11-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°4 .....	48
<b>Tabla 12-4:</b> Mejorarían las condiciones económicas de los habitantes.....	50
<b>Tabla 13-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°5 .....	50
<b>Tabla 14-4:</b> Negocio que cumplan con las necesidades de los moradores, incrementarían los ingresos y generaría fuentes de empleo .....	52
<b>Tabla 15-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°6 .....	52
<b>Tabla 16-4:</b> Existe una repartición de ganancias .....	54
<b>Tabla 17-4:</b> Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°7 .....	54
<b>Tabla 18-5:</b> Necesidades en función de productos por sector.....	66
<b>Tabla 19-5:</b> Necesidades de prestación de servicios por sector .....	68
<b>Tabla 20-5:</b> Respuestas de los habitantes por sector.....	70

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-2:</b> Tipos de Demanda.....	10
<b>Gráfico 2-2:</b> Pirámide de Maslow .....	14
<b>Gráfico 3-2:</b> Necesidades del consumidor relacionado a los productos.....	16
<b>Gráfico 4-2:</b> Necesidades del consumidor relacionado a los servicios .....	17
<b>Gráfico 5-2 :</b> Agente Familia .....	21
<b>Gráfico 6-2:</b> Agente Empresa.....	22
<b>Gráfico 7-2:</b> Agente Estado.....	22
<b>Gráfico 8-2:</b> Problemas Económicos.....	23
<b>Gráfico 9-2:</b> Sistema Económico .....	24
<b>Gráfico 10-2:</b> Tipos de Gastos .....	25
<b>Gráfico 11-4:</b> Los negocios cumplen con las necesidades de los habitantes.....	40
<b>Gráfico 12-4:</b> Tipos de necesidad que requieren los habitantes.....	42
<b>Gráfico 13-4:</b> Locales que oferten productos que requieren la población en su sector_1 .....	44
<b>Gráfico 14-4:</b> Locales que oferten productos que requieren la población en su sector_1.1 .....	44
<b>Gráfico 15-4:</b> Necesidades de prestación de servicios_1 .....	47
<b>Gráfico 16-4:</b> Necesidades de prestación de servicios_1.1 .....	47
<b>Gráfico 17-4:</b> Es económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumpla con las necesidades de los habitantes.....	49
<b>Gráfico 18-4:</b> Mejorarían las condiciones económicas de los habitantes .....	51
<b>Gráfico 19-4:</b> Existencia de negocios que cumplan con las necesidades de los habitantes.....	53
<b>Gráfico 20-4:</b> Existe una repartición de ganancias .....	54
<b>Gráfico 21-4:</b> Primera relación entre dos preguntas realizadas en la encuesta .....	56
<b>Gráfico 22-4:</b> Segunda relación entre dos preguntas realizadas en la encuesta .....	57
<b>Gráfico 23-4:</b> Necesidades de prestación de servicios.....	59
<b>Gráfico 24-4:</b> Necesidades de locales de productos .....	59
<b>Gráfico 25-4:</b> Mejorarán las condiciones económicas de los habitantes.....	59
<b>Gráfico 26-4:</b> Identificadores del prototipo .....	65

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-3:</b> Mapa de la ciudad de Macas .....	33
<b>Ilustración 2-2:</b> Sectorizado el mapa de la ciudad de Macas.....	34
<b>Ilustración 3-5:</b> División de los sectores de la ciudad de Macas .....	64
<b>Ilustración 4-5:</b> Representación de la demanda Insatisfecha.....	66
<b>Ilustración 5-5:</b> Representación de los porcentaje en función de productos.....	67
<b>Ilustración 6-5:</b> Demostración de los porcentajes en función de servicios .....	69
<b>Ilustración 7-5:</b> Representación de las respuestas de los habitantes por sector .....	70

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA MICROSOFT FORMS Y DE MANERA PRESENCIAL A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MACAS.

**ANEXO B:** RESULTADOS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

**ANEXO C:** OFICIO SOLICITANDO AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR LAS ENCUESTA EN EL COLEGIO 27 DE FEBRERO

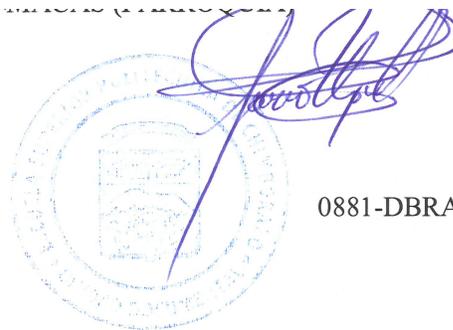
**ANEXO D:** FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL COLEGIO 27 DE FEBRERO

**ANEXO E:** FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MACAS

## RESUMEN

En el transcurso de los años la ciudad de Macas se ha caracterizado por ser una ciudad emprendedora. Los productos y servicios que ofertan los locales comerciales ubicados en las diferentes zonas que equidistan al centro de la ciudad de Macas no cubren en cierta manera a las necesidades de los habitantes de aquellos sectores, provocando una demanda insatisfecha. La oferta de los locales comerciales mayormente no están direccionado a un estudio técnico o análisis del mercado, sino en muchas ocasiones a decisiones autónomas del propietario, dejando las necesidades de la población desatendidas, por lo tanto la finalidad del presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la demanda insatisfecha y su efecto en la economía local para evitar la centralización de locales comerciales dividiendo por sector geográfico a la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago en el periodo 2022. La metodología aplicada en el desarrollo de la investigación tiene enfoques cualitativo y cuantitativo, lo cual permitió obtener información necesaria de las variables de estudio; para el cálculo de la población se consideró el PEA (Población Económicamente Activa) de la ciudad de Macas. Mediante esta metodología se logró analizar e interpretar los resultados de las preguntas que tuvieron alto impacto a las variables de estudio. Las encuestas aplicadas a los habitantes reflejan que existe un 51% de demanda insatisfecha en general de la ciudad de Macas, para dar solución a la problemática, se propone un prototipo 3D que representa la existencia de demanda insatisfecha, las necesidades de negocios en productos y servicios, de igual modo los resultados obtenidos de las encuestas sobre si sería económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que cumplan con las necesidades de los habitantes en el sector que residen.

**Palabras claves:** < AMINISTRACIÓN Y ECONOMIA > < DEMANDA INSATISFECHA >  
< ECONOMIA LOCAL > < NECESIDADES > < MACAS (PARROQUIA) >



18-05-2023  
0881-DBRA-UPT-2023

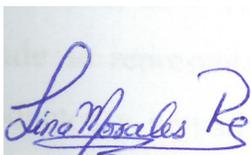
## ABSTRACT

Over the years, the city of Macas has been characterized as enterprising. The products and services offered by the commercial premises located in the different areas equidistant from the centre of the city of Macas need to meet the needs of the inhabitants of those sectors, causing an unsatisfied demand. The supply of commercial premises is mostly not directed to a technical study or market analysis, but on many occasions to autonomous decisions of the owner, leaving the needs of the population unattended, therefore the purpose of this research work aims to analyze the unsatisfied demand and its effect on the local economy to avoid the centralization of commercial premises divided by geographical sector to the city of Macas, province of Morona Santiago in the period 2022. The methodology applied in the research development has qualitative and quantitative approaches, which allowed us to obtain the necessary information on the study variables; for calculating the population, the EAP (Economically Active Population) of Macas was considered. Through this methodology it was possible to analyze and interpret the results of the questions that had a high impact on the study variables. The surveys applied to the inhabitants reflect that there is 51% of unsatisfied demand in Macas. To represent the existence of unsatisfied demand, the needs of businesses in products and services, as well as the results obtained from the surveys on whether it would be economically profitable for a business to take the initiative to meet the needs of the inhabitants in the sector in which they live, to solve the problem, a 3D prototype is proposed.

**Key words:** < AMINISTRATION AND ECONOMY> <UNSATISFACTUAL DEMAND >  
<LOCAL ECONOMY > <NEEDS > <MACAS (PARISH)>.

18-05-2023

0881-DBRA-UPT-2023



**Lic. Lina Morales R. Mgs.**  
Docente Sede Morona Santiago  
Cédula: 1707548929

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente, en la ciudad de Macas se encuentran una gran cantidad de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) que ofrecen diferentes actividades económicas, sin embargo, se visualiza la existencia de centralización de diferentes locales comerciales dedicados a la prestación de productos y servicios, la mayoría están concentrados en una sola zona geográfica desistiendo a que las necesidades en los demás sectores se encuentren desatendidas, es así, que el presente proyecto de investigación nace con objetivo analizar la demanda insatisfecha y su efecto en la economía local para evitar la centralización de locales comerciales dividiendo por sector geográfico a la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago en el periodo 2022. Lo que influye en la implementación o continuidad de un negocio, por ello, es necesario realizar un estudio de las necesidades insatisfechas de los habitantes transformando en productos o servicios.

Este proyecto pretende también ser apto en la realización de futuras investigaciones, en las cuales, se quiera indagar sobre el tema planteado. El Trabajo de Integración Curricular, está dividido en 5 capítulos que se dan a conocer a continuación:

En el capítulo I, se identifica la problemática encontrada en el centro de la Ciudad de Macas, por lo cual, se realiza el planteamiento del problema, los problemas generales y específicos de la investigación, definición de objetivos y las justificaciones tanto teórica, metodológica y práctica que respaldarán el desarrollo de dicha investigación.

En el capítulo II, comprende al marco Teórico donde se detalla sobre los antecedentes de la investigación y el fundamento de las investigaciones realizadas en fuentes bibliográficas confiables de acuerdo con las dos variables de estudio.

En el capítulo III, comprende del marco Metodológico donde se detalla el enfoque de la investigación, métodos, muestra, técnicas e instrumentos de investigación que serán aplicados en las encuestas para recaudar información relevante, adecuada y precisa para el presente trabajo de investigación.

En el capítulo IV, engloba el marco de Análisis e Interpretación de Resultados, se detalla los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Macas, con su respectivo análisis. Por último, en el capítulo V denominado marco Propositivo, incluye el diseño de un prototipo 3D donde se representará la existencia de la demanda insatisfecha, las necesidades de negocios en productos y servicios, así como también los resultados obtenidos de las encuestas sobre si sería económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que cumplan con las necesidades de los habitantes en el sector que residen.

## **CAPÍTULO I**

### **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

En el transcurso de los años la ciudad de Macas se ha caracterizado por ser una ciudad emprendedora, también conocida como Nuestra Señora del Rosario de Macas, Tierra de la Guayusa y la Canela o la Esmeralda Oriental, es una ciudad tranquila y un clima variado tropical-húmedo es situado cerca de la cordillera oriental de los Andes con una población hospitalaria. En el cantón Morona no cuenta con empresas ni industrias grandes que logren competir en los mercados externos; lo que si existen son emprendimientos de pequeña y mediana industria asociados con las artesanías, textiles o manufacturas, como la cultura Shuar que realizan artesanías para la venta en temporadas de fiestas y en el comercio local. Como también en forma artesanal se procesa la leche, caña de azúcar y sus derivados. (Sistema Nacional de Información, 2019)

Los productos y servicios que ofertan los locales comerciales ubicados en las diferentes zonas que equidistan al centro de la ciudad de Macas, las cuales no cubren en cierta manera las necesidades de los habitantes de aquellos sectores, provocando una demanda insatisfecha que no abastece o no cubre la necesidad detectada, así como también se llegan a producir locales efímeros y con poca ganancia en virtud de la insatisfacción provocada. Sin embargo, los locales comerciales ubicados en las calles principales de la ciudad promueven la economía local, pero a su vez se produce una repartición de ganancias debido a una mayor competencia en virtud de la centralización y de cierta forma una competencia desleal presentando negocios donde se comercializan productos o servicios de las mismas características mercadeados todos en un mismo sector, esto es algo muy evidente en el tramo centro de la ciudad provocando que las personas tengan que movilizarse del lugar donde residen a buscar otras alternativas, induciendo a que otros sectores de la ciudad se desarrollen y crezcan.

La oferta de los locales comerciales mayormente no está direccionado a un estudio técnico o análisis del mercado, sino en muchas ocasiones a decisiones autónomas del propietario, dejando las necesidades de la población desatendidas, todo esto se debe a que en la mayoría de casos se realiza la comercialización de productos o servicios dependiendo de lo que ofrezca la competencia, es por ello que se va a determinar la demanda insatisfecha con el estudio a realizar.

## **1.2 Problema General de Investigación**

¿De qué manera puede afectar la existencia de la demanda insatisfecha en la economía local de la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago en el periodo 2022

## **1.3 Problemas específicos de investigación**

- ¿Cómo afecta a los negocios el no realizar un estudio de factibilidad para la implementación del mismo?
- ¿Qué consecuencias se generan en la economía local de la ciudad de Macas al no determinar las necesidades de los habitantes?
- ¿Qué ventajas se obtienen a través del estudio de la demanda insatisfecha en la economía de los diferentes sectores de la ciudad de Macas?

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 *Objetivo general***

Analizar la demanda insatisfecha y su efecto en la economía local para evitar la centralización de locales comerciales dividiendo por sector geográfico a la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago en el periodo 2022.

### **1.4.2 *Objetivos específicos***

- Determinar la existencia de la demanda insatisfecha por sector geográfico en la ciudad de Macas.
- Evaluar los resultados obtenidos del estudio de investigación para conocer el efecto de la demanda insatisfecha en la economía local.
- Establecer alternativas que permitan mejorar la economía local de la ciudad de Macas.

## **1.5 Justificación**

### **1.5.1 *Justificación teórica***

Según (Padilla, 2017) menciona en su libro que el estudio de mercado es el punto de encuentro de ofertantes con demandantes de diferentes tipos de bienes o servicios para llegar a convenios en relación con la calidad, cantidad y el precio. Sirve para hacer análisis técnicos, financieros y económicos, recopilar y analizar antecedentes para determinar la posibilidad de producir y atender una necesidad. Es por ello que es necesario realizar un estudio de mercado antes de la implementación

de un negocio a través de este estudio permitirá descubrir nuevas oportunidades comerciales para así satisfacer las necesidades de los consumidores.

La falta de estudios de mercado para la implementar un negocio ocasiona que los emprendedores con el transcurso del tiempo no recuperen su inversión inicial y tampoco obtengan ganancias considerables y a esto se suma que se produzcan negocios efímeros.

La competencia se traduce cuando para un bien o servicio determinado, existe más de un local comercial que los oferta y también existan diversos demandantes, por consiguiente, es necesario fomentar estrategias para innovar, crear, adquirir tendencias que resulten adecuadas para el consumidor. (Economía.gob, 2016)

De acuerdo aquello se deberá analizar a la competencia y gestionar métodos para sobresalir en el mercado, es decir, que pueden llegar a mejorar sus productos y servicios e igualmente es necesario escuchar la opinión de los consumidores acerca del negocio o de la compra realizada.

Conforme a (Hernandez, 2022) el comercio local se trata de un proceso de colaboración, producción, distribución y consumo de productos, que en un futuro va a contribuir al aumento económico de la localidad y promueve fuentes de trabajo así como también las actividades económica sostenibles.

La economía en la ciudad de Macas aunque la misma sea grande en el ámbito comercial y se fundamente en emprendimientos, turismo, agricultura y ganadería, se ha podido visualizar que la mayoría de locales comerciales se encuentran en el sector centro ocasionando que en los demás sectores no se presenten negocios que cumplan las necesidades de los habitantes, es por ello que para poder realizar la compra o adquisición de productos o servicios deben movilizarse del lugar donde residen, en base esto se va a analizar la demanda insatisfecha, obteniendo como resultados alternativas que permitan mejorar la economía de los habitantes, debido a que, a través de esto existe la probabilidad que se generen nuevas ideas de negocio que su vez permitirán crear fuentes de empleo que será esencial para dinamizar la economía, así como también ocasiona a que nuevos emprendedores pongan en marcha un negocio que vaya a brindar los mismos productos de la competencia sin antes haber realizado un estudio de factibilidad, en el cual puedan recopilar datos que contribuyan a la toma de decisiones en la actividad comercial.

Por esta razón se constituye un proyecto de investigación para establecer alternativas a resolver como es la determinación de la demanda insatisfecha en los diferentes sectores de la ciudad de Macas

para así conocer las necesidades del consumidor y con ello los emprendedores puedan tener ideas sobre un negocio o una mejor visión para la continuidad del mismo que a través del tiempo les permitirá obtener ganancias y mejorar su economía.

Para la elaboración del trabajo de investigación se realizará la consulta de diferentes autores con la finalidad de conocer aspectos relacionados con el tema planteado y poder contar con información transparente y actualizada que sirva de base para la sustentación y fundamentación del presente trabajo, así como también la presentación de una propuesta.

### ***1.5.2 Justificación metodológica***

En virtud de (Bedoya, 2020) implica describir la metodología planteada a través de diferentes instrumentos para la recolección y análisis de datos para estudiar la población de la investigación. Para el cumplimiento de los objetivos del trabajo de investigación se va a realizar un proceso metodológico ordenado y sistematizado para poder determinar la demanda insatisfecha que existe en los diferentes sectores de la ciudad de Macas donde se realizará encuestas a una muestra de habitantes.

### ***1.5.3 Justificación práctica***

A medida que (Bedoya, 2020) la justificación es practica cuando el desarrollo de proyecto de investigación contribuye a dar alternativas del problema en estudio o propone estrategias que al aplicarlas ayudaran a la solución del mismo. El tipo de justificación es práctica debido a que se determinó el problema sobre la centralización de locales comerciales en un solo sector de la ciudad, es por ello, que se obtendrá información que se utilizará para establecer alternativas que permitan minimizar este problema existente. Con el desarrollo de esta investigación se pretende determinar la existencia de la demanda insatisfecha en los diferentes sectores de la ciudad relacionado a las necesidades de productos o servicios y su efecto en la economía local del mismo.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Antecedentes de investigación

Para el cumplimiento de este capítulo se recopila información para fundamentar el tema de investigación que es la determinación de la demanda insatisfecha y su efecto en la economía local, por lo que es necesario conocer antecedentes e investigaciones anteriores y teóricas que puedan contribuir en el análisis del problema a investigar:

Como antecedente a ser utilizado para la investigación es el artículo de los autores (Carrillo Parra et al., 2021) el cual tiene como objetivo realizar un análisis del mercado que permita determinar la demanda insatisfecha de miel de abeja en el cantón Morona. Los resultados obtenidos servirán de base para la determinación de la demanda insatisfecha debido a que se proporciona información de forma detallada, clara y concisa, el mismo que aporta con conceptos la demanda insatisfecha, además sobre el procedimiento de un estudio de mercado.

El segundo proyecto de investigación utilizado es el de (Guevara, 2014) sobre el estudio de pre factibilidad para la creación de una cafetería en la ciudad de Macas, el cual tiene como objetivo ofertar productos y servicios de calidad para la satisfacción de los habitantes, sirve como base para la realización del estudio de mercado el cual a través de ello permitirá conocer la existencia de la demanda insatisfecha y saber cuál es el perfil de la persona. Se obtiene información sobre la oferta, la competencia, estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero a través de la misma se podrá establecer alternativas de mejora a las variables en estudio.

El tercero es un artículo de los autores (Vargas et al., 2020) sobre el emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador quienes han llegado a la conclusión que:

El emprendimiento sostiene una relación con el desarrollo local debido a que los mismos son pilares esenciales para el desarrollo económico y social de la sociedad, de modo que a través de la transformación de productos o servicios incorporan un plus de valor, lo cual conlleva a generar un factor económicamente rentable. Actualmente los emprendimientos son importantes debido a que contribuye a la implementación de estrategias que permitan el crecimiento productivo y el desarrollo local, en donde las personas aprovechan las oportunidades de negocio permitiendo obtener mayores ingresos, independencia económica y la satisfacción de necesidades. Este artículo será de utilidad para la obtención de información para el desarrollo de la investigación.

## **2.2 Referencias Teóricas**

### **2.2.1 *Antecedentes Técnicos en la ciudad de Macas***

#### **2.2.1.1 *Macas***

Macas es una ciudad de Ecuador, pertenece a la provincia de Morona Santiago y es conocida también como la “Ciudad Jardín” siendo esta ciudad la capital de la provincia, debido a la grandiosa naturaleza que cuenta, así como también la diversidad de flora y fauna que se encuentra en sus calles. La fundación de la “Ciudad de Jardín” de la región oriente ecuatoriano se pierde en los hilos de los relatos. En el año de 1549, Hernando de Benavente adquirió permiso para explorar la ciudad y con 150 hombres partió desde la ciudad de Cuenca y recorrió hasta encontrarse con el pueblo shuar. El gobernante de Yaguarzongo, Juan Salinas Loyola en 1956 por órdenes del Vásquez de Ávila gobernador de Quijos, emprende otra expedición a las tierras de Macas; y el 15 de agosto de 1563, Juan de Salinas y Guinea, su sobrino, fueron quienes fundaron Nuestra Señora del Rosario de Macas, junto a jefes indígenas. (Efrénn, 2017)

#### **2.2.1.2 *Geografía***

El clima de la ciudad de Macas es cálido-húmedo con temperaturas regulares a lo largo de todo el año, conforme a la escasa altitud de la zona. Su proximidad a la cordillera de los Andes permite templar la temperatura obrando que el clima es más suave. La temperatura promedio es de 20°, la ciudad cruza longitudinalmente por el río Upano, mantiene temperaturas cálidas. (Genesis, 2016)

#### **2.2.1.3 *Economía***

Macas es una ciudad extensa en el ámbito comercial. La ciudad es el mayor centro económico y comercial de la provincia de Morona Santiago y uno de los primordiales de la región amazónica. Su economía se fundamenta en el comercio, turismo y la agricultura, cuenta con industrias de extracción constituidas por la madera y agrícola (piscicultura, avicultura, etc.). Por ello se puede decir que los principales ingresos de la gente macabea son el comercio formal e informal.

El comercio de la gran mayoría de la población consta de pymes y microempresas, sumándose así de forma importante la economía informal que da oportunidades de trabajo a miles de personas. La ciudad de Macas también cuenta con oportunidades del sector privado al desarrollar modelos de negocios que generen valor económico, ambiental y social la inversión privada ha formado parte en el proceso del crecimiento de la ciudad, como son los proyectos inmobiliarios, urbanizaciones privadas y también oficinas, las mismas que han ido creciendo y convirtiendo a la ciudad en un punto estratégico y atractivo. (Sistema Nacional de Información, 2019)

Para iniciar con nuestro trabajo de investigación, comenzaremos hablar de cada una de las variables independiente y dependiente.

### **2.2.2 Variable Independiente**

Para detallar la variable independiente que es la demanda insatisfecha, se comenzará a describir una breve síntesis sobre el análisis de mercado:

### **2.2.3 Análisis de Mercado**

Según (Miguel, 2022) nos menciona que para comenzar hablar acerca de la demanda, tenemos que ir un paso atrás y mencionar el tema del análisis de mercado, el mismo provee información detallada sobre las empresas, negocios, competidores, compradores y otros aspectos. Ayuda a establecer la relación existente entre la oferta y la demanda de un producto o servicio determinado, en base a este análisis, permite tomar decisiones fundamentales para llegar alcanzar los objetivos propuestos.

En Ecuador, la empresa Datanalysis, encargada de medir hábitos de consumo, señala que en la actualidad existen más emprendimientos, pequeños y medianos negocios que solicitan investigaciones antes de entrar en el mercado, da a conocer que esto es nuevo debido a que años atrás los principales clientes eran empresas grandes y multinacionales. Advance Consultora otro actor en el mercado, su presidente, Luis Pastos señala que a través del análisis del mercado se busca: investigar acerca de la satisfacción de los habitantes ante los bienes o servicios, conocer sobre el estado de la marca y determinar la reacción del mercado ante un nuevo lanzamiento. (Maldonado, 2013)

Las oportunidades actuales de hacer negocio con y desde el Ecuador deberían ser analizadas en función del mercado objetivo, es decir, a consumidores que deseen o necesiten los productos o servicios y a su vez satisfacer sus necesidades, ante esto se presenta dos escenarios:

- Invertir en un emprendimiento donde se generen productos o servicios para el mercado interno.
- Invertir en empresas que produzcan bienes o servicios destinado al exterior. (Toral Arizaga, 2017)

En la ciudad de Macas se ha logrado visualizar la centralización de locales comerciales de productos o servicios, principalmente en el sector centro, en la calle Soasti, es por ello que los emprendedores al implementar el local carecen de un análisis de mercado poniendo en riesgo su inversión, se produce una repartición de ganancias, mayor competencia y cierres efímeros. Debido a esto, realizar un estudio de mercado será una herramienta que permitirá al emprendedor identificar sobre las amenazas y oportunidades frente a la idea de negocio e igualmente tomar una decisión de ponerse en marcha o no. Al definir sobre el análisis de mercado, también es clave conocer su importancia:

#### **2.2.3.1 Importancia**

Este análisis es la base para la toma de decisiones en una empresa o negocio. Además, proporcionan mayor comprensión de los mercados de alta demanda para saber qué tipo de ofertas lanzar. También

permiten conocer si las ganancias esperadas servirán para expandir las operaciones comerciales, esto significa que el análisis permite elaborar acciones que fomentan el desarrollo de soluciones más precisas y orientadas a las necesidades del mercado, situación que confluye en la optimización de las ganancias y minimización de los riesgos de la presentación de un bien o servicio hacia el mercado. (Pereda, 2021)

Contextualizando con el párrafo de arriba, mediante la realización de un estudio de mercado nos permite conocer cuántos individuos o empresas desarrollan la actividad económica que se pretenda poner en marcha con su proyecto productivo, ya sea la producción de un bien o la prestación de un servicio, es por ello que, es importante realizar un análisis de mercado para que así la idea de negocio sea satisfactorio y tenga éxito en el mercado y no precisamente tiene que estar ubicado en donde existe mayor competencia, siempre se tiene que buscar el lugar donde exista necesidades del consumidor como una tienda, farmacia, panadería entre otros negocios. Uno de los puntos importantes de una investigación de mercado es el análisis de la demanda. Pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos de demanda? A continuación, se detallará:

#### **2.2.4 Demanda**

“La demanda es la cantidad de bienes o servicios que una sociedad requiere para satisfacer una necesidad o un deseo específico a un precio determinado” (Méndez Lozano, 2016, p. 101). El consumo del bien o servicio se sujeta a varios factores, como el nivel de satisfacción que busca el consumidor, el precio, la oferta y la publicidad empleada para promocionar el producto.

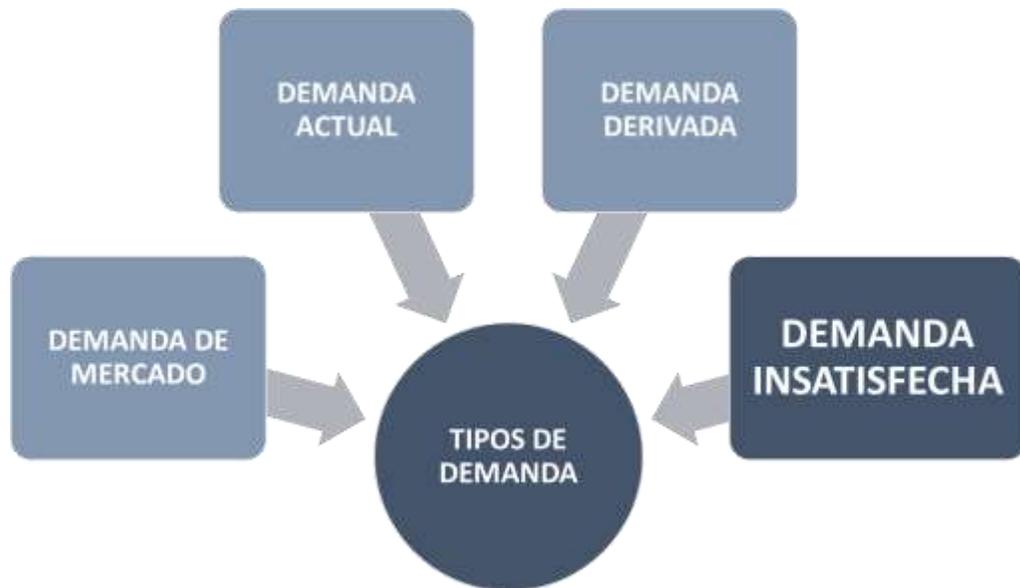
La demanda y el nivel de la misma estarán dados de acuerdo a las necesidades de los futuros clientes, a los factores externos y ambientales que pueden influir a la aceptación y utilización frecuente del servicio. (Ubilluz, 2013)

Los ingresos, es decir, la posibilidad material que tienen las personas de comprar un producto no es el único factor que influye en la demanda, sino que existen más. Uno de ellos se puede mencionar a los gustos y preferencias de la persona. Sobre todo, hoy en día, con el avance del mundo digital, los consumidores saben lo que quieren y necesitan, por ello en la ciudad de Macas los consumidores que viven alejados del centro prefieren comprar sus productos en sus tiendas preferidas que están claramente centrados en la calle Soasti, siendo la calle principal de la ciudad, la misma donde se concentran más los supermercados, legumbres, farmacias, papelerías entre otros locales comerciales.

En base aquello es importante conocer a los consumidores a fondo para así realizar un análisis de mercado y conocer las necesidades de los habitantes para optar por ponerse un negocio. Relacionando a este punto, están los que se llaman “consumidores potenciales”, son aquellas personas que probablemente van adquirir el producto o servicio y que se pueden englobar dentro del cliente ideal.

Sin embargo, la demanda puede no estar relacionada con aspectos de las personas, por ejemplo, puede depender de cuáles son los precios de otros bienes con los que tienen relación, a esto lo llaman el “precio de productos relacionados”. (Miguel, 2022). La demanda cuenta con diferentes tipos, a continuación, se detallarán los mismos:

### 2.2.5 Tipos de Demanda



**Gráfico 1-2:** Tipos de Demanda

Fuente: (Mondragón, 2017)

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

#### 2.2.5.1 Demanda de Mercado

En virtud de la (Enciclopedia Económica, 2018), nos menciona que la demanda de mercado es la cantidad de bienes y servicios solicitados por un grupo de personas en un mismo mercado, en el cual influyen los intereses, sus necesidades y las tendencias, es decir es uno de los principales divisores utilizados por las entidades para determinar los precios de sus productos.

En los mercados y ferias se determinan los precios, intercambios comerciales, información sobre la demanda de productos, la innovación en los modelos de consumo, orientaciones alimentarias y el abastecimiento de suministros e instrumentos, etc. Los mercados de la ciudad de Quito engloban el abastecimiento y esto incide considerablemente en acceso espacial y la satisfacción de las necesidades e igualmente están expuestos a cambios como la variación de los hábitos de consumo y al origen de nuevos actores como los supermercados. (Patric Hollenstein - Universidad Central del Ecuador, 2019)

En la ciudad de Macas se puede evidenciar este tipo de demanda en el sector centro, debido a que, se localizan la mayor parte de locales comerciales en función de productos o servicios y principalmente el mercado central de la ciudad en el cual, se ofrece productos y servicios como alimentos, restaurantes entre otros e igualmente existe otro mercado ubicado en el barrio 27 de febrero.

#### 2.2.5.2 *Demanda Actual*

“La demanda actual permite determinar el volumen de bienes o servicios que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir, para su medición es importante saber que se puede determinar en unidades físicas y valores monetarias” (Cálculo de la demanda actual, 2016).

Se define a la demanda actual como la suma del total que se vende los productos o servicios en un periodo determinado a través de aquello se podrá determinar qué tan viable es continuar con la producción del determinado bien y a su vez se reconocerá cuanto de materia prima se va a requerir. Para el cálculo es necesario obtener información del precio del producto, el precio que tienen los productos sustitutos y las necesidades del consumidor gracias a esta información se alcanzará una estimación de la oferta, de la demanda y determinar si la población estará dispuesta a pagar por el bien o servicio. (Euroinnova, 2018)

En el Ecuador la demanda actual un ejemplo representativo es en la corporación favorita, la cual garantiza que en sus locales de las grandes cadenas de autoservicios como Aki y Gran Aki la demanda de productos es diversa, los habitantes buscan desde productos de la canasta familiar básica hasta enseres, vestimenta, calzado, etc. (RP3 Retail Software, 2017). Con las investigaciones realizadas, se concluye que no se ha determinado la demanda actual en la ciudad de Macas, debido a esto se recomienda realizar este tipo de análisis, el mismo que permitirá determinar en la ciudad sobre la demanda actual obteniendo características sobre la viabilidad de un producto o servicios y así poder enfrentar una necesidad en un periodo determinado.

#### 2.2.5.3 *Demanda derivada*

Según (Carrion, 2017), menciona a la demanda derivada como los bienes o servicios que se genera como un resultado de la demanda de otros bienes y servicios, esto puede producir un aumento del precio final de producto y un aumento de la demanda de la materia prima necesaria para su producción. Esta demanda ocasiona que los dueños de las empresas estén en constante cambio debido a la competencia, gustos y preferencia de los consumidores.

Un ejemplo es la demanda de televisores de pantalla gigante, a través de aquello se origina necesidades de productos electrónicos en el hogar como parlantes, conexiones a internet o para canales de TV y servicios de instalación, mediante este caso la demanda derivada es la demanda en el mercado de un

producto o servicio que acontece por el incremento en la demanda de otro producto o servicios que estén asociados y son necesarios. (YuBrain, 2021)

En la ciudad de Macas a través de las observaciones se ha podido presenciar la demanda de diversos productos o servicios, un caso es la oferta de electrodomésticos como cocinas o lavadoras, las mismas que en su compra a la vez se requieren de utensilios, conexiones o servicios para su funcionamiento y la comercialización de estos productos o servicios se presentan en diversos sectores de la ciudad, de acuerdo aquello es visible que se presenta una demanda derivada, a través de las investigaciones no se ha determinado un análisis de esta demanda, es por ello que con el trabajo de investigación se sugiere realizar este análisis, obteniendo así información más detallada y precisa para la misma, la cual serviría de ayuda a los emprendedores o comerciantes.

Cabe señalar que dentro de los tipos de demanda está la demanda insatisfecha y al haber realizado una investigación sobre el análisis de mercado y la demanda, a continuación, se procede a enfocarse en la variable independiente:

#### **2.2.6        *Demanda Insatisfecha***

En consonancia con (Vásquez, 2018), menciona que la demanda insatisfecha es aquella que no ha sido cubierta en el mercado y que a su vez puede ser cubierta, es decir, cuando la demanda es mayor que la oferta. Es la demanda que la población no ha conseguido acceder al producto o servicio, pero si accedió el mismo y no se encuentra satisfecho, los factores para que esta demanda no sea cubierta puede ser los problemas con los precios, la localización del local comercial entre otros.

Para el cálculo se deberá determinar cuál es la cantidad de productos necesarios para lograr así satisfacer el mercado.

El análisis de la demanda insatisfecha permitirá determinar los productos o servicios que se podrá ofertar en el mercado para satisfacer las necesidades del consumidor e identificar cuáles son los que tienen excesiva oferta a través de aquello, es probable que se dé una idea de negocio la cual realizando un estudio de mercado con el transcurso del tiempo se podrá poner en marcha. La demanda Insatisfecha es utilizada para:

- Identificar los bienes o servicios que son probables que el mercado adquiera.
- Determinar cuándo, cuanto producir u ofertar e igualmente a qué precio comercializar.
- Permite conocer el comportamiento del consumidor en relación al precio, calidad y cantidad.

Al determinar sobre la demanda insatisfecha la misma que principalmente trata sobre las necesidades de los habitantes que no han sido cubiertas, se procede a analizar sobre que son las necesidades del consumidor:

### **2.2.7      *Necesidades del consumidor***

Según (Silva, 2021) se define como las motivaciones psicológicas y físicas del consumidor para la adquisición de un producto o servicio y a su vez mantenerse fiel al local comercial, es por ello que los

negocios deberán anticiparse ante aquellas necesidades que tengan los consumidores para así diseñar, planificar y desarrollar estrategias que permitan satisfacerlas. Las necesidades de las personas en sus actividades diarias representan la compra de bienes o servicios, el consumo dependerá del nivel de satisfacción de los consumidores, de sus ingresos y el marketing utilizado en el mercado.

La conducta en la compra de los habitantes se sustenta en las diferentes necesidades por satisfacer, el estudio determina el comportamiento frecuente sobre la adquisición de productos o servicios de los residentes de la ciudad de Quito al instante de decidir consideran sus prioridades económicas o la satisfacción personal, los habitantes se incentivan a la compra cuando se presentan promociones, productos de calidad, así como locales que sostengan una variedad de marcas a su disposición. El consumidor ecuatoriano conserva su objetivo de satisfacción personal y busca la mejor oferta en productos o servicios. (Salazar Lozada, et al., 2019)

Con el trabajo de investigación se pretende determinar cuales son las necesidades de los habitantes de la ciudad de Macas en relación a productos o servicios, es por ello que se aplicará una encuesta a los diferentes sectores de la ciudad enfocadas a recolectar información que permitan solventar el presente estudio. Al conocer que son las necesidades del consumidor se presentan distintos tipos detallados a continuación:

### 2.2.7.1 Tipos de necesidades

En virtud de (Significados, 2017) La pirámide de Maslow describe los comportamientos humanos considerando la satisfacción de necesidades jerarquizadas, existen necesidades que disponen de mayor prioridad que otras, determina que es necesario la satisfacción de las necesidades inferiores a fin de que se originen conductas que motiven a ascender hasta el quinto nivel. Según la pírame de Maslow los tipos de necesidades son:



**Gráfico 2-2:** Pirámide de Maslow

**Fuente:** (Silva, 2021)

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

**Necesidades Fisiológicas:** Según (Enciclopedia Económica, 2021) en su página web menciona que son aquellas necesidades básicas y obligatorias para la supervivencia de los individuos. Es decir que corresponden a todas las cosas indispensables que se requieren para vivir, estas necesidades se les puede dar como ejemplo: hidratarse, alimentarse, descansar, protegerse y reproducirse las cuales son primordiales para el desarrollo humano y las bases de supervivencia.

**Necesidades de Seguridad:** De acuerdo con (Quiroa, 2020) en su blog define a las necesidades de seguridad como la seguridad física, de recursos, de salud y familiar, es decir acceso a ingresos, vivienda, salud, protección, entre otros. Esto puede ser aplicado para su propia persona (como la

seguridad en un lugar nuevo) como para sus necesidades económicas o recursos (la protección de su hogar, sus objetivos).

**Necesidades Sociales:** Conforme a (QuestionPro CX, 2022) en la página web define a las necesidades sociales como la forma en que el consumidor quiere darse a conocer con las demás personas después de haber adquirido el bien o servicio, esto puede llegar a influir en la decisión final para la realización de la compra. Los negocios podrán diseñar patrones en la compra de los productos teniendo en cuenta si las personas comparten las mismas necesidades y así poder ofertar considerando satisfacer las mismas.

**Necesidades de Reconocimiento:** (Significados, 2017) nos dice que “Estas necesidades corresponden al cuarto nivel de la pirámide y se refiere al reconocimiento individual, confianza o la reputación, la que puede ser en el ámbito personal, profesional, laboral o público”.

**Necesidades Autorrealización:** De acuerdo a (Significados, 2017) “Todas las personas buscan alcanzar el desarrollo individual y el desenvolvimiento de sus capacidades a fin de obtener su objetivo, pero también la búsqueda hacia la autorrealización es detenida por la insatisfacción de las necesidades inferiores”.

En la pirámide de Maslow se describe sobre el comportamiento de las personas en cuanto a las necesidades que se les presentan en la vida cotidiana, pero es necesario ahora conocer cuáles son las necesidades, pero en relación a los productos y servicios, mismas que posteriormente se determinará:

## 2.2.8 Necesidades del consumidor en relación a los productos

Según (QuestionPro CX, 2022) en la página web define que las necesidades en el mercado varían dependiendo del producto o servicio, es por ello que las principales necesidades de acuerdo al producto son:



**Gráfico 3-2:** Necesidades del consumidor relacionado a los productos

Fuente: (QuestionPro CX, 2022)

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

### 2.2.8.1 Experiencia del usuario

Es el proceso que lleva a cabo el usuario cuando interactúa con un producto. Es decir, para que su oferta sea útil, debe ser fácil de usar, sencilla e intuitiva.

### 2.2.8.2 Precios

Para (Andrés Sevilla Arias, 2016) precio es la cantidad necesaria para obtener un bien, un servicio u otro objetivo, es decir suele ser una cantidad monetaria.

El precio es un instrumento muy importante para la gestión empresarial, es vital para obtener recursos que permitan cumplir con los planes de la empresa por lo que tiene una influencia directa en sus resultados. (Sánchez González, 2015)

Una pequeña empresa puede no tener el mismo tipo de presupuesto que las grandes empresas. Es importante para ellos que los productos tengan un precio justo. Según la ley de la demanda, cuando la reducción del precio de un bien disminuye la demanda de otro, se dice que son bienes sustitutos que

son aquellos que se pueden usarse uno en lugar del otro. La reducción del precio de un bien incrementa la demanda de otro, se dice que son los bienes complementarios, son aquellos que se utilizan juntos.

#### 2.2.8.3 *Conveniencia*

La sencillez de operación y la conveniencia son importantes para los consumidores. Se tiene que atender convenientemente las necesidades del cliente para ser eficiente y eficaz.

#### 2.2.8.4 *Funcionalidad*

Es necesario que las personas no solo usen sus productos o servicios, sino que también lo usen de manera efectiva para atender sus preocupaciones y necesidades. Es decir que tienen que identificar y satisfacer las necesidades de sus clientes ofreciendo valor a través de sus productos.

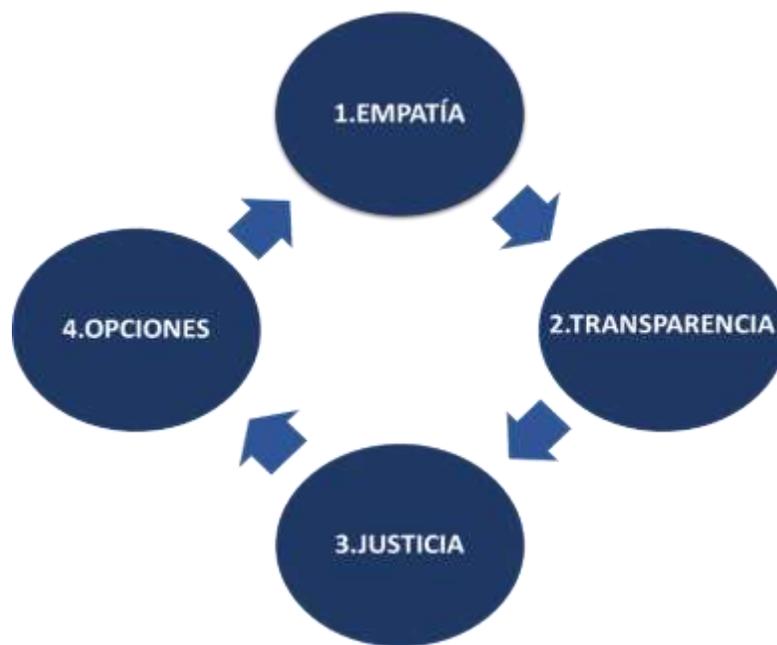
#### 2.2.8.5 *Diseño*

El diseño del producto tiene que ser atractivo para llamar la atención de la sociedad, es decir un diseño elegante y eficiente, elevará la satisfacción del cliente.

#### 2.2.8.6 *Eficiencia:*

El producto o servicio que se ofrezca tiene que ser fiable, eficiente, de alto de rendimiento y compatible con otras herramientas para así satisfacer todas las necesidades y requerimientos del consumidor.

### 2.2.9 *Necesidades del consumidor en relación a los servicios*



**Gráfico 4-2:** Necesidades del consumidor relacionado a los servicios

Fuente: (Mondragón, 2017)

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

### 2.2.9.1 *Empatía:*

Conforme con (QuestionPro CX, 2022) Las personas suponen o esperan recibir empatía cuando se relacionan con los dueños de los locales comerciales, ya sea para la venta o para la solución de alguna duda en cuanto al servicio, es por ello que se debe brindar un excelente apoyo. Un buen servicio será esencial para alcanzar la satisfacción de los habitantes. Se deberá describirle todas las características sobre el servicio a ofertarse posteriormente los consumidores esperan que cuando se dé a conocer sobre el servicio los dueños sean transparentes, es por ello que se describe seguidamente:

### 2.2.9.2 *Transparencia*

De acuerdo a (QuestionPro CX, 2022) Los dueños deberán ser transparentes ante la población incluso si se trata de algún defecto o deficiencia, ante esto se debe aplicar la transparencia, acerca de los cambios en las políticas del negocio o cambios de precio, con esto se puede ganar la confianza del consumidor y con el transcurso del tiempo mantenerla. Los consumidores al adquirir el servicio y a la hora de pagar desean que se les cobre lo justo, por consiguiente, se detalla:

### 2.2.9.3 *Justicia*

Según (QuestionPro CX, 2022) Esto se debe aplicar en los precios, pero también se debe tomar en consideración a lo que el servicio ofrece y los beneficios, por lo que las personas llegan a confiar cuando toma la decisión de adquirir y pagar por el requerimiento del servicio. El trato que se le brinde durante el proceso de atención a las personas da como resultado que el consumidor demuestre conductas de estar satisfecho representa un impacto positivo para la empresa dado que se podrá determinar la lealtad del comprador. Las personas al requerir de un servicio solicitan que se les proporcione información clara y detallada sobre el mismo, es por ello que se le deberá dar a conocer cuáles son las opciones sobre el servicio, especificado a continuación:

### 2.2.9.4 *Opciones*

(QuestionPro CX, 2022) expresa que se debe ofrecer a la población opciones al momento de que toma la decisión de optar por el servicio, por ejemplo, opciones de pago y variedad de servicios. Los habitantes para la decisión final sobre la adquisición del servicio tomaran en consideración estas opciones que se le proporcione, la cual dará como resultado que el consumidor adquiera el servicio y recomiende sobre la marca a las demás personas, siendo así un beneficio para la empresa generándole un incremento en las ganancias.

De acuerdo a las necesidades mencionadas el emprendedor deberá realizar un estudio anticipado de los bienes o servicios que se va a ofrecer a través de esto logrará que estos se encuentren enfocados a satisfacer las necesidades del consumidor. Con el transcurso del tiempo obtendrá ganancias para su negocio el mismo que le permitirá realizar mejoras o cambios a la publicidad, al local o a la distribución del producto, etc. Al realizar un estudio sobre las necesidades, se deberá tomar en cuenta

cada una de ellas y ponerlas en práctica, posteriormente al tomar la decisión de poner en marcha una idea de negocio es necesario que se determine el estudio de la oferta para realizar la comercialización de bien o producto, es por ello que se detalla, seguidamente:

### **2.2.10      *Oferta***

Conforme a (Puerto, 2017) define a la oferta como la cantidad de bienes o servicios semejantes o sustitutos de los diferentes locales comerciales de procedencia local, regional o nacional se encuentran disponibles para la venta en el mercado con un precio determinado. El fin de la oferta es medir la calidad y cantidad en la que la población puede intervenir y ponerla a distribución del mercado un bien o servicio. La oferta depende de los precios establecidos en el mercado del bien o servicio, el proceso de producción, cambios tecnológicos y el estudio del entorno económico.

El mercado es el lugar donde se presentan demandantes como ofertantes, los negocios se enfrentan a su entorno, ejercen presión una a otra de mantenerse firme ante las competencias, las mismas que pueden contar con una mejor oferta, por ende, los negocios de forma constante y sistemática se encuentran innovando y mejorando en sus productos o servicios a través de esto obtendrá una ventaja competitiva.

Según (Carrillo Rosero et al., 2019) menciona.

Para el análisis de la oferta se deberá identificar la cantidad, precios de los bienes o servicios relacionados, características de calidad, productos sustitutos y estrategias de los competidores, esto permitirá deducir el nivel de saturación del mercado con el fin de evitar ingresar en segmentos que exista una excesiva competencia. (p.45)

### **2.2.11      *Variable Dependiente***

Para detallar la variable dependiente que es la economía local, se comenzará a describir una breve síntesis sobre su significado.

### **2.2.12      *Economía Local***

Las necesidades económicas no siempre pueden satisfacerse en su totalidad, debido a que los bienes y servicios resultan escasos, como se menciona en este presente trabajo de investigación en donde los diferentes seis sectores son los que menos se llegan a satisfacer, en relación también a los ilimitados deseos de las personas.

De acuerdo a (Instituto Nacional de Estadísticas, 2019) “La economía es la ciencia social que examina como los habitantes, negocios y el gobierno planifican los recursos disponibles que en circunstancias son limitados, con el propósito de satisfacer las diferentes necesidades y lograr alcanzar el bienestar de la población”.

En resumen, se entiende por economía como la ciencia social que estudia el comportamiento del ser humano y a su vez la utilización de sus recursos que suelen ser limitados en el consumo de bienes y servicios para la satisfacción de las diferentes necesidades.

La economía local trata de un proceso de la colaboración, producción, distribución y consumo de productos o servicios en un lugar en particular, que posteriormente contribuye el crecimiento económico de una localidad, impulsa a mejorar o generar fuentes de empleo y actividades económicas sostenibles, proporciona a los emprendedores oportunidades de desarrollo dentro de su propio territorio o nacionalmente, debido a que al ofrecer productos de calidad y que les proporcione beneficios a los consumidores el crecimiento del negocio será rápido. (Hernandez, 2022)

Al hablar sobre los empleos se pueden incrementar más fuentes, debido a que las personas al decidir dar comienzo con una idea de negocio iniciarán a generar sus propios ingresos de igual modo se originarán oportunidades hacia a las demás personas para trabajar con ellos, con la finalidad de mejorar el futuro económico de un territorio determinado y la calidad de vida de los habitantes. (Hernandez, 2022)

Al determinar sobre la economía local, es preciso conocer su importancia, seguidamente detallada:

#### *2.2.12.1 Importancia*

Una sociedad y los individuos tiene una infinidad de necesidades, por lo cual buscan su satisfacción y para aquello se da la producción de bienes y servicios mediante la utilización de recursos que en la mayoría de situaciones son escasos. Si se examina el incremento de la sociedad, el mismo que tiene un ritmo mayor que la producción de bienes o servicios se puede observar que los recursos no se satisface para toda la población, la ciencia social principal de proporcionar respuestas a estas condiciones es la economía, donde se da a conocer que las necesidades son ilimitadas y se debe producir u ofrecer para constantemente satisfacerlas, buscando procesos eficientes de producción, distribución y consumo e igualmente permite obtener conocimiento de cómo se debe administrar los ingresos y gastos. La economía contribuye para el desarrollo del país por lo que permite determinar que producir, como producir y para quien producir, a través de aquello se podrá obtener ganancias y con el transcurso del tiempo un crecimiento económico. (Ramírez Osorio et al., 2018, p. 14)

De acuerdo con (Escuela de Negocios Esneca, 2021) El desarrollo de la economía local eleva el nivel del desempeño económico, este tipo de de economía permite reducir las desigualdades, originar empleos, aumentar los ingresos, mejorar la calidad de vida y fortalecer los pequeños o medianos negocios e igualmente permite que el sector privado incremente su inversión y facilite la implementación de estrategias económicas locales.

Una vez contextualizado sobre la economía local y su importancia, posteriormente se da a conocer sobre cuales son los agentes economicos que intervienen en el consumo de productos y servicios.

#### 2.2.12.2 Agentes economicos

Un agente económico es un individuo o grupo que toma decisiones, puede ser una persona o empresas que lleven a cabo actividades económicas. Los principales agentes económicos son las personas o familias en el rol de consumidores de productos y servicios e igualmente como ofertantes de mano de obra, las empresas como demandantes de empleo, así como también comercializador de bienes y servicio y finalmente el estado. (Insituto Nacional de Estadísticas, 2019)

La familia constituye la unidad fundamental de consumo o adquisición de productos y servicios además está compuesta por personas que conforman un hogar.



**Gráfico 5-2 :Agente Familia**

**Fuente:** (Insituto Nacional de Estadísticas, 2019)

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

Las empresas son las unidades primordiales de producción o son las que tienen como actividad principal la transformación de factores productivos en: bienes y servicios para ofertarles a los otros agentes.



**Gráfico 6-2:** Agente Empresa

**Fuente:** (Insituto Nacional de Estadísticas, 2019)

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

El estado tiene como función regular la economía del país, provee bienes públicos y proporcionar servicios públicos e igualmente administra los recursos públicos como el dinero de los impuestos.



**Gráfico 7-2:** Agente Estado

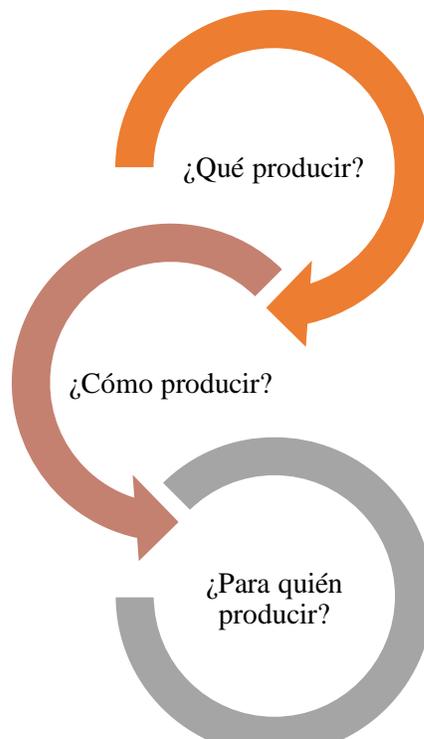
**Fuente:** (Insituto Nacional de Estadísticas, 2019)

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

Posteriormente al determinar sobre los agentes económicos que son personas o familias que cumplen el papel de comerciantes, productores o consumidores de productos y servicios, pero con el transcurso del tiempo existe la posibilidad de que se presenten problemas económicos los mismos que serán detallados a continuación:

### 2.2.12.3 Problemas económicos

El problema económico se manifiesta por la escasez de recursos, que compromete a elegir, en otras palabras, en el momento en que existen recursos limitados con respecto a fines numerosos que buscan satisfacer las necesidades humanas, los componentes clave del problema económico son las necesidades humanas y los recursos escasos. (Argüello Guadalupe, 2018, p. 24)



**Gráfico 8-2:** Problemas Económicos

**Fuente:** (Argüello Guadalupe, 2018)

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

**¿Qué producir?** Bienes y servicios, se deben producir todo tipo de productos que una población demande, los mismos que buscan satisfacer las necesidades de los habitantes como pueden ser los alimentos, educación, salud entre otros e igualmente los que son esenciales para el crecimiento de la población.

**¿Cómo producir?** Organizando de la forma más eficiente los factores de producción, logrando así alcanzar el mejor rendimiento de los recursos disponibles asignados, el productor debe determinar

cuántos recursos requiere de mano de obra, maquinaria o tecnología y a través de aquello obtener la máxima producción con menores costos, en otras palabras, con la máxima eficiencia y productividad.

**¿Para qué producir?** Cada población deberá establecer que producir, cuanto y para quien, la producción deberá estar encaminada a atender necesidades y requerimientos de los diferentes sectores económicos: familias, habitantes, gobierno, empresas y sector externo. (Ramírez Osorio, et al., 2018, p. 16)

Una vez determinado sobre los problemas económicos, se detalla sobre el sistema económico para la producción y distribución de bienes o servicios:

#### 2.2.12.4 *Sistema Económico*

Basándose en el artículo de (Barrios, 2021) un sistema económico es la forma en la que una agrupación o un territorio planifica su producción y distribución de bienes y servicios para el desarrollo de la misma. A continuación, se presentan los siguientes elementos que conforman los sistemas económicos:



**Gráfico 9-2:** Sistema Económico

Fuente: (Barrios, 2021)

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

En conclusión, para la producción, distribución, comercialización y consumo de bienes en cada uno de estos procesos para completarlos se originan gastos que se determinarán más adelante con el fin de conocer su significado y los diferentes tipos.

#### 2.2.12.5 Gastos

Se refiere cuando las personas destinan recursos económicos para adquirir bienes y servicios que satisfagan sus necesidades. En el momento en que se lleva a cabo un gasto se origina una salida de dinero con la finalidad de obtener un bien o servicio a través del pago a los negocios o donde se adquirió los mismos. Lo que se efectúa cuando se existe un gasto es ejecutar una transacción económica o responsabilizarnos a realizarla. (Studocu.com, 2021)

Los gastos se presentan en la vida diaria de las personas los mismos que responde a las diferentes necesidades en el consumo o para la producción, comercialización y distribución de bienes y servicios, el hecho de que exista una diversidad de necesidades a ser satisfechas las personas se enfrente con distintos tipos de gastos:



**Gráfico 10-2:** Tipos de Gastos

**Fuente:** (Credito Maestro, 2022)

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer 2022

**Gastos fijos:** De acuerdo con (Credito Maestro, 2022) Son todos aquellos que se mantienen invariables, como el pago de la renta, préstamos o una hipoteca en un periodo de tiempo determinado, estos gastos son obligatorios y las personas deberán establecerlos como prioridad, si se está teniendo inconvenientes para cubrirlos, lo ideal es establecer límites en otros gastos. Los gastos fijos para las empresas de igual forma no varían en función del tiempo, debido a que no depende de la producción de la empresa, como el alquiler de las oficinas, las facturas o el salario de los empleados. En efecto estos gastos dependen del sector al que se destine la empresa, los gastos fijos de un restaurante o los de una cafetería no son los mismos que los de un taller de mecánica. Existen diferentes categorías de estos gastos como alquileres, impuestos, servicios profesionales, reparaciones, servicios bancarios, publicidad, entre otros. (Furiati, 2021)

**Gastos variables o extraordinarios:** En consonancia con (Credito Maestro, 2022) estos gastos no cuentan con periodicidad y son usualmente más aleatorios. Estos gastos dependen del consumo que realicen las personas en el mes, por ejemplo, la comida, el pago de servicios básicos o el pago de transporte, etc. Son aquellos que depende de la producción de la empresa, en otras palabras, cambiaran si se produce más o menos de lo que normalmente se lo realiza, como la compra de materia prima, gastos de transporte, descuentos sobre ventas en este caso se debe tomar en consideración que se puede lograr obtener descuentos en función del volumen de la compra que se efectuó o de la forma de pago. (Furiati, 2021)

**Gastos discrecionales:** Estos gastos pueden ser fijos o variables, son ocasionales y dependen del deseo de las personas, como ir al parque, cine, comprar ropa, calzado o ahorrar dinero en este caso las personas determinan cuanto gastar, de qué manera y si hacerlo o no. Se recomienda que se divida de forma proporcional entre los diferentes gastos que se puedan presenciar y se trabaje en ser lo más disciplinado posible con el fin de no superar los márgenes establecidos. (Credito Maestro, 2022).

Es vital organizar los gastos según su importancia, es por ello que es indispensable señalar sobre el ahorro, el mismo que será descrito posteriormente:

#### 2.2.12.6 *Ahorro*

Según (Burguillo, 2016) el ahorro es la parte del rendimiento que el sujeto dispone no aplicar hoy a su gasto. Por consiguiente, conserva ese dinero fuera de cualquier peligro para suplantar una necesidad o contingencia futura. Incluso, puede ser como herencia. Con respecto a la anterior definición, el ahorro es muy importante, ya que es necesaria para una planificación económica en base a los medios de cada persona. De igual manera es mejor que las personas, familias no hagan uso excesivo de algún crédito ni un endeudamiento.

De acuerdo a (Alcalá, 2020) La importancia del ahorro igualmente en los negocios se interpreta en el manejo eficiente de los recursos los que aportan a la sostenibilidad del mismo, ayuda a prevenir el pago de intereses en compras grandes o expandir el negocio en el momento apropiado.

Es importante tener en cuenta cada una de las siguientes características del ahorro:

- **Es una conducta de hábito:** el ahorro es una conducta que se debe aplicar en las finanzas de manera habitual. Por ello es importante aplicar el hábito de ahorro de manera que recurren como parte de sus finanzas el proceso se convierte más sencillo.
- **Solo es posible cuando los ingresos superan los gastos:** si los ingresos superan los gastos, las personas de lo contrario no podrían ahorrar e incluso llegarían al punto de endeudarse sin tener liquidez necesaria para pagar, por ello es importante presupuestar los gastos en función a sus ingresos.
- **Tienen metas definidas:** Se tiene que tener claro las expectativas de ahorro proponiendo objetivos razonables, es decir tanto en plazos ya sean mensuales, trimestral, semestral, entre otros.
- **Es un proceso de disciplina y paciencia:** El ahorro es un hábito de constancia y paciencia, por ende, es fundamental determinar expectativas razonables de ahorro.
- **Genera estabilidad financiera:** Si una persona o entidad económica cuenta con reservas de ahorro es más fácil reponerse a posibles crisis económicas.
- **Reduce gastos innecesarios:** El ahorro no implica ser tacaño o no gastar, es más ayuda a ser una persona racional y evitar gastos innecesarios. (Rosales C., 2021)
- En el ahorro existen, principalmente dos tipos de ahorros:
- **Ahorro público:** este ahorro proviene del Estado. su objetivo es cubrir provisiones futuras ante posibles situaciones inesperadas que tengan que salir en un gasto público importante.
- **Ahorro privado:** es el ahorro de las familias o empresas, se da en ocasiones cuando las necesidades básicas se satisfacen en su totalidad, pueden presentarse problemas como el desempleo, la disminución de salarios o el aumento de precios de los bienes básicos.

Al señalar sobre el ahorro, cabe establecer que con el transcurso del tiempo permitirá realizar una inversión, la misma que será contextualizada a continuación:

#### 2.2.12.7 *Inversión económica*

De acuerdo con (Panza, 2018) La inversión corresponde a la adquisición, compra o fabricación o bienes que permitirán producir otros bienes, por lo tanto, a través de aquello se está aceptando un riesgo y se espera que el resultado de la inversión con el transcurso del tiempo les genere ingresos superiores, que servirán para satisfacer sus necesidades de consumo o para mejorar sus condiciones económicas.

Al analizar sobre el sistema económico, el gasto, el ahorro y la inversión son argumentos que contribuyen para el desarrollo económico local con el fin de mejorar el bienestar, la calidad de vida y el futuro económico de una población, el mismo que se detalla a continuación:

#### **2.2.12.8      *Desarrollo económico local***

El desarrollo está enlazado con el sustento y el crecimiento económico de tal manera que se garantice el bienestar, se conserve la prosperidad, la generación de empleos y se satisfaga las necesidades de la sociedad, deberá estar acompañado de mejoras y avances en el estilo y la calidad de vida de los habitantes, deben existir cambios en temas sociales, políticos y económicos. (Concepto, 2020)

En Ecuador se presenta el lanzamiento de una campaña denominada juntos Ecuador, iniciativa realizada por el Ministerio de Producción, comercio exterior, inversiones y pesca junto al grupo la Favorita que fomenta el consumo local como eje de la reactivación económica y productiva del país, impulsando la industria nacional y sostenibilidad del empleo. (Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, 2020)

El enfoque principal sobre el desarrollo local es:

- Establecer un entorno favorable para los negocios
- Promover la competitividad
- Incentivar oportunidades para negocios nuevos ya sean a través de inversores externos o emprendedores locales.

Una vez determinada la teoría de las variables en estudio, seguidamente se va a dar a conocer sobre una herramienta de diseño que representará gráficamente las necesidades insatisfechas de los habitantes de la ciudad en relación a productos y servicios.

#### **2.2.13      *Prototipo 3D***

Hace referencia a un modelo físico creado a base de diferentes materiales como madera, metal, materiales moldeables, etcétera el cual puede ser tridimensional y se representa en forma reducida un objeto. Sirve para visualizar más detalladamente el objeto antes o después de ser construido puede representarse todo un proyecto o solo una parte se probará la materialidad, funcionalidad y la viabilidad real del mismo. (Impresion3d, 2022)

#### **2.2.14      *Relación entre demanda insatisfecha y economía local***

En la ciudad de Macas, se observa un incremento de pequeñas, medianas y grandes empresas sobre todo en el sector centro de la ciudad, donde se identifica la generación de autoempleo a través de tiendas, abastos y locales que prestan servicios. En los barrios equidistantes al sector centro se presenta

una demanda insatisfecha de bienes y servicios, debido a que los comerciantes a la hora de poner en marcha un negocio no se identifican las necesidades del consumidor, es decir, que no llegan a realizar un estudio sobre las necesidades insatisfechas y un análisis de mercado.

El tamaño de la demanda para un producto o servicios será la cantidad de personas que compran o hacen uso del mismo, es decir, que deberá satisfacer las necesidades del consumidor de acuerdo con las siguientes características: cantidad, precio, calidad y oferta. Las técnicas para evaluar la demanda del mercado serán diferentes ya que dependerán del tipo de producto o servicios que serán analizados. Al determinar la demanda insatisfecha existe una alta probabilidad de encontrar nuevos segmentos de mercado y establecer una idea de negocio que a través de un análisis de mercado podrá obtener resultados como la comercialización de productos con alta demanda, satisfacer las necesidades de los habitantes, minimizar el riesgo de inversión y estrategias que permitan sobresalir de la competencia, con estos beneficios logrará alcanzar un posicionamiento en el mercado, el cual con el transcurso del tiempo recuperará la inversión realizada y obtendrá ganancias que permitirán seguir o prolongar con las actividades del negocio.

Al determinar las necesidades del consumidor es una ventaja competitiva para el emprendedor debido a que a través de aquello podrá aprovechar estas necesidades insatisfechas para poder ofertar los productos o servicios que satisfagan a las personas, de la misma forma que su negocio obtenga mayores ingresos y a su vez cubrir los costos o gastos. Cada uno de los comerciantes deberá adquirir los métodos más adecuados para la obtención de ganancias dependiendo del tipo de negocio con el fin de incrementar la misma, de igual modo al conocer sobre las necesidades se presentará alternativas que permitan desarrollar la economía local, debido que al conocer sobre las necesidades de los sectores de la ciudad, se podrá determinar ideas de negocio que al ponerlas en marcha exista la posibilidad que con el transcurso del tiempo se presenten fuentes de empleo, esto permitirá mejorar los ingresos económicos de las personas.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de investigación

##### 3.1.1 *Cualitativo*

En este método se utiliza la recolección de datos sin una evaluación numérica para encontrar respuestas o afirmar preguntas de investigación en el transcurso de interpretación se busca adquirir información clara y detallada para comprender el comportamiento humano y las razones que direccionan tal comportamiento. Este enfoque da como resultado datos descriptivos e interpretativos a través de la recolección de información directamente de las personas o de la población en estudio. (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018, p. 71)

Se utilizará un enfoque cualitativo puesto que, mediante la observación, revisión de documentación en fuentes bibliográficas confiables, se logrará conocer la realidad que se investiga en el caso de este presente trabajo de investigación, se va a abarcar e interpretar las necesidades de los habitantes.

##### 3.1.2 *Cuantitativo*

El enfoque cuantitativo según (Echenique, 2017) menciona que el enfoque cuantitativo también denominado tradicional, experimental, positivista, hipotético-deductivo, empiricista, empírico-analista o racionalista, surgió en el siglo XIX y tiene como fundamento filosófico el positivismo. Ha sido alusivo dentro de la investigación. Es secuencial y probatorio; usa el procedimiento hipotético-deductivo, ya que parte del supuesto de la existencia de orden en la naturaleza y de las posibilidades de conocerlo. A través de la observación empírica y el experimento en muestras de amplio alcance y desde una aproximación cuantitativa con el fin de verificar y perfeccionar leyes. Su principal objetivo es explicar, predecir, verificar y controlar los fenómenos. Es decir que se usan la recolección de datos para aprobar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Se aplicará el enfoque cuantitativo al momento de tabular e interpretar los resultados obtenidos de las encuestas empleadas a la población. Se va a ejecutar al instante de realizar el estudio de la demanda insatisfecha en los diferentes sectores de la ciudad de Macas para las conclusiones del proyecto de investigación.

#### 3.2 Nivel de investigación

##### 3.2.1 *Descriptiva*

Este nivel de investigación abarca la descripción, registro, análisis e interpretación del entorno actual y el desarrollo de la población en estudio a través de aquello, se reúne información y se podrá realizar un análisis de los datos. El enfoque se realiza sobre como una persona o la población de estudio se

conduce a actuar en el presente. Esta investigación se orienta a las realidades de hecho y permite determinar una interpretación correcta. (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018, p. 103)

En el presente análisis se va a utilizar una investigación descriptiva, ya que se realizará un estudio de la problemática existente, esto se va a basar en la información u opiniones de los habitantes a través de las encuestas que permitirán analizar e interpretar la información recolectada y ayudará a describir el entorno donde se suscita el problema planteado, mediante el uso de las técnicas de observación y la encuesta en un espacio y tiempo determinado

### **3.3 Diseño de investigación**

#### **3.3.1 *Experimental***

(Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018) en su libro cita sobre la investigación experimental en el cual dice que se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, condiciones rigurosamente controladas, con el fin de determinar de qué modo o por que causa se produce una situación o acontecimiento particular. El experimento es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas.

El diseño de la investigación es experimental debido que se va a establecer una relación entre causa-efecto entre las variables establecidas, es decir, que se va determinar el efecto que causa la variable independiente a la variable dependiente a través de los resultados obtenidos.

### **3.4 Tipo de estudio**

#### **3.4.1 *Documental***

Es documental debido a que el presente trabajo será sustentado a través de fuentes bibliográficas en las cuales se llevaron a cabo las consultas que permitieron obtener información para la fundamentación teórica.

#### **3.4.2 *Campo***

Según (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018) la investigación de campo se realiza en el lugar de los hechos, implica tomar la información de fuentes directas, sin manipular ni controlar las variables. Los datos recopilados provienen directamente del individuo o grupo de estudio. La investigación de campo permite observar un fenómeno en sus condiciones reales.

El tipo de estudio que se va utilizar es de campo debido a que se va a recopilar datos a través de encuestas mediante información proporcionada por los habitantes de la ciudad de Macas, con el fin de describir y analizar la problemática planteada y a través de este estudio llegar a conocer la situación y las necesidades de la sociedad.

### **3.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra**

#### **3.5.1 Población**

Según (Insituto Nacional de Estadísticas, 2020) se define a la población como el conjunto de elementos que se requiere para la investigación, estos pueden ser acontecimientos, situaciones, objetos o grupo de personas en un área geográfica.

La población en relación a los sectores económicos y la población económicamente activa por parroquias en Macas corresponden al 23129 de la población económicamente activa del total del cantón Morona. Obteniendo a través del total de la suma del porcentaje de rango de edad que es 56,2% de la parroquia Macas dividiendo con el total del PEA dando como resultado el porcentaje señalado.

Al segmentar la población, el universo a utilizar en la presente investigación fue la población económicamente activa que corresponde a 23129 habitantes de la ciudad de Macas. (Vivienda, 2010)

En el cual de acuerdo con el PEA se refiera a las personas de 15 años y más que trabajan por lo menos 1 hora en la semana de referencia o, aunque no trabajaron, mantuvieron trabajo y personas que no tenían trabajo, pero se encontraban disponibles con la finalidad de trabajar y procuran buscar empleo. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021)

Mediante una entrevista realizada al Ing. Javier Garbay funcionario del registro de la propiedad del cantón Morona se solicitó el Mapa de la ciudad de Macas con la finalidad de dividir el mapa en diferentes sectores y posteriormente aplicar las encuestas, así como también realizar el diseño del prototipo 3D. A continuación, se presenta el Mapa de la ciudad de Macas:



Se puede observar el mapa de la ciudad sectorizado, el cual muestra el método de la observación y de acuerdo a la zona geográfica de cada uno de los barrios, con la finalidad de que los mismo se encuentran ligados a sus zonas cercanas, los que cuenta de 3 a 4 sectores aproximadamente con el fin de obtener con claridad el criterio de los habitantes y conocer las necesidades de las personas en los diferentes lugares, dividiendo de forma proporcional las encuestas para cada uno de ellos obteniendo como resultado que en las zonas 1,2,3 y 4 se aplicarán 69 y en la 5 y 6 se empleará 68 encuestas.



**Ilustración 2-2:** Sectorizado el mapa de la ciudad de Macas

Fuente: Registro de la propiedad del cantón Morona, 2022

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

### 3.5.2 La muestra

La muestra es un subconjunto de datos que pertenece a una población en la que se lleva a cabo la investigación. Para la recopilación de información relacionadas a las actitudes, hábitos y prácticas es necesario definir la muestra de la población en estudio.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

**Tabla 1-3:** Significado de la fórmula de la muestra finita

SÍMBOLO	SIGNIFICADO		
n	Tamaño de la muestra buscado		
N	Tamaño de la población o universo	23129	
Za	Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza 95.542%	1.961	3.84356
E	Error de estimación máximo aceptado 4.458%	0.0458	0.00229
P	Probabilidad de que ocurra el evento estudiado(éxito) 50%	0.5	
Q	Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (1-p) 50%	0.5	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer

$$n = \frac{23129 * (3,8436)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2(23129 - 1) + (3,8436)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{22224,42481}{53,92401}$$

$$n = 412$$

De acuerdo a la muestra se aplicará 412 encuestas a la población económicamente activa de la ciudad de Macas.

### **3.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

#### **3.6.1 Métodos**

##### *3.6.1.1 Inductivo*

Este método utiliza el razonamiento para determinar las conclusiones que parten de hechos particulares aprobados como válidos con el fin de llegar a conclusiones, cuya utilización sea de carácter general. Se parte de la observación de hechos y obtención de información los cuales se registran, analizan e interpretan al aplicar este método se establece un criterio general del estudio de hechos o acontecimientos particulares, en otras palabras, parte de lo general a lo particular. (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018, p. 61)

Este método permite llegar a una conclusión de manera general sobre la base de análisis de la información recolectada de los diferentes habitantes, partiendo de la observación de los hechos de carácter particular dentro del área que se va a estudiar.

##### *3.6.1.2 Deductivo*

El método deductivo o también conocido como método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, entre otros de aplicación universal y de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018, p. 67)

Este método es aquel que parte de datos generales a lo individual, es decir, se llegara a la conclusión a partir de una serie de principios que conforman un argumento del análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas, partiendo de conceptos y definiciones generales relacionadas a las variables de estudio con el fin de llegar a una conclusión lógica del problema identificado.

##### *3.6.1.3 Analítico*

Es una herramienta que consiste en la descomposición de un todo con el fin de observar las causas, conductas y efectos, es decir, que parte de lo general a lo particular. Para desarrollar este método se deberá analizar o determinar un examen de un acontecimiento en particular, es necesario conocer la naturaleza del objeto en estudio para identificar su esencia y a través de aquello se podrá describir, explicar, comprender e interpretar el comportamiento y establecer nuevas teorías. (Jiménez, 2015)

Este método es aplicado debido a que se analizara la información recolectada a través de las encuestas a los habitantes de cada uno de los sectores de la ciudad de Macas alcanzando así a comprender, estudiar y explicar el comportamiento y las necesidades de los ciudadanos.

### **3.6.2        *Técnicas***

#### **3.6.2.1        *Observación***

La técnica de la observación es un método que permite obtener información de forma directa del entorno en que se realiza la investigación, es una técnica que permite reconocer y obtener datos del objeto en estudio, revisando detalladamente lo que le interesa al investigador sobre el caso de estudio y los acontecimientos particulares. Para realizar se deberá establecer el objeto en estudio, es decir, que se va a observar. (Monroy Mejía & Sanchez Llanes, 2018, p. 107)

Se aplicará la técnica de observación de forma directa identificando las necesidades de los ciudadanos de cada uno de los sectores de la ciudad, registrando la información para su posterior análisis.

#### **3.6.2.2        *Encuestas***

Es una herramienta para recolectar información que contribuirá a la investigación, a través de aquello se recopilará datos de las opiniones de las personas sobre el caso de estudio. Al aplicarla se obtendrá información acerca del comportamiento del segmento de personas que serán encuestadas. En esta técnica el investigador preguntará de forma sistemática sobre los datos que desee obtener y posteriormente realizará un análisis e interpretará los mismos. (Tesis y Másters Argentina, 2022)

La encuesta permite obtener información por escrito acerca del objeto de estudio mediante el cálculo de una muestra y la aplicación de un cuestionario diseñado con anticipación. En este trabajo de investigación se realizará las encuestas a un grupo de personas en cada uno de los seis sectores divididos de la ciudad de Macas con el fin de conocer la demanda insatisfecha y su efecto en la economía local.

Las encuestas constan de 19 preguntas y en base al desarrollo de las variables cada una de ellas tiene influencia para determinar la existencia de demanda insatisfecha y conocer los tipos de necesidades en relación a productos y servicios que les hace falta a los ciudadanos de igual forma cada una de las preguntas fueron planteadas en base al desarrollo del marco teórico de cada una de las variables de estudio. En virtud de los tipos de necesidades a investigar son los que comúnmente se presentan en el mercado, donde mediante la técnica de observación permitió reconocer que los negocios existentes principalmente en el sector centro de la ciudad que ofertan productos y servicios destinados a satisfacer necesidades básicas también son esenciales para satisfacer las necesidades de los habitantes que no están satisfechos por sus negocios existentes en sus zonas geográficas.

### **3.6.3 Instrumentos**

#### **3.6.3.1 Cuestionario**

Se utilizará un cuestionario el cual permite obtener la información sobre las variables de estudio se realizó una lista de 19 preguntas que fueron contestadas a través de la plataforma virtual Microsoft Forms y de forma presencial con el fin de recolectar información cualitativa y cuantitativa, de tal manera que se logre analizarla y posteriormente generar conclusiones del trabajo de investigación.

#### **3.6.3.2 Prototipo 3D**

Se representará gráficamente la información recolectada a través de la encuesta aplicada a los habitantes, en el cual se demostrará la ciudad de Macas dividida en seis sectores y en cada uno de los mismos la existencia de la demanda insatisfecha respecto a las necesidades de productos y servicios.

## CAPITULO IV

### 4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1 Análisis e interpretación de resultados

##### 4.1.1 *Resumen de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Macas*

En el presente trabajo de investigación se aplicó una encuesta a la población económicamente activa de la ciudad de Macas con el propósito de analizar e interpretar los resultados de la información obtenida sobre las necesidades de productos o servicios de cada uno de los 6 sectores de la ciudad y su efecto en la economía local que son las variables de estudio.

Se realizó un formulario en la plataforma de google, el mismo que fue compartido en 4 páginas de Facebook y en grupos de WhatsApp a los presidentes de cada uno de los semestres de la carrera de contabilidad y auditoría para que compartan con cada uno de sus compañeros de aula, también se compartió en otro grupo donde se encuentran todos los presidentes de las diferentes carreras de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo igualmente se realizó de forma presencial con la autorización del rector en el colegio 27 de febrero con el fin de obtener respuestas de los sectores 1,2 y 3; en los demás sectores se llevó a cabo de forma presencial con el propósito de completar las respuestas que faltaban en el formulario de los sectores 1,2,3,4 y 6.

Para la tabulación se utilizó la herramienta de Excel la cual permitió realizar las tablas y sus respectivos gráficos calculando el porcentaje por sector para la interpretación y análisis de cada una de las preguntas que permitirá llegar a las conclusiones de la investigación. A continuación, se detalla los resultados obtenidos de la encuesta:

#### *Pregunta N° 1*

¿Considera usted que los tipos de negocios que existen en su localidad cumplen con sus necesidades?

**Tabla 2-4:** Los negocios cumplen con las necesidades de los habitantes

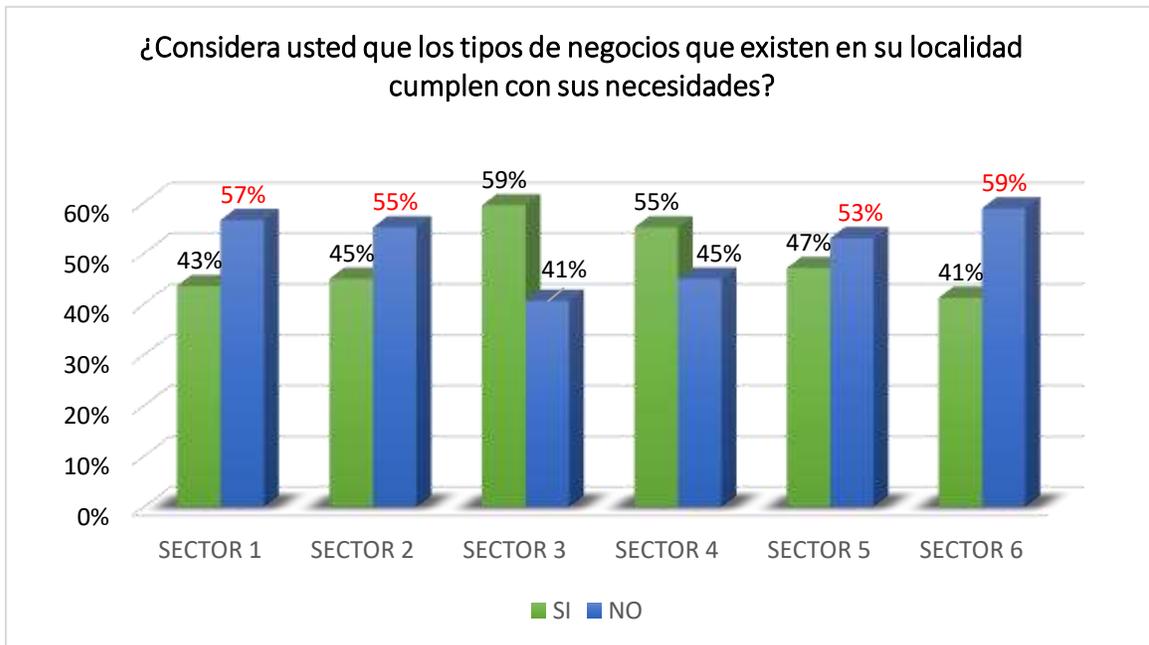
<b>Respuestas</b>	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>	<b>Total</b>
Si	30	31	41	38	32	28	200
No	39	38	28	31	36	40	212
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

**Tabla 3-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°1

Porcentajes por Sector							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Si	43%	45%	59%	55%	47%	41%	49%
No	57%	55%	41%	45%	53%	59%	51%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 11-4:** Los negocios cumplen con las necesidades de los habitantes

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

La satisfacción de las necesidades del consumidor hace referencia a la demanda insatisfecha debido a que, según (Shideshare, 2017) es cuando el comprador no ha logrado acceder al producto o servicio y en caso de haber adquirido no cumple con sus necesidades o expectativas, es decir que en el mercado no se cubre las necesidades de la demanda, esto se denomina demanda insatisfecha. Los consumidores necesitan productos o servicios que satisfagan sus necesidades, es por ello que buscar la satisfacción debe ser un objetivo para un negocio. Si se consigue cubrir las necesidades de los consumidores las ventas aumentaran de forma significativa a mediano y largo plazo. Un consumidor satisfecho tras la adquisición vuelve a comprar, crea este vínculo de fidelización y cabe tener en cuenta que al igual que los consumidores satisfechos transmiten su experiencia, los insatisfechos también lo hacen, es por ello que es importante buscar la satisfacción de los consumidores. Se debe tomar en consideración la situación actual del mercado donde la oferta es muy elevada y que el número de competidores incrementa. (Sonia, 2016)

## Análisis e Interpretación

De los 412 encuestados el promedio general es el 51% respondieron que los tipos de negocios que existen en su localidad no cumplen con sus necesidades, determinando que existe una demanda insatisfecha en los diferentes sectores de la ciudad de Macas y el restante con un promedio general del 49% respondió que sí cumplen con sus necesidades. A través de las respuestas de los habitantes de la ciudad de Macas, se determina que los negocios que existen en cada uno de los sectores no cumplen con las necesidades en un 51%, es por ello, que a continuación se procede a preguntar cuáles son las necesidades que requieren en su zona geográfica.

### Pregunta N° 2

¿Qué tipos de necesidades requiere usted en el sector que vive?

**Tabla 4-4:** Tipos de necesidad que requieren los habitantes

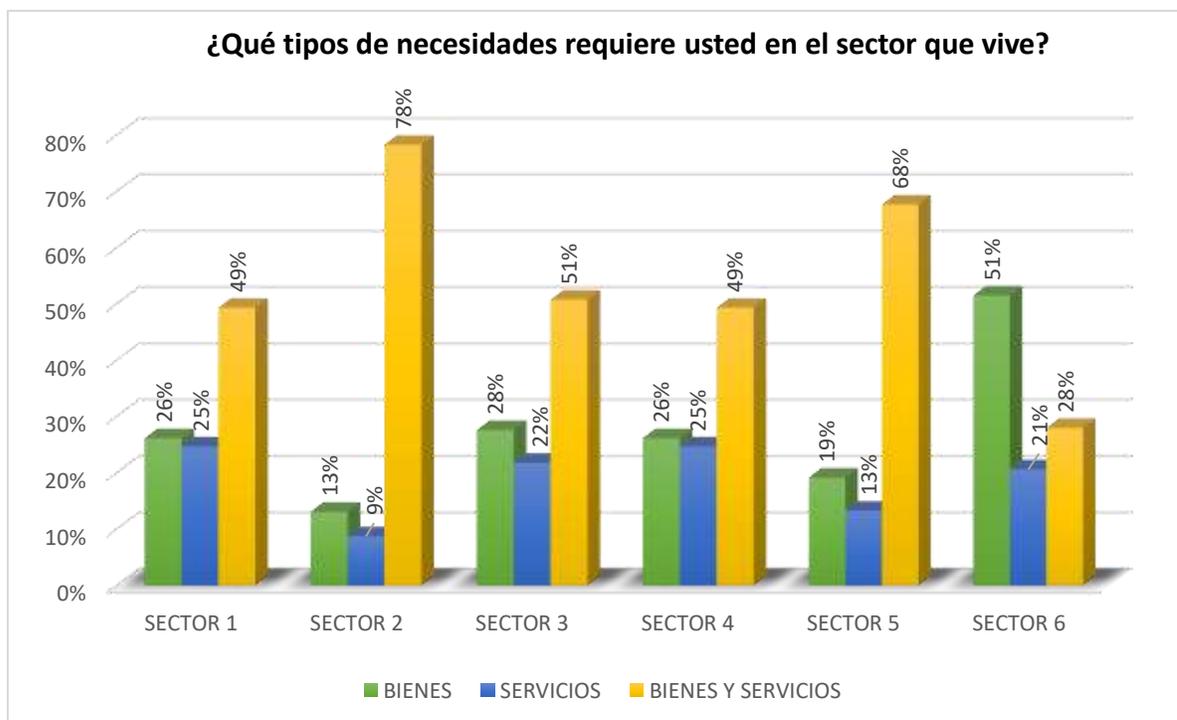
Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Bienes	18	9	19	18	13	35	112
Servicios	17	6	15	17	9	14	78
Bienes y servicios	34	54	35	34	46	19	222
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>412</b>

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

**Tabla 5-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°2

	Porcentaje por sector						Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Bienes	26%	13%	28%	26%	19%	51%	27%
Servicios	25%	9%	22%	25%	13%	21%	19%
Bienes y servicios	49%	78%	51%	49%	68%	28%	54%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 12-4:** Tipos de necesidad que requieren los habitantes

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Según (Tomas, 2022) es importante conocer las necesidades de las personas ya que es esencial para cualquier tipo de negocio que desee llevar a cabo una buena estrategia de marketing y lograr incrementar las ventas. Las necesidades son aquellas que conducen a una persona a buscar y a pagar por un producto o servicio que logre satisfacerlas. La necesidad, por lo tanto, es un mecanismo dentro de la decisión de compra, cuanto más efectiva sea una marca identificando estas necesidades y ofreciendo productos o servicios que las cubran, obtendrá un mayor número de ventas.

### **Análisis e Interpretación**

De los 412 encuestados el promedio general del 54% respondieron que el tipo de necesidad que requieren en el sector que viven es de bienes y servicios, el otro promedio general del 27% respondieron que requieren bienes y el restante del promedio general del 19% respondieron que necesitan en su zona geográfica solo el tipo de servicios. No obstante, es importante también conocer tanto en necesidades de bienes o servicios, saber cuáles tienen más impacto en su zona geográfica, a continuación, se detallan:

**Pregunta N° 3**

Si su respuesta fue bien:

¿Qué tipo de necesidades en función a productos requiere usted en el sector que vive?

**Tabla 6-4:** Necesidades en función a productos

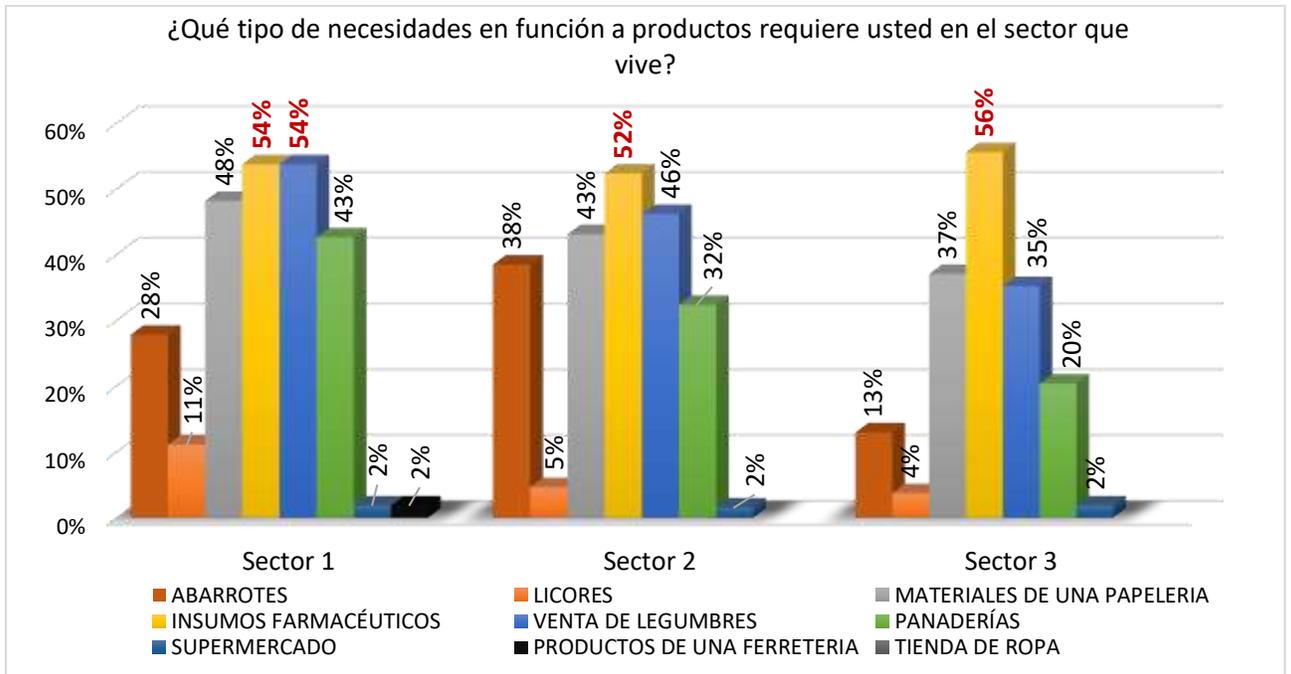
Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Abarrotes	15	25	7	18	36	9	110
Licores	6	3	2	1	0	0	12
Materiales de una papelería	26	28	20	22	27	21	144
Insumos farmacéuticos	29	34	30	30	25	23	171
Venta de legumbres	29	30	19	25	32	28	163
Panaderías	23	21	11	16	22	13	106
Supermercado	1	1	1			1	4
Productos de una ferretería	1						1
Tienda de ropa				2	1	1	4
Electrodomésticos				1			1
Agropecuarios						1	1
Ninguno					1		1
<b>Total encuestados</b>	54	65	54	60	59	54	346
Total respuestas	130	142	90	115	203	97	777

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

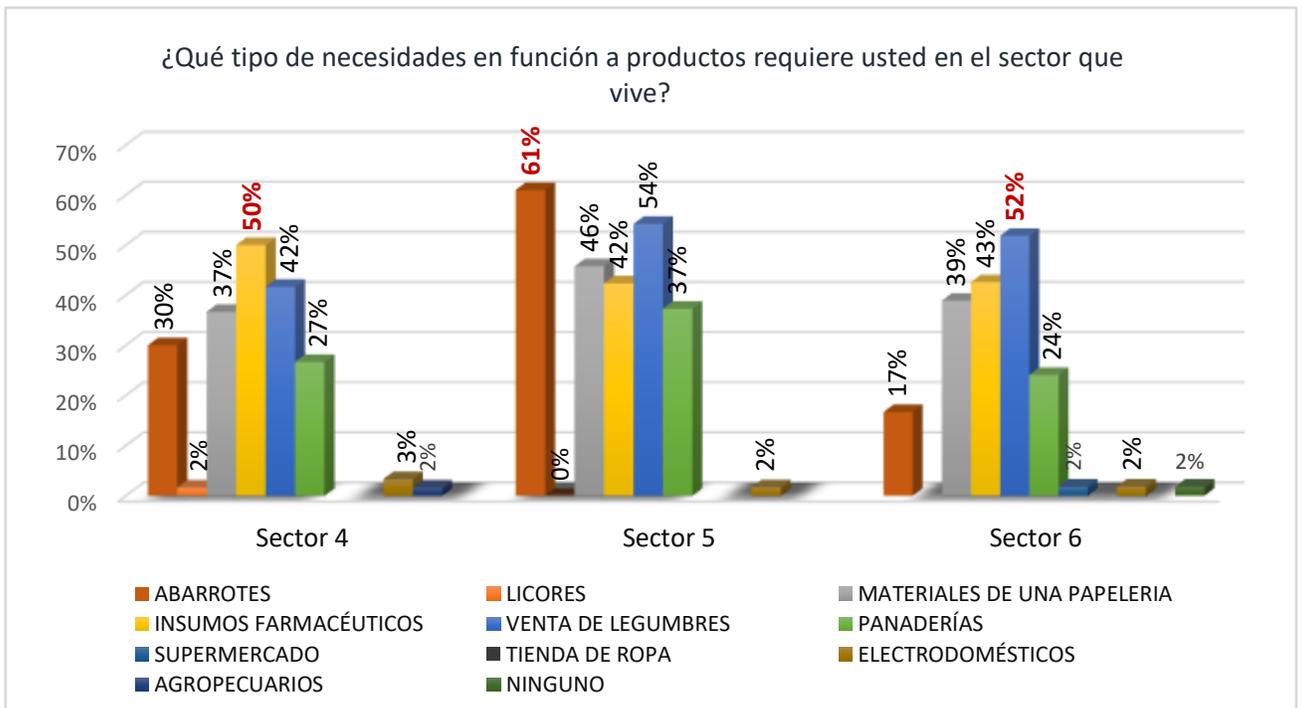
**Tabla 7-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°3

Porcentajes en referencia al total de cada sector:						
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6
Abarrotes	28%	38%	13%	30%	61%	17%
Licores	11%	5%	4%	2%	0%	0%
Materiales de una papelería	48%	43%	37%	37%	46%	39%
Insumos farmacéuticos	54%	52%	56%	50%	42%	43%
Venta de legumbres	54%	46%	35%	42%	54%	52%
Panaderías	43%	32%	20%	27%	37%	24%
Supermercado	2%	2%	2%			2%
Productos de una ferretería	2%					
Tienda de ropa				3%	2%	2%
Electrodomésticos				2%		
Agropecuarios						2%
Ninguno					2%	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022



**Gráfico 13-4:** Locales que ofrecen productos que requieren la población en su sector\_1  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 14-4:** Locales que ofrecen productos que requieren la población en su sector\_1.1  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Según (Marketing directo, 2021) un local comercial es donde se realiza la compra de productos o servicios. Se refiere a un espacio físico donde se encuentra quien ofrece un producto o servicio y al consumidor o cliente. Estos locales pretenden generar ganancias y quien adquiere el producto lograr cubrir una necesidad.

Cabe señalar que un negocio debe tener como finalidad satisfacer las necesidades de los consumidores, es por ello que cuando se ponga en marcha, su punto de partida debe estar direccionado en qué tipo de necesidad va a atender. Un negocio práctico y rentable es aquel también que no se compone con parecer a otros, sino que busca estrategias que le permitan innovar y trabajar para marcar una diferencia y proporcionar un valor agregado en su producto o servicio. (Dorado, 2014)

### **Análisis e Interpretación**

De las 412 encuestas, se obtuvieron 346 respuestas que requirieron productos, obtenido como resultado para cada uno de los sectores las necesidades, se observa que en el sector 1 el 54% el tipo de necesidad que requieren insumos farmacéuticos y el mismo 54% requieren de un local de venta de legumbres dejando como porcentaje bajo del 2% requieren un local comercial de supermercado y productos de una ferretería. Así mismo en el sector 2 el 52% requieren un local que oferte insumos farmacéuticos y el negocio con menos porcentaje del 2% que menor impacto tiene es un supermercado. En el sector 3 respondieron con un 56% que el local comercial que requieren en su zona geográfica son insumos farmacéuticos, dejando con un porcentaje muy bajo del 2% en supermercado. También en el sector 4 el local que mayor impacto tiene son los insumos farmacéuticos con el 50% el negocio que menor impacto tiene es la venta de electrodomésticos con un 2%. En el sector 5 el 61% de los encuestados requieren un local de abarrotes. Y finalmente en el sector 6 los moradores de ese sector requieren también un local de venta de legumbres con un 52%.

*Si su respuesta fue servicios:*

¿Qué tipo de servicios requiere usted en el sector que vive?

**Tabla 8-4:** Necesidad de servicios que requiere la población en su sector

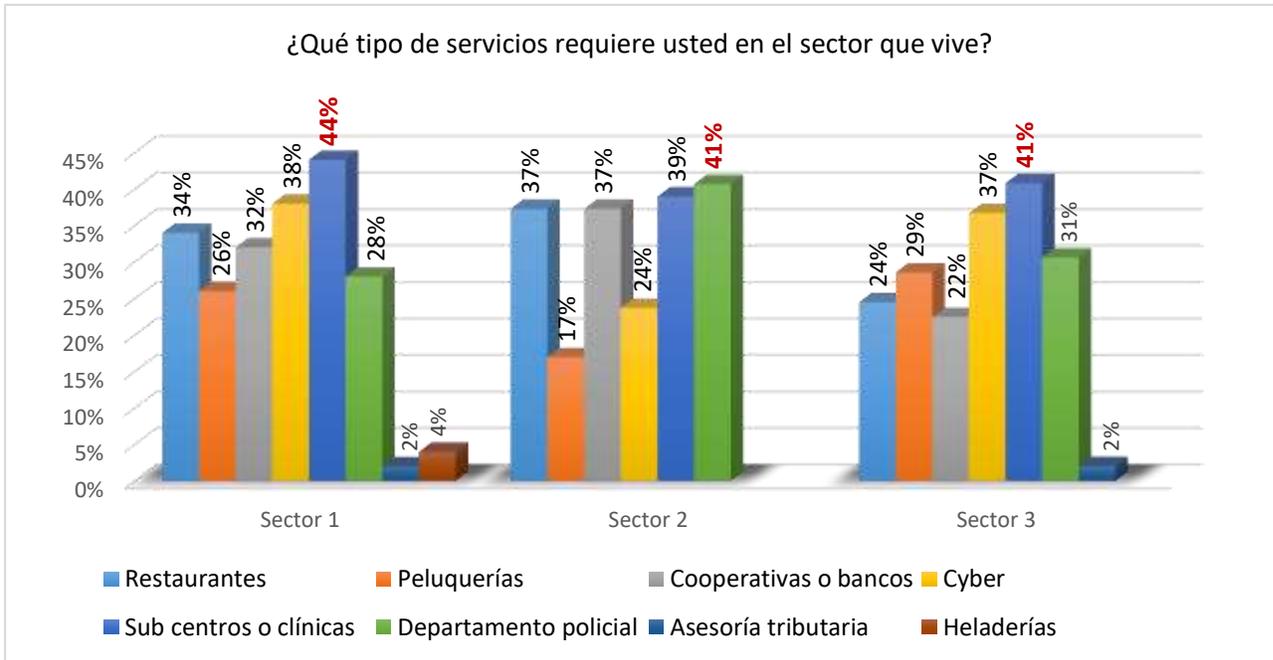
<b>Respuestas</b>	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>	<b>Total</b>
Restaurantes	17	22	12	16	21	7	95
Peluquerías	13	10	14	11	14	12	74
Cooperativas o bancos	16	22	11	14	32	5	100
Cyber	19	14	18	16	20	18	105
Sub centros o clínicas	22	23	20	21	30	15	131
Departamento policial	14	24	15	20	30	5	108
Asesoría tributaria	1		1			1	3
Heladerías	2						2
Agencia de publicidad				1			1
Asesoría de abogados				1			1
Gym					1		1
Departamentos económicos					1		1
<b>Total encuestados</b>	50	59	49	53	60	32	303
<b>Total respuestas</b>	104	115	91	100	149	63	622

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

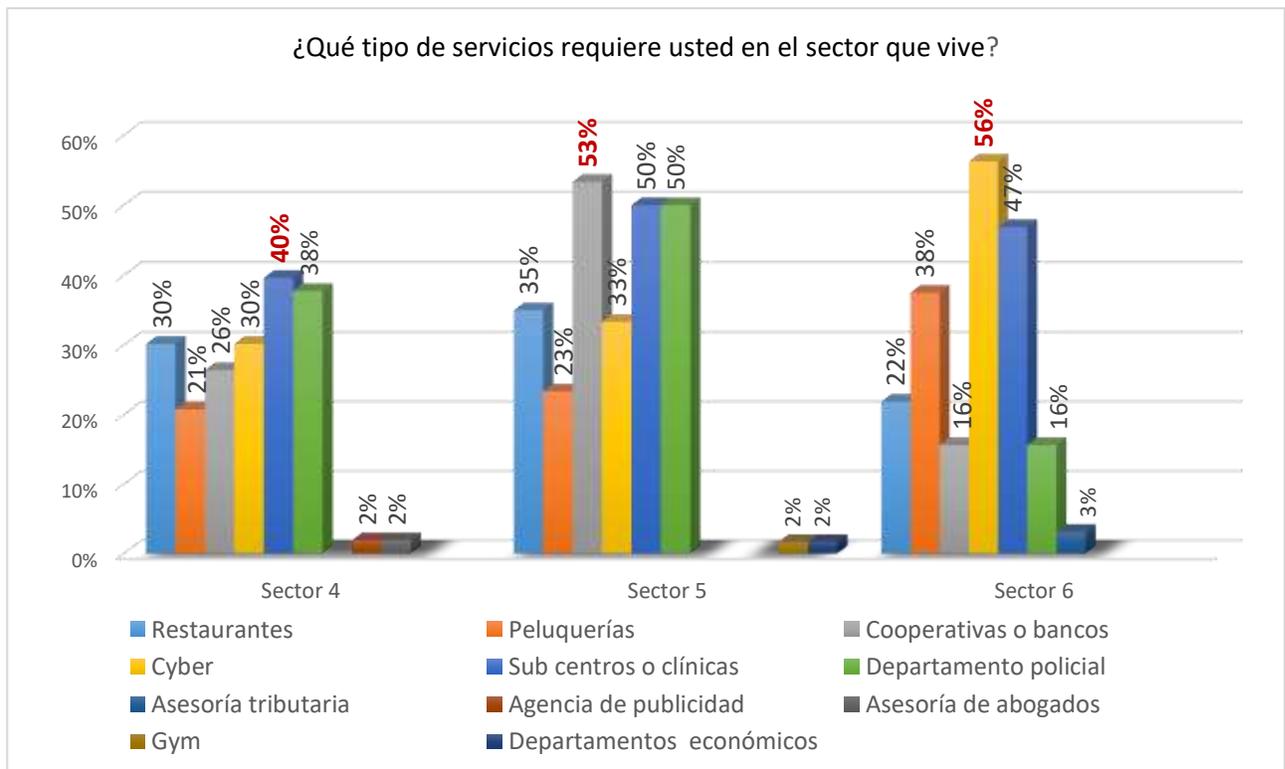
**Tabla 9-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°3-1

<b>Porcentajes en referencia al total de cada sector</b>						
	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>
Restaurantes	34%	37%	24%	30%	35%	22%
Peluquerías	26%	17%	29%	21%	23%	38%
Cooperativas o bancos	32%	37%	22%	26%	53%	16%
Cyber	38%	24%	37%	30%	33%	56%
Sub centros o clínicas	44%	39%	41%	40%	50%	47%
Departamento policial	28%	41%	31%	38%	50%	16%
Asesoría tributaria	2%		2%			3%
Heladerías	4%					
Agencia de publicidad				2%		
Asesoría de abogados				2%		
Gym					2%	
Departamentos económicos					2%	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 15-4:** Necesidades de prestación de servicios\_1  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 16-4:** Necesidades de prestación de servicios\_1.1  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Según (Ejemplos, 2015) las empresas de servicios prestan elementos intangibles a sus consumidores para la satisfacción de una necesidad puntual. Su fin es semejante a las empresas que ofrecen productos, es generar ingresos.

### **Análisis e Interpretación**

De las 412 encuestas, se obtuvieron 303 respuestas que requirieron prestación de servicios por sector geográfico, respecto al sector 1 respondieron que el tipo de servicio que requieren es un sub centro o clínica con el 44%, el tipo de servicio que tuvo menos interés fue una asesoría tributaria con un 2%. En el sector 2 el 41% requieren el tipo de servicio de un departamento policial dejando de lado con el porcentaje más bajo al tipo de servicio de una peluquería con el 17%. En el sector 3 respondieron que el tipo de servicio que requieren es un sub centro o clínica con el 41%. En el sector 4 el 40% respondieron que el tipo de servicio que requieren es un sub centro o clínica dejando a un lado con un porcentaje menor del 2% a una agencia de publicidad y una asesoría de abogados. En el sector 5 el 53% respondieron al servicio de Cooperativa o Bancos. Finalmente, en el sector 6 con un 56% respondieron al tipo de servicio de un Cyber. Una vez determinado cuales son los tipos de locales comerciales que los habitantes necesitan en cada uno de los sectores, seguidamente se procede a preguntar a los ciudadanos si fueran económicamente rentable para un negocio darse la iniciativa de impulsar a que se cumplan con sus necesidades

### **Pregunta N° 4**

¿Piensa usted que sería económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumplan con las necesidades de los habitantes en el sector que residen?

**Tabla 10-4:** Es económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumpla con las necesidades de los habitantes

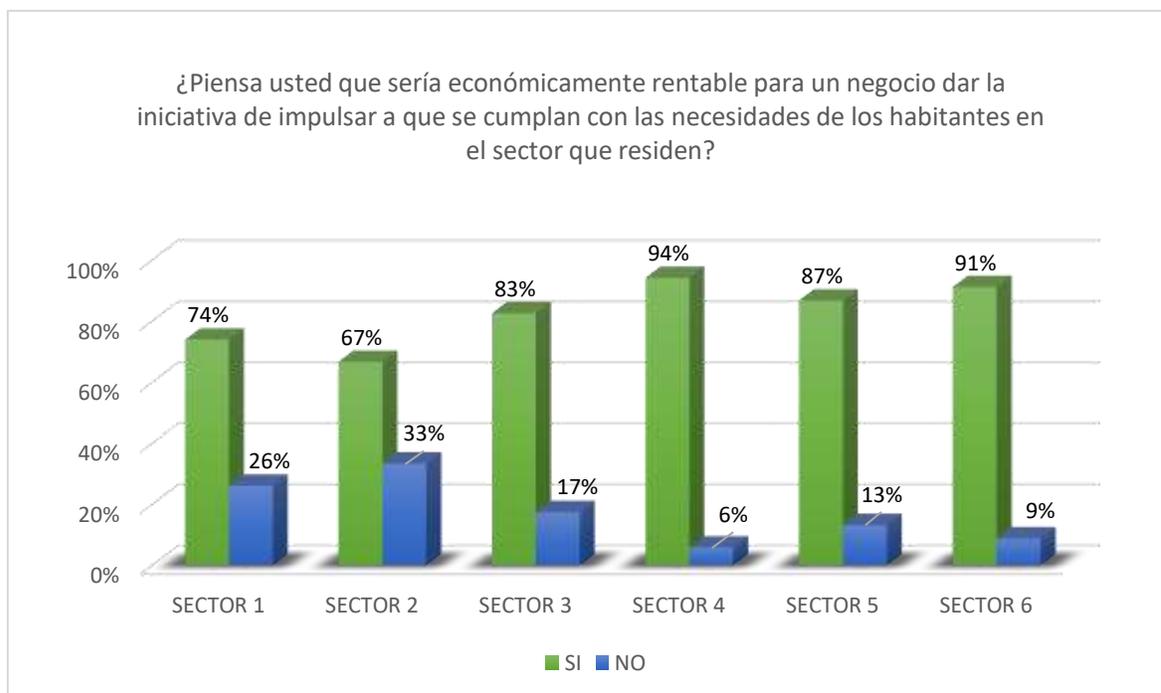
<b>Respuestas</b>	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>	<b>Total</b>
Si	51	46	57	65	59	62	340
No	18	23	12	4	9	6	72
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

**Tabla 11-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°4

Porcentaje por sector							Promedio
	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>	
<b>Si</b>	74%	67%	83%	94%	87%	91%	83%
No	26%	33%	17%	6%	13%	9%	17%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 17-4:** Es económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumpla con las necesidades de los habitantes.

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Ya sea de un negocio existente o dar la pauta para la implementación de un nuevo, lo que determina su futuro son las necesidades de los consumidores, el comerciante debe escuchar e identificar las necesidades, ya que con aquello podrá determinar estrategias que permitan satisfacerlas ofreciendo una nueva línea de productos o servicios y mejorando la experiencia de compra o adaptando nuevas tendencias. (Aplimedia, 2021)

A medida que se satisface las necesidades del comprador o consumidor según la jerarquía de Maslow el negocio obtendrá ganancias y con la posibilidad que en futuro permita expandir el mismo. Cabe señalar que, aunque cada empresa son diferentes y tiene su propia modelo para transformar las necesidades de los habitantes en productos y servicios, el desafío de las distintas empresas es utilizar eficientemente sus recursos para alcanzar sus metas, de acuerdo aquello comprender, entender y cubrir las necesidades de los compradores y darles respuesta es esencial para la implementación o continuidad de un negocio. (Rigotti, 2015)

En un negocio se deberá administrar los recursos en función a sus ingresos de forma eficiente, mantener un balance entre ganancias y pérdidas, así como también tener la capacidad de afrontar pagos. Es por ello que se deberá implantar estrategias que permitan alcanzar los objetivos planteados

con la finalidad de que el negocio obtenga mayores ingresos para mantenerlo o con el transcurso del tiempo expandirlo. (García, 2021)

### **Análisis e Interpretación**

En el sector 1 el 74%, en el sector 2 el 67%, sector 3 el 83%, sector 4 el 94%, sector 5 el 87% y en el sector 6 el 91% obteniendo como resultado un promedio general del 83% que si consideran que al dar la iniciativa para promover la creación de un negocio en el sector que vive que cumpla con sus necesidades seria económicamente rentable, es decir, que podría ser factible en futuro realizar un estudio de mercado en aquel sector para posteriormente poner en marcha un negocio que con el transcurso del tiempo generaría ganancias permitiendo al comerciante mejorar sus ingresos económicos, a su vez en sector 1 el 26%, en el sector 2 el 33%, sector 3 el 17%, sector 4 el 6%, sector 5 el 13% y en el sector 6 el 9% dando un promedio total del 17% donde determinan que no generaría ganancias al dar la iniciativa para promover la creación de un negocio que cumpla con las necesidades de los habitantes en el sector que reside. Al establecer si es económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumpla con las necesidades en la zona geográfica del encuestado, posteriormente se busca determinar si aquello permitirá que mejoren las condiciones económicas de los habitantes al establecer oportunidades de negocio, por lo tanto, se describe a continuación

### **Pregunta N° 5**

¿Considera usted que mejorarían las condiciones económicas de los habitantes al determinar las oportunidades de negocios a través del estudio de las necesidades insatisfechas en los diferentes sectores de la ciudad de Macas?

**Tabla 12-4:**Mejorarían las condiciones económicas de los habitantes

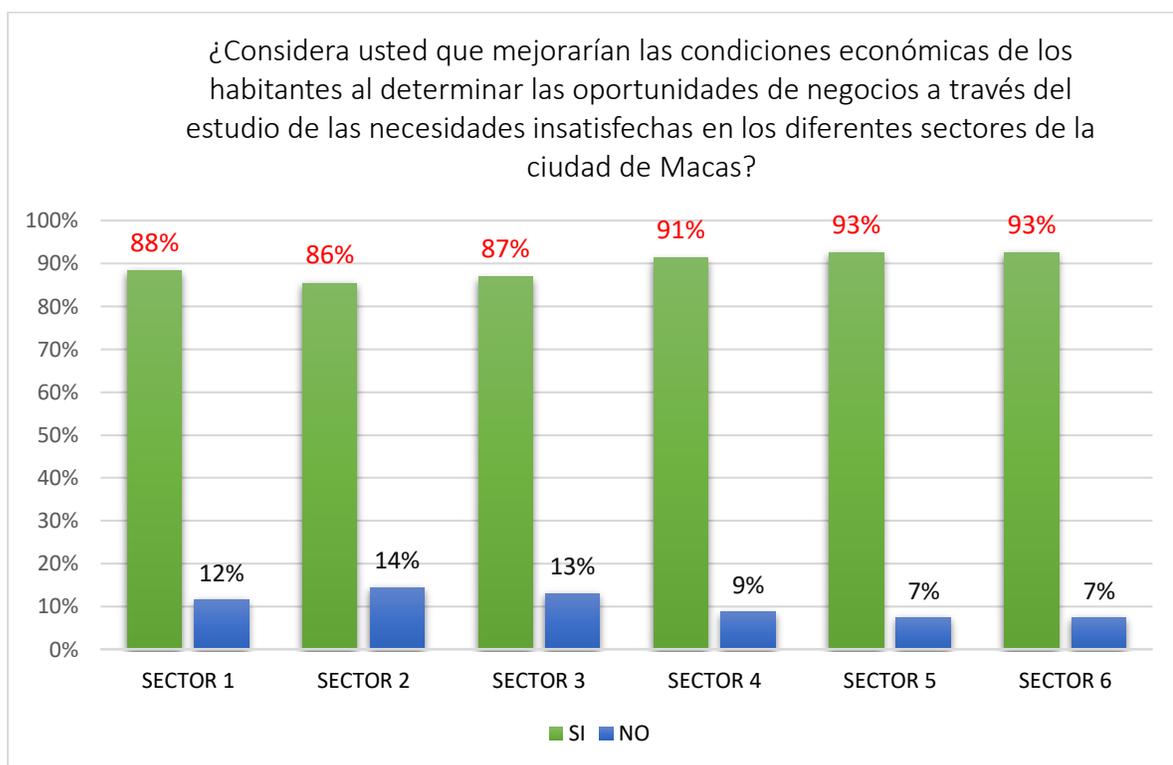
<b>Respuestas</b>	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>	<b>Total</b>
Si	61	59	60	63	63	63	369
No	8	10	9	6	5	5	43
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

**Tabla 13-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°5

Porcentajes por sector							Promedio
	<b>Sector 1</b>	<b>Sector 2</b>	<b>Sector 3</b>	<b>Sector 4</b>	<b>Sector 5</b>	<b>Sector 6</b>	
Si	88%	86%	87%	91%	93%	93%	90%
No	12%	14%	13%	9%	7%	7%	10%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022



**Gráfico 18-4:** Mejorarían las condiciones económicas de los habitantes  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Una oportunidad de negocio es el momento adecuado para poner en funcionamiento una idea de negocio y adquirir ganancias, considerando solo aquellas ideas de las que existe la posibilidad de una factibilidad de obtener beneficios cuando se ponga en marcha. Estos tipos de oportunidades se originan al identificar una necesidad insatisfecha de un grupo de mercado, una vez identificadas las necesidades, el comerciante deberá planear una solución que cubra a través de un producto o servicio. Lo esencial es ofrecer un producto o servicio funcional efectivo de atender una o diferentes necesidades no cubiertas para aquello es necesario igualmente identificarlas conjuntamente con un estudio del mercado. (Martínez, 2020)

Un emprendimiento debe ser sustentable es por ello que se requiere diseñar, analizar y establecer un proyecto que se conserve con el transcurso del tiempo, así como también sea una herramienta para que las personas pueden generar sus propios ingresos. Los emprendimientos son pilares fundamentales para el desarrollo económico y local de un territorio, debido a que generan nuevas fuentes de ingresos para pequeñas poblaciones o grupos humanos y permiten dinamizar la actividad económica. (Vargas et al., 2020)

## Análisis e Interpretación

Las personas que consideran que mejorarían las condiciones económicas de los habitantes al determinar las oportunidades de negocios a través del estudio de las necesidades insatisfechas en los diferentes sectores de la ciudad de Macas obteniendo un promedio general es del 90% desglosándose en las siguientes cantidades por sector: 1 el 88%, en el sector 2 el 86%, sector 3 el 87%, sector 4 el 91%, sector 5 el 93% y en el sector 6 el 93% de las encuestas realizadas, al determinar cuáles son las necesidades que requieren los habitantes en cada sector se presenta como una alternativa para el inicio de una idea de negocio lo que con el transcurso del tiempo las personas podrían empezar a generar sus propios ingresos, mientras que en el sector 1 el 12%, en el sector 2 el 14%, sector 3 el 13%, sector 4 el 9%, sector 5 el 7% y en el sector 6 el 7%, obteniendo un promedio total de la suma de cada uno de los sectores del 10% consideran que no mejorarían las condiciones económicas de los habitantes al determina un estudio de las necesidades insatisfechas que al identificarlas originan una idea de negocio. Al determinar si mejoraran las condiciones económicas de los habitantes a través de las oportunidades de negocio se busca a través de la opinión de las personas si aquello permitirá que sus ingresos incrementen y se originen fuentes de empleo, por consiguiente, se menciona seguidamente:

### Pregunta N° 6

¿Cree usted que al existir negocios que cumplan con las necesidades de los moradores en el sector que vive, incrementarían los ingresos y generaría fuentes de empleo?

**Tabla 14-4:** Negocio que cumplan con las necesidades de los moradores, incrementarían los ingresos y generaría fuentes de empleo

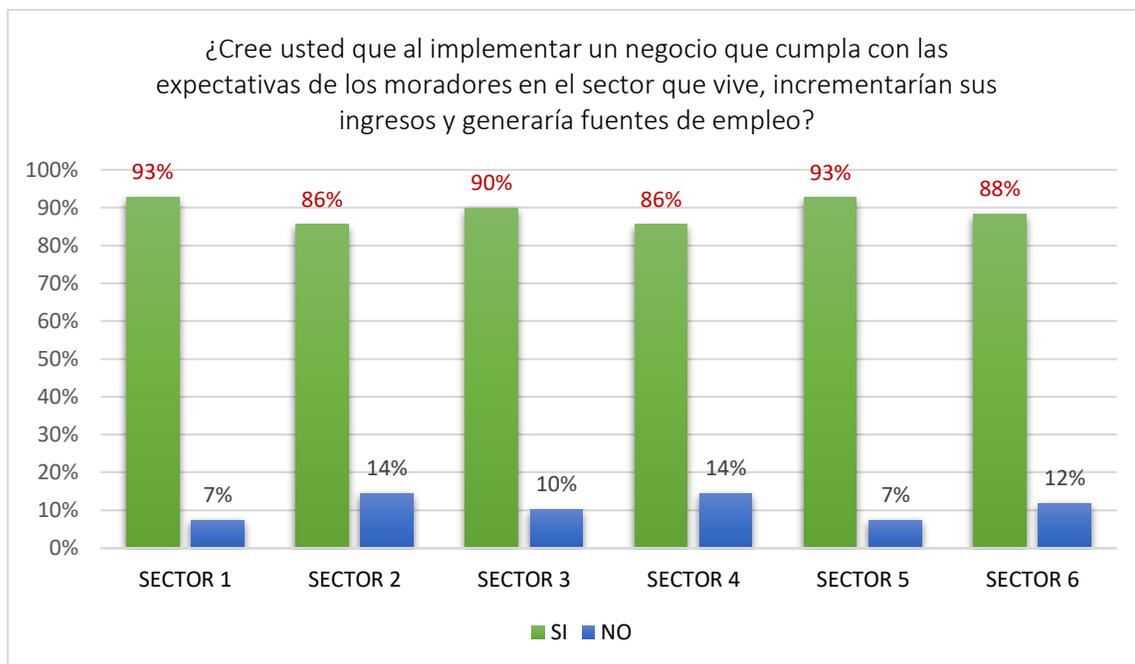
Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Si	64	59	62	59	63	60	367
No	5	10	7	10	5	8	45
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>68</b>	<b>68</b>	<b>412</b>

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

**Tabla 15-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°6

Porcentajes por sector							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Si	93%	86%	90%	86%	93%	88%	89%
No	7%	14%	10%	14%	7%	12%	11%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 19-4:** Existencia de negocios que cumplan con las necesidades de los habitantes.  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Los emprendimientos son fundamentales para el desarrollo económico a través de la transformación de desafíos en oportunidades, generación de trabajo, competitividad, productividad, cambios tecnológicos e innovación, lleva a convertir en una herramienta económicamente rentable. Por consiguiente, incrementa las posibilidades de cambio en los procesos productivos y empresariales de un territorio con la finalidad de mejorar el nivel de vida de los habitantes, mediante el empleo y aprovechamiento de sus propios productos y a su vez promover el establecimiento de nuevos emprendimientos, así como también, la innovación de nuevos productos. (Vargas et al., 2020)

### **Análisis e Interpretación**

En el sector 1 el 93%, en el sector 2 el 86%, sector 3 el 90%, sector 4 el 86%, sector 5 el 93% y en el sector 6 el 88% obteniendo como resultado un promedio general del 89% de las encuestas realizadas consideran que al existir negocios que cumpla con las necesidades de los moradores en el sector que reside, incrementarían sus ingresos y a su vez generaría fuentes de empleo mismo que les permitirá mejorar su nivel de vida y generar fuentes de empleo a los habitantes de la ciudad, mientras que el sector 1 el 7%, en el sector 2 el 14%, sector 3 el 10%, sector 4 el 14%, sector 5 el 7% y en el sector 6 el 12% dando un promedio total del 11% que consideran que al existir negocios que cumpla con las necesidades no aumentaría sus ingresos y tampoco se originarían fuentes de empleo.

**Pregunta N° 7**

¿Considera usted que, en el sector centro de la ciudad los negocios que ofrecen productos o servicios que cumplen con la misma función, existe una repartición de ganancias?

**Tabla 16-4:** Existe una repartición de ganancias

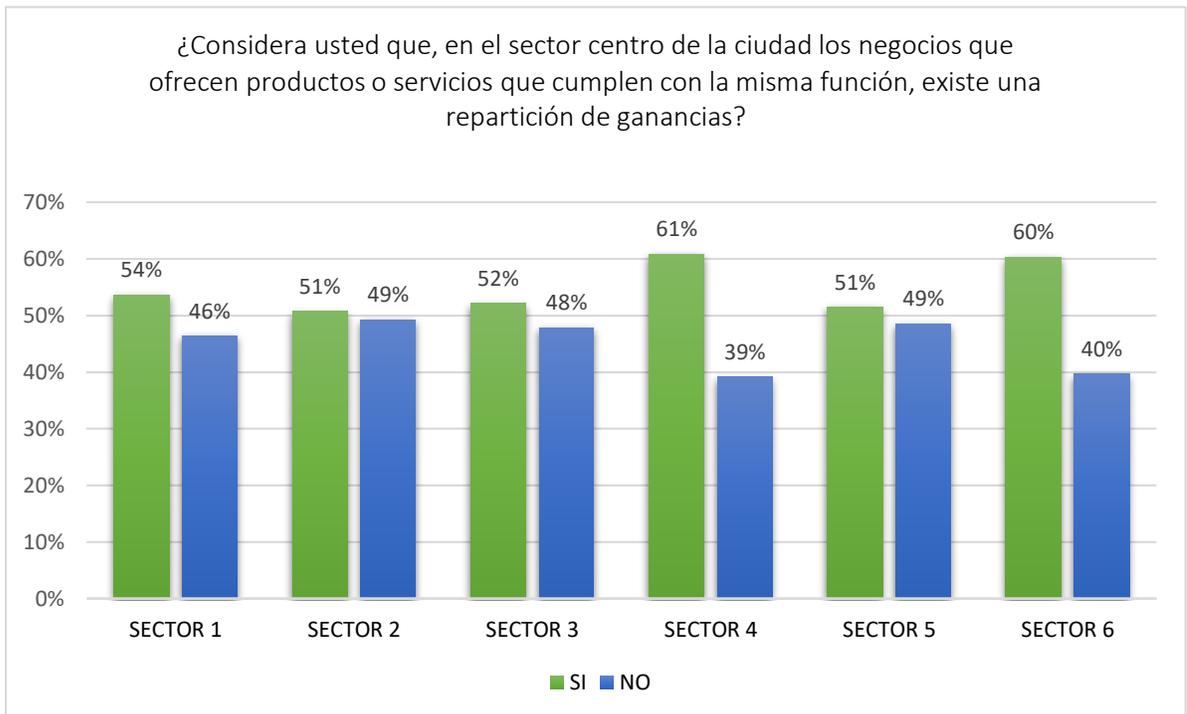
Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Si	37	35	36	42	35	41	226
No	32	34	33	27	33	27	186
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

**Tabla 17-4:** Porcentajes de las respuestas de la pregunta N°7

Porcentajes por sector							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Si	54%	51%	52%	61%	51%	60%	55%
No	46%	49%	48%	39%	49%	40%	45%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022



**Gráfico 20-4:** Existe una repartición de ganancias

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

La competencia se refiere a aquella situación en la que dentro de un mercado están presentes consumidores que son aquellos que buscan satisfacer sus necesidades y los comerciantes que buscan obtener e incrementar sus ganancias. (DELSOL, 2020)

Las ganancias de los negocios pueden ser mayor o menor según el sector y los productos o servicios que comercialice, para comprender mejor aquello es preciso llevar a cabo un análisis de la competencia el cual es un estudio de la situación actual de un negocio existente o uno que se va a poner en marcha con el fin de determinar la intensidad de la competencia, es un componente importante en el estudio de mercado y es esencial realizar este análisis antes del lanzamiento de un nuevo producto o servicio, a su vez se debe establecer estrategias que permitan un posicionamiento o destacar en el mercado. (Qualtrics, 2022)

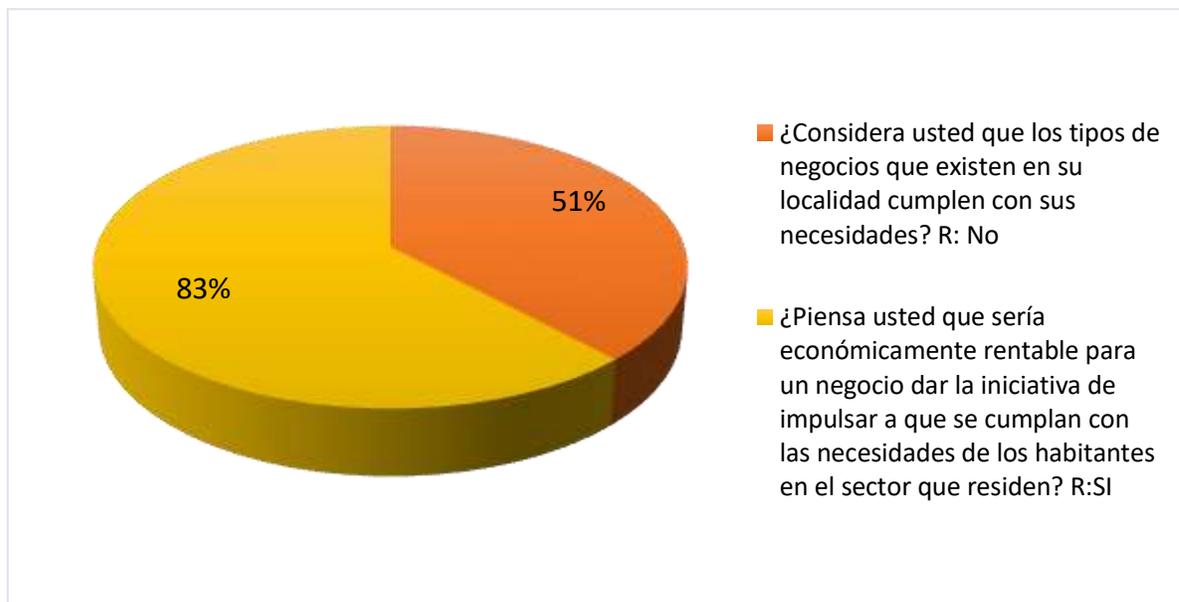
### **Análisis e Interpretación**

El 55% del total calculado del promedio general de las personas encuestadas consideran que en el sector centro de la ciudad los negocios que ofrecen productos o servicios que cumplen con la misma función, existe una repartición de ganancias, dividiéndose por sector: 1 el 54%%, en el sector 2 el 51%, sector 3 el 52%, sector 4 el 61%, sector 5 el 51% y en el sector 6 el 60% determinado especialmente que el sector 5 donde se produce la centralización de locales comerciales debido al nivel alto de la competencia, y un total del promedio general del 45% considera que no se produce una repartición entre los locales comerciales ubicado en el sector centro, desglosándose en lo siguiente: en el sector 1 el 46%, en el sector 2 el 48%, sector 3 el 49%, sector 4 el 39%, sector 5 el 49% y en el sector 6 el 40%.

#### 4.2 Discusión de resultados

Como parte del proyecto de investigación, se aplicó una encuesta a los habitantes de la ciudad de Macas, para determinar la demanda insatisfecha y su efecto en la economía local, seguidamente se detalla a continuación:

En base aquello, primeramente, se analiza la pregunta sobre si los habitantes consideran que los negocios que existen su localidad cumplen con sus necesidades, tomando en consideración los que no cumplen y la relación con la pregunta si es económicamente rentable para un negocio darse la iniciativa de impulsar a que se cumplan con las necesidades de los habitantes en el sector que residen.

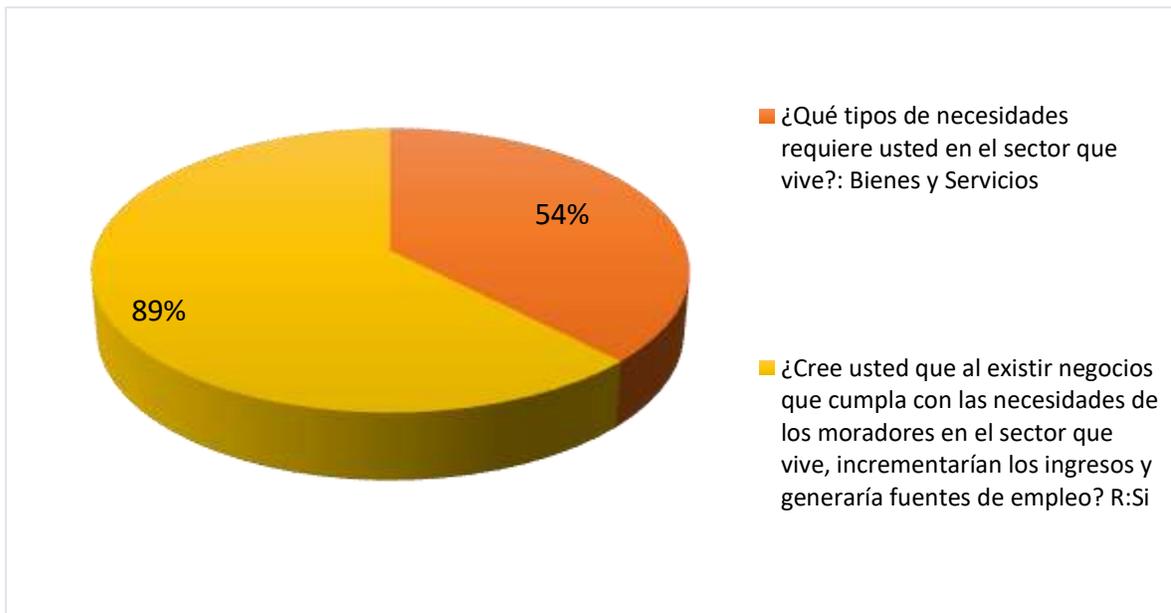


**Gráfico 21-4:** Primera relación entre dos preguntas realizadas en la encuesta  
Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Según (Mondragón, 2017) la demanda insatisfecha es cuando en el mercado no se cubre las necesidades o requerimientos de la demanda y puede ser cubierta, al menos en parte, por un proyecto. En conforme con (Sonia, 2016) determina que al satisfacer las necesidades de los consumidores permitirá incrementar el número de ventas de un negocio generando mayores ingresos a los comerciantes, es por ello que buscar la satisfacción del consumidor es esencial en un negocio y por consiguiente de acuerdo con (Rigotti, 2015) al poner en marcha una idea de negocio se obtendrá mayores ganancias a medida que se satisface las necesidades de los consumidores y también es primordial para la continuidad del mismo.

El 51% de los encuestados señalan que los negocios que existen en su sector no cumplen con sus necesidades a través de esta pregunta se identifica la existencia de la demanda insatisfecha en cada uno de los sectores de la ciudad de Macas es por ello que buscar la satisfacción de los consumidores en un negocio permite el incremento del volumen de ventas dando como resultado mayores ganancias, por lo tanto, al determinar la existencia de una demanda insatisfecha y en relación a aquello, se preguntó a los habitantes que si sería económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumpla con sus necesidades a esto el 83% respondieron que sí, de acuerdo aquello al determinar las necesidades que requieren los habitantes en cada sector es importante tomar en consideración la satisfacción de las mismas para la continuidad de un negocio o ante el inicio de una idea de negocio así como también, establecer estrategias que permitirán incrementar sus ingresos con la finalidad de que el negocio sea una fuente que sustente su economía personal o familiar.

Seguidamente se analiza sobre los tipos de necesidades que requieren los habitantes en sector que viven tomando en referencia el porcentaje mayor ante las respuestas de las personas y que consideran sobre al existir negocios que cumpla con las necesidades habitantes, incrementarían los ingresos y generarían fuentes de empleo, así como también su relación entre ellas:



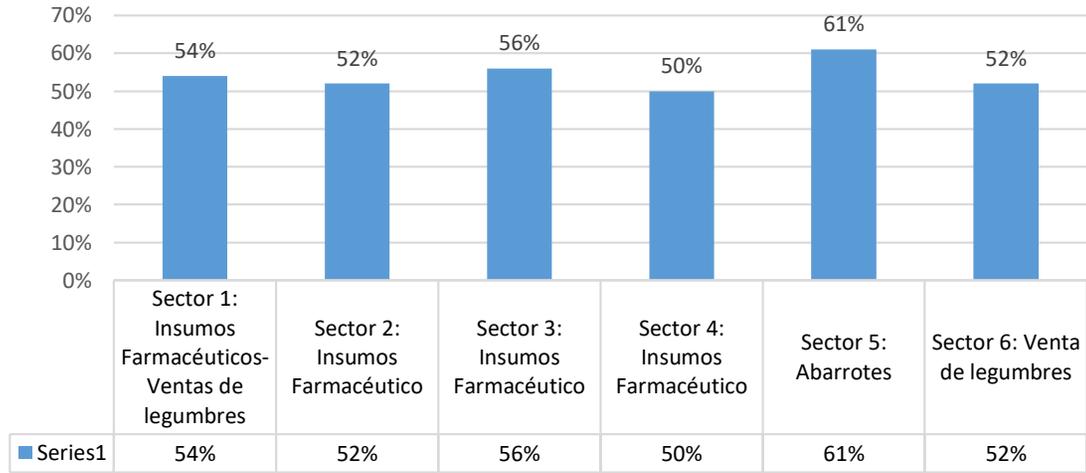
**Gráfico 22-4:** Segunda relación entre dos preguntas realizadas en la encuesta  
Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

De acuerdo con (Montoya, 2017) determinan que los bienes y servicios son un medio para satisfacer las necesidades humanas, si hablamos de algo material nos referimos a un bien, si es algo inmaterial hablamos de servicios. Los bienes y servicios combinan recursos naturales, el trabajo y el capital para generar riqueza y satisfacer las necesidades de las personas, una vez determinada cuales son las necesidades de los habitantes, según (Vargas et al., 2020) al tener la idea de negocio y ponerla en marcha es fundamental para el desarrollo económico de un territorio debido a que permite obtener ingresos propios pero también abre la posibilidad para que otras personas se unan, es decir, generan fuentes de empleo teniendo en cuenta que en diferentes acontecimiento se requiere de la mano de obra para el cumplimiento de las operaciones del negocio.

Referente a la pregunta sobre las necesidades que requieren los habitantes el 54% señala que son los bienes y servicios que necesitan en el sector que residen, siendo estos la manera de cumplir con las necesidades de los habitantes, al determinar cuáles son las necesidades que requieren se procedió a preguntar sobre si las personas creen que al existir negocios que cumpla con las necesidades de los moradores en el sector que vive, el mismo incrementarían los ingresos y generaría fuentes de empleo del cual el 89% respondieron que sí, como se ha mencionado anteriormente la satisfacción de los consumidores es primordial para el incremento de número de ventas, es por ello que la puesta en marcha de nuevos emprendimientos debe ser reflejada por la transformación de ideas en productos o servicios que satisfagan las necesidades de las personas. En base aquello conocer sobre las necesidades que requieren los habitantes y satisfacerlas es esencial para poner en marcha un negocio o la continuidad de uno, debido a que a través de aquello contribuye al desarrollo económico local con la generación de fuentes de empleo y a incrementar los ingresos de las personas.

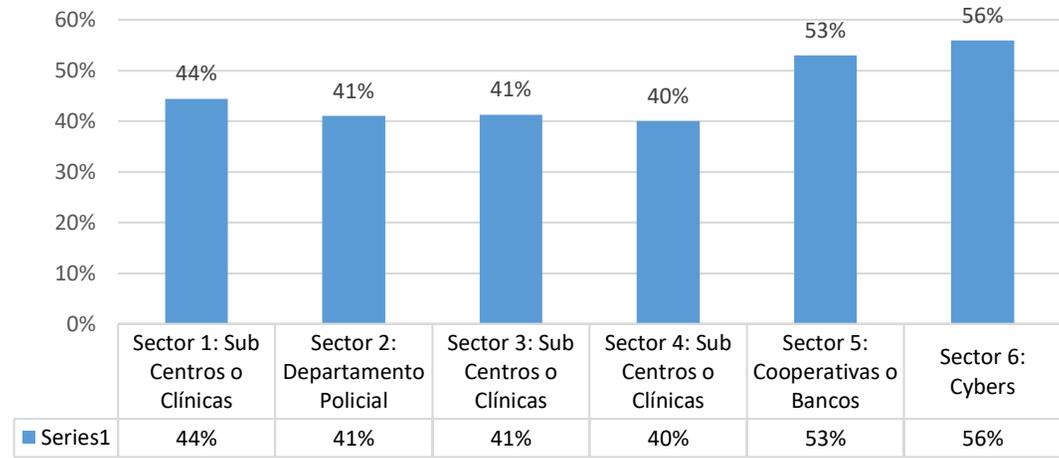
En cuanto a la metodología del trabajo de investigación, en relación a la encuesta realizada existe una relación entre las dos variables deducida de las siguientes preguntas realizadas a los habitantes de la ciudad de Macas:

### NECESIDADES EN FUNCIÓN DE PRODUCTOS

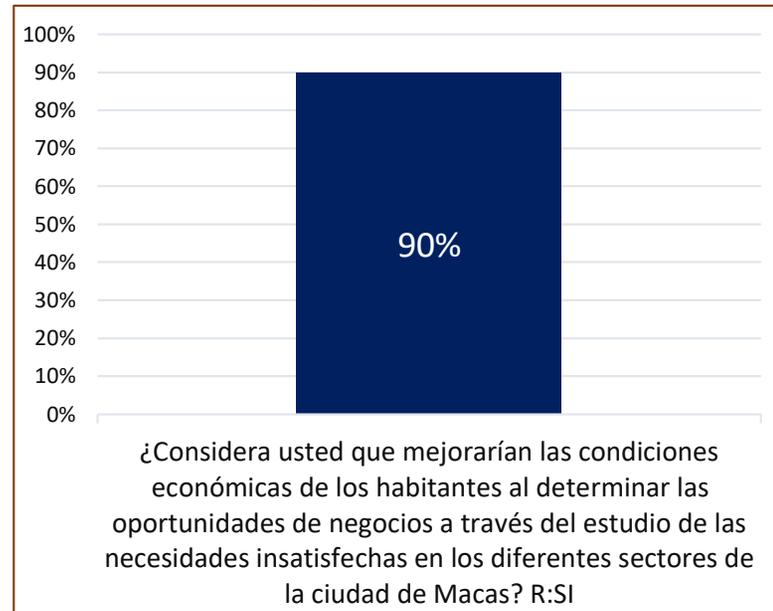


**Gráfico 24-4:** Necesidades de locales de productos  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

### NECESIDADES DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS



**Gráfico 23-4:** Necesidades de prestación de servicios  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022



**Gráfico 25-4:** Mejorarán las condiciones económicas de los habitantes  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Según (Argudo, 2020) los bienes y servicios son aquellos que llegan a satisfacer una necesidad. Los bienes son tangibles, es decir productos como la comida que satisface la necesidad de alimentarse, mientras que los servicios son intangibles, por ejemplo, un taxi cubre la necesidad de transportar a las personas o una clase de contabilidad que llega a cubrir la necesidad de educación. Los bienes y servicios son cubiertos con negocios tanto como locales comerciales o el tipo de servicio que requieran, los mismos llegan abrir puertas a oportunidades de nuevos negocios, donde de acuerdo con (Martínez, 2020) define a la oportunidad de negocio como un momento conveniente para poner en marcha una idea empresarial y del mismo conseguir ganancias con ello. Este tipo de oportunidades de negocio se producen al identificar una necesidad insatisfecha y según (Lorenzana, 2017) una necesidad insatisfecha es cuando no pueden ser cubiertas por el mercado y por lo tanto se presentan como oportunidades de negocio de un grupo de mercado. Una vez descubierto, el emprendedor dispone una solución que vaya a cubrir a través de un producto o servicio.

En concordancia a las necesidades tanto en bienes como servicios de los habitantes de la ciudad; sobre qué tipos de locales comerciales que oferten productos requieren en el sector que viven dando como resultados en los diferentes sectores de la misma que en el sector 1 el 54% requieren insumos farmacéuticos y a su vez requieren un local de venta de legumbres. Así mismo en el sector 2 el 52% requieren un local que oferte insumos farmacéuticos. En el sector 3 respondieron con un 56% que el local comercial que requieren en su zona geográfica es de insumos farmacéuticos. También en el sector 4 el local que mayor impacto tiene son los insumos farmacéuticos con el 50%. En el sector 5 el 61% de los encuestados requieren de abarrotes. Y finalmente en el sector 6 los moradores de ese sector requieren también un local de venta de legumbres con un 52%.

De la misma manera también hay que representar los tipos de servicios que requieren en el sector que viven, donde se reflejan los siguientes resultados, respecto al sector 1 respondieron que el tipo de servicio que requieren es un sub centro o clínica con el 44%. En el sector 2 el 41% requieren el tipo de servicio de sub centro o clínicas. En el sector 3 respondieron que el tipo de servicio que requieren es un sub centro o clínica con el 41%. En el sector 4 el 40% respondieron que el tipo de servicio que requieren es un sub centro o clínica. En el sector 5 el 53% respondieron al servicio de Cooperativa o Bancos. Finalmente, en el sector 6 con un 56% respondieron al tipo de servicio de un Cyber. Se puede visualizar que en cada sector cada uno de las familias que residen en los mismo tienen una necesidad, por el cual también respondieron que con un 90% si consideran que, si se debe determinar las oportunidades de negocios a través del estudio de las necesidades insatisfechas en los diferentes sectores de la ciudad de Macas, el mismo que llegaría a mejorar las condiciones económicas de los

habitantes. La fusión de estas dos preguntas solventa a las dos variables de que existe una demanda insatisfecha en cada sector y al determinar sus necesidades se presentan como alternativas para mejorar su economía.

Cabe señalar que, al satisfacer las necesidades de los diferentes habitantes en cada uno de los sectores, las necesidades son cambiantes es por ello que se deberá realizar este análisis continuamente.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.1 Propuesta

##### 5.1.1 *Título*

REPRESENTACIÓN DEL ANALISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR SECTOR GEOGRÁFICO Y LAS ALTERNATIVAS OBTENIDAS DE LA INVESTIGACIÓN PARA MEJORAR LA ECONOMÍA LOCAL DE LA CIUDAD DE MACAS A TRAVES DE UN PROTOTIPO 3D.

##### 5.1.2 *Beneficiarios*

###### 5.1.2.1 *Beneficiarios directos*

Se consideran beneficiarios directos de este proyecto la ciudadanía en general quienes tendrán un mejor beneficio, a través de representación de la existencia de la demanda insatisfecha y su efecto de la economía local, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes con la implementación de alternativas que ayuden al incremento de los ingresos, fuentes de empleo, al fortalecimiento de los negocios que conlleven al desarrollo económico de la localidad.

###### 5.1.2.2 *Beneficiarios indirectos*

Comerciantes, productores una vez determinada cuales son las necesidades de los habitantes podrán tomar en consideración aquello para establecer estrategias que permitan adaptar sus productos o servicios a las necesidades de los habitantes utilizando sus recursos de forma eficiente para sobresalir en el mercado con el fin evitar el cierre del mismo.

##### 5.1.3 *Objetivo de la propuesta*

###### 5.1.3.1 *Objetivo general*

- Proponer un prototipo 3D que permita zonificar las áreas de la existencia de demanda insatisfecha en la ciudad de Macas.

###### 5.1.3.2 *Objetivos específicos*

- Representar las necesidades como alternativas en productos y servicios en cada uno de los sectores de la ciudad Macas.
- Detallar el funcionamiento y el procedimiento del prototipo para representar los sectores de la ciudad.

- Implementar el prototipo a través de identificadores que permita proyectar los resultados obtenidos a mediante las encuestas aplicadas.

#### **5.1.4        *Desarrollo del prototipo 3D***

Como parte del tema del trabajo de investigación se realizaron encuestas lo que permitió identificar la demanda insatisfecha por sector geográfico y las necesidades que requieren los habitantes en relación a los productos y servicios, así como también que a futuro se convierta en una idea viable de un negocio y sea económicamente rentable al cumplir con las necesidades permitiendo diseñar un prototipo 3D donde se ven reflejadas las variables en estudio.

En base al trabajo realizado por nuestros compañeros (Loja Illescas & Guaila Samaniego, 2022) denominado “Diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona” el mismo que se tomó en referencia y se puede observar el mapa de la ciudad de Macas en el cual se visualiza el exceso de locales comerciales en las calles principales de la ciudad, presentado como resultado una *centralización de negocios en relación a productos y servicios*.

##### **5.1.4.1        *Procedimiento***

- **Diseño**

Se realizó la escala de diseño del prototipo de 70x100cm y en base al mapa de la ciudad de macas se dividió en seis sectores y se procedió a diseñar el mapa en AutoCAD, el mismo que permite crear diseños en 3D, posteriormente se realizó el corte del diseño en madera que corresponde a las piezas del mapa.

- **Conexión del cableado.**

Posteriormente se procedió a adquirir los diferentes cables para comenzar a instalar y realizar el sistema de luces. Seguidamente se determinó los espacios del mapa para introducir los cables de acuerdo a los porcentajes obtenidos de las encuestas realizadas. Finalmente, se procedió a cubrir los diseños recortados de cada uno de los sectores de la ciudad enumerando cada uno y señalando los barrios correspondientes en cada sector y en la parte inferior se representan los significados de cada color del mapa.

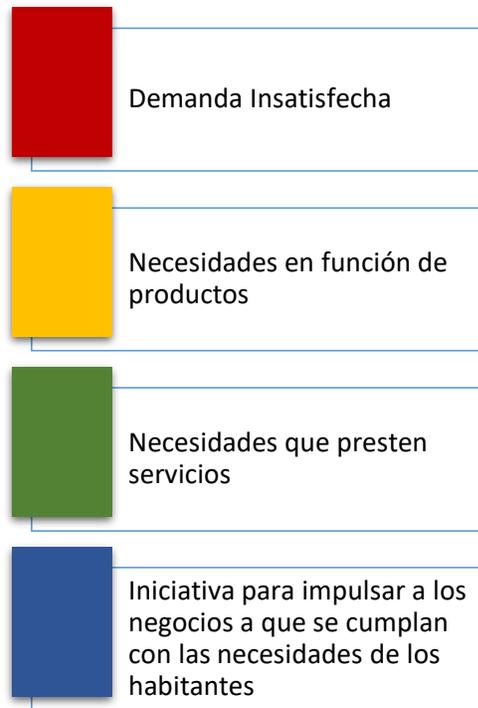


**Ilustración 3-5:** División de los sectores de la ciudad de Macas  
**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

5.1.4.2 *El Prototipo 3D permite representar:*

El prototipo 3D es una herramienta que permitirá representar los resultados obtenidos mediante la técnica de la encuesta realizada en cada uno de los sectores planteados en la ciudad de Macas, el

mismo que beneficiará para realizar un mejor análisis mediante la observación. El prototipo cuenta con cinco diferentes identificadores que se representan de la siguiente manera:



**Gráfico 26-4:** Identificadores del prototipo  
Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

**Demanda Insatisfecha:** es representando por el color rojo ●

En el prototipo 3D se representa la existencia de demanda insatisfecha en cada uno de los seis sectores de la ciudad de Macas, se representa de color rojo dando a conocer que es un problema grave, demostrando que las necesidades de las personas no se encuentran satisfechas con un promedio del 51% a nivel parroquial.



**Ilustración 4-5:** Representación de la demanda Insatisfecha  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

**Necesidades en función de productos:** es representando por el color amarillo ●

Al existir demanda insatisfecha en cada uno de los sectores, se representan las necesidades que requieren los habitantes en cada uno de los sectores en función a productos:

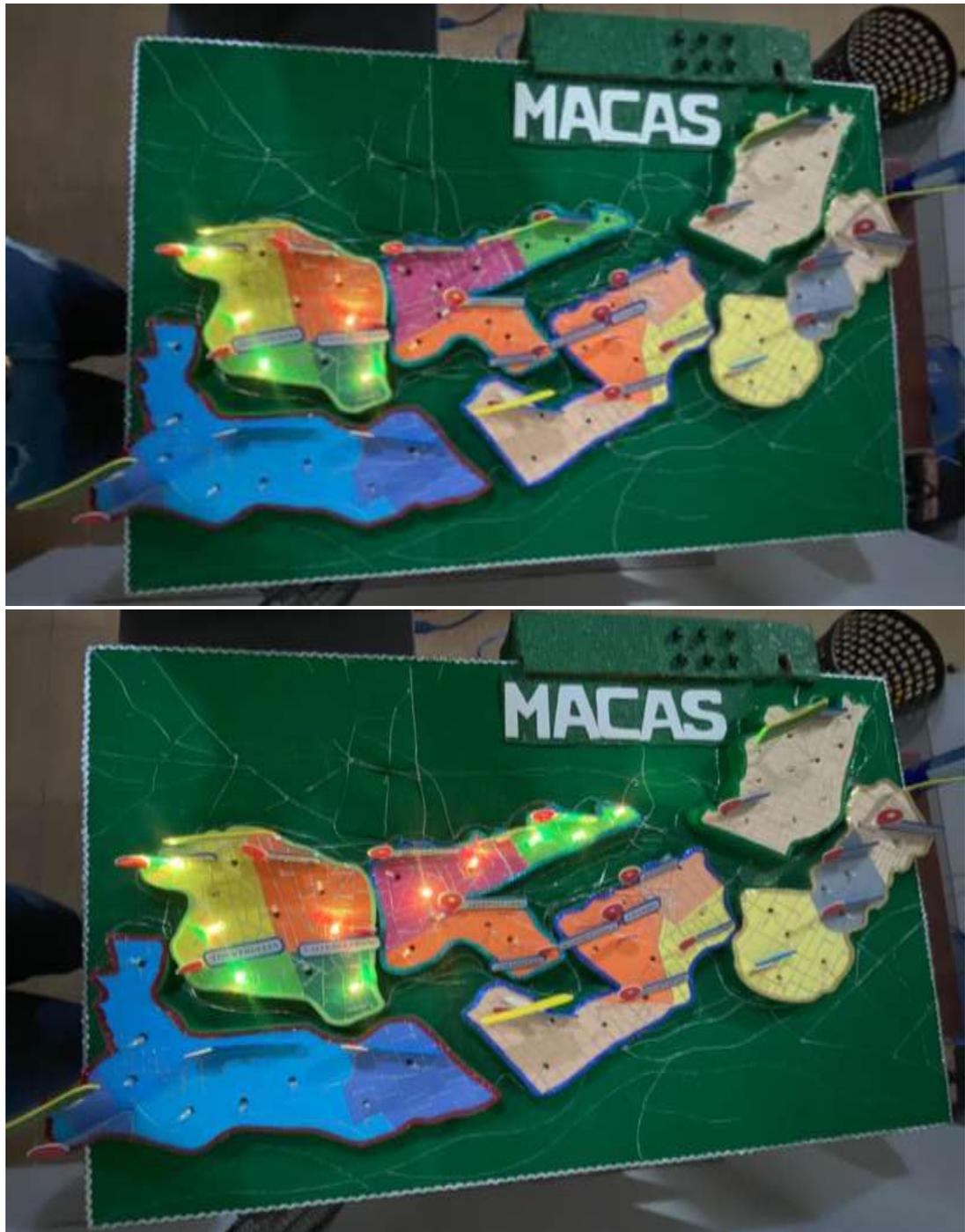
X

**Tabla 18-5:** Necesidades en función de productos por sector

Sector	Necesidades	Porcentaje
1	-Insumos Farmacéuticos -Venta de legumbres	54%
2	- Insumos Farmacéuticos	52%
3	- Insumos Farmacéuticos	56%
4	- Insumos Farmacéuticos	50%
5	- Abarrotes	61%
6	- Venta de legumbres	52%

Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

Ante aquello determinar las necesidades que requieren en cada sector, se puede dar inicio a realizar un estudio de mercado en el cual proporcione información necesaria para posteriormente constatar la viabilidad de poner en marcha aquel local en dicho sector.



**Ilustración 5-5:** Representación de los porcentaje en función de productos  
Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

## Necesidades de prestación de servicios: es representando por el color verde

El prototipo permite también representar de color verde las necesidades de prestación de servicios, se puede tomar en consideración como alternativas para dar inicio a una idea de negocio, los siguientes:

**Tabla 19-5:** Necesidades de prestación de servicios por sector

Sector	Necesidades	Porcentaje
1	-Sub centros o clínicas	44%
2	- Departamento policial	41%
3	-Sub centros o clínicas	41%
4	-Sub centros o clínicas	40%
5	- Cooperativas o bancos	53%
6	- Cybers	56%

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer,2022

Se presentan como alternativa para un bien común en la localidad como son un subcentro o clínicas, departamento policial los mismos que prestan seguridad y bienestar para los habitantes de cada sector al cubrir su necesidad para que mejoren su calidad de vida tanto en el ámbito del ahorro y llegue a existir fuentes de empleo para incrementar sus ingresos, promoviendo el desarrollo de la economía local.



**Ilustración 6-5:** Demostración de los porcentajes en función de servicios  
 Realizado por: Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

## Iniciativa para impulsar a un negocio a que cumpla con las necesidades de los habitantes

Según las encuestas aplicadas a los habitantes se determinó lo siguiente:

**Tabla 20-5:** Respuestas de los habitantes por sector

Sector	Porcentaje
1	74%
2	67%
3	83%
4	94%
5	87%
6	91%

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

Identificando la demanda insatisfecha se demuestra que sería económicamente rentable dar la iniciativa de impulsar a un negocio que cumpla con las necesidades de los habitantes, incentivando así a las familias o las personas independientes entre otras a que tomen en consideración los resultados obtenidos de las encuestas, mismos que contribuirán a mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo económico local. Cabe señalar que es importante que se realice un estudio de mercado el cual les permita obtener la viabilidad de la idea de negocio.



**Ilustración 7-5:** Representación de las respuestas de los habitantes por sector

**Realizado por:** Aray Joeleny, Uyaguari Jennyfer, 2022

## CONCLUSIONES

- De acuerdo a las investigaciones realizadas, se logró determinar que existe un promedio de 51% de demanda insatisfecha en la ciudad de Macas, por lo tanto, se ha identificado que las necesidades de los habitantes en relación a los productos y servicios no están satisfechas por los locales comerciales existentes en su zona geográfica, siendo una causa que afecta a la continuidad del mismo, debido a que no se realiza un estudio sobre las necesidades insatisfechas para así poder transformarlas en productos o servicios con la finalidad de que se satisfagan las mismas, así como también la obtención de mayores ganancias para mejorar la economía del propietario.
- En base a las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Macas, en relación al problema central sobre cómo afecta la centralización de locales comerciales en la economía de los habitantes el 55% determina que, al existir este problema se produce una repartición de ganancias entre los negocios existentes lo que depende de la ubicación geográfica del mismo, es por ello que es necesario establecer estrategias que permitan un posicionamiento o sobresalir en el mercado de la competencia. La economía de los comerciantes se ve afectada por aquello debido a que su volumen de ventas reduce obtenido como resultado menores ganancias.
- Una vez realizado un estudio sobre las necesidades que requieren los habitantes, se ha determinado oportunidades que permite a las personas generar su propio empleo, lo que promueve el desarrollo económico local y fomentar ideas de negocios, los mismos que llegarían a generar nuevas fuentes de empleo, obteniendo ingresos para sus hogares promoviendo el ahorro familiar para mejorar las condiciones de vida.
- El desarrollo de la presente investigación permitió diseñar un prototipo 3D donde se ve reflejado con identificadores cada porcentaje total obtenido de las encuestas realizadas a las diferentes personas de cada uno de los seis sectores de la ciudad de Macas, a través de este prototipo se representa la existencia de la demanda insatisfecha, así como también las necesidades en relación de productos como servicios, con la investigación se generó información que permitirá tomar decisiones para el crecimiento económico de las familias, de los negocios existentes para evitar el cierre de los mismos o planes a futuros para poner en marcha idea de negocio.

## RECOMENDACIONES

Antes de terminar el presente proyecto de investigación, se plantean algunas recomendaciones en relación con los resultados obtenidos de las investigaciones efectuadas, de acuerdo con las dos variables de estudio y a las conclusiones en el mismo. A continuación, se presentan las siguientes recomendaciones:

- Para los estudiantes que desarrollen este tipo de investigación a futuro, se aconseja que se involucren con la sociedad con la finalidad de conocer la realidad sobre el tipo de necesidades que les hacen falta a las personas de la ciudad de Macas, de manera que ayuden al mejoramiento continuo, a su desarrollo personal para llegar a futuro a emprender y al mismo tiempo contribuir al desarrollo económico de la localidad y en la economía de sus familias.
- Se sugiere a los próximos emprendedores, realizar un estudio sobre las necesidades que requieren los habitantes antes de poner en marcha una idea de negocio, de esta manera se podrá evitar la pérdida de la inversión, que el negocio no genere considerables ventas y se produzca cierres de los locales comerciales, de igual forma para la continuidad de los mismos con la finalidad de incrementar el número de ventas generando mayores ingresos que permitan mejorar sus condiciones económicas.
- Para el desarrollo de futuras investigaciones, se recomienda considerar otros factores que puedan influir a que se ocasionen negocios efímeros de la ciudad de Macas, como es la ausencia de aplicación de estudios de mercado y estudios de las necesidades de las personas por parte de los propietarios de los negocios o los próximos emprendedores antes de poner en marcha su idea de negocio y de esta manera evitar un riesgo de la inversión a futuro, puesto que, no sería beneficioso ofrecer productos o servicios, si los mismos que se presentan a los usuarios no tienen acogida.
- Se recomienda tomar en consideración las necesidades identificadas en cada sector que están señaladas en la presente investigación en el capítulo IV, debido a que según las encuestas aplicadas las personas requieren de aquellas necesidades en relación a productos y servicios a través de las mismas se logrará alcanzar la satisfacción de las personas que permitirán mejorar la calidad de vida y obtener los mejores resultados económicos de un negocio establecido.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acemoglu, D., Laibson, D., & List, J. (2017). *Economía*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/129484>
- Alcalá, J. (2020). *La importancia del ahorro en las empresas*. Obtenido de <https://www.masterlogistica.es/importancia-del-ahorro-en-las-empresas/>
- Andrés Sevilla Arias, C. (2016). *Precio*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- Aplimedia. (2021). *Cómo satisfacer las necesidades de los clientes*. Obtenido de <https://aplimedia.com/entender-y-satisfacer-las-necesidades-de-los-clientes/>
- Argudo, J. M. (2020). *BIENES, RECURSOS Y NECESIDADES*. Obtenido de <http://www.econosublime.com/2018/10/bienes-recursos-necesidades.html>
- Argüello Guadalupe, C. S. (2018). *Economía. Teoría del consumidor: la forma más fácil de aprender economía*. Obtenido de <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-134516-72%20Libro%20Economia%20digital.pdf>
- Barrios, L. X. (2021). *Tipos de sistemas económicos y su relación con tus finanzas personales*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.arkangeles.com/blog/sistemas-economicos-que-son-y-tipos>
- Bedoya, V. H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu emprendedor TES*, 4 (3)(65-76). Obtenido de *Espíritu Emprendedor*: <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Burbano, V. (2015). "*Estudio de la demanda insatisfecha de los productos alimenticios para personas hipertensas y diabéticas y la viabilidad de la creación de un centro de distribución dirigido a este mercado en la ciudad de Tulcán*". Obtenido de (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Estatal de Carchi): <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/316/1/282%20Estudio%20de%20la%20demanda%20insatisfecha%20de%20los%20productos%20alimenticios%20para%20personas%20hipertensas%20y%20diab%C3%A9ticas%20y%20la%20viabilidad.pdf>
- Burguillo, R. V. (2016). *Ahorro*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ahorro.html>
- Cálculo de la demanda actual*. (2016). Obtenido de <https://es.scribd.com/document/325418296/Calculo-de-la-demanda-actual>

- Carrillo Parra, R. E., Rojas Oviedo, A. L., & Noboa Abdo, E. T. (2021). Determinación de la demanda insatisfecha de miel de abeja en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago. *Conciencia Digital*, 4 (3.1)(381-404). Obtenido de [cienciadigital.org: https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.2.1845](https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i3.2.1845)
- Carrillo Rosero, D. A., Vega Falcón, V., & Navas Alcázar, S. (2019). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Vladimir-Vega/publication/343106204\\_Libro\\_Formulacion\\_y\\_Evaluacion\\_de\\_Proyectos\\_de\\_Inversion/links/5f16f9e5a6fdcc9626a4451c/Libro-Formulacion-y-Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Vladimir-Vega/publication/343106204_Libro_Formulacion_y_Evaluacion_de_Proyectos_de_Inversion/links/5f16f9e5a6fdcc9626a4451c/Libro-Formulacion-y-Evaluacion-de-Proyectos-de-Inversion.pdf)
- Carrion, M. V. (2017). *Demanda Derivada*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/346419499/La-Demanda-Derivada>
- Concepto. (2020). *Desarrollo económico*. Obtenido de <https://concepto.de/desarrollo-economico/>
- Credito Maestro. (2022). *¿Qué tipos de gastos existen y en excelentes puedes ahorrar?* [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.creditomaestro.com/blog/finanzas-saludables/que-tipos-de-gastos-existen-y-en-cuales-puedes-ahorrar>
- DELSOL. (2020). *Competencia*. Obtenido de <https://www.sdelsol.com/glosario/competencia/>
- Dorado, A. (2014). *Factores claves al emprender un negocio*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/factores-claves-al-emprender-un-negocio/>
- Echenique, E. E. (2017). *Metodología de la Investigación Manual Autoformativo Interactivo*. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO\\_UC\\_EG\\_MAI\\_UC0584\\_2018.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf)
- Economía.gob. (2016). *Competitividad*. Obtenido de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/economia-para-todos/abc-de-economia/competitividad>
- Efrén, A. P. (2017). *Macas-Historia del Ecuador*. (Enciclopedia del Ecuador) Obtenido de <http://www.encyclopediadelecuador.com/historia-del-ecuador/macass/>
- Eggers, F. G. (2018). *Economía*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/145751>
- Ejemplos. (2015). *Empresas de servicios*. Obtenido de <https://www.ejemplos.co/empresas-de-servicios/>
- Enciclopedia Económica. (2018). *Demanda de mercado*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/>
- Enciclopedia Económica. (2021). *Necesidades fisiológicas*. Obtenido de <https://enciclopediaeconomica.com/necesidades-fisiologicas/>

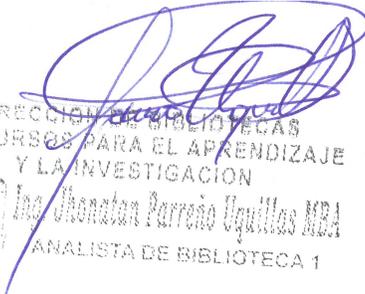
- Escuela de Negocios Esneca. (2021). *5 acciones para apoyar la economía local*. [Entrada de blog].  
Obtenido de <https://www.esneca.lat/blog/acciones-apoyar-economia-local/>
- Escuela de Negocios Euroinnova. (2021). *Por qué es importante la investigación de mercado*.  
[Entrada de blog] Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/porque-es-importante-la-investigacion-de-mercado>
- Euroinnova. (2018). *Demanda Actual*. [Entrada de blog]. Obtenido de  
<https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-la-demanda-actual>
- Furiati, S. (2021). *Gastos fijos: qué son y tipos con ejemplos*. Obtenido de  
<https://payfit.com/es/contenido-practico/gastos-fijos/>
- García, P. (2021). *La importancia de la economía en los negocios*. Obtenido de  
<https://www.economiasimple.net/recomendados/la-importancia-de-la-economia-en-los-negocios>
- Genesis, R. (2016). *Macas Ciudad Canela*. (Blogspot.com). [Entrada de blog]. Obtenido de  
<http://genesistrivade.blogspot.com/2016/01/en-1549-hernando-de-benavente-consiguio.html>
- Guevara, E. (2014). *Estudio de pre factibilidad para la creación de una cafetería en la ciudad de Macas: Library*. Obtenido de library.com: <https://1library.co/document/zxv13e4y-estudio-pre-factibilidad-creacion-cafeteria-ciudad-macas.html>
- Hernandez, P. (2022). *Economía local: qué es, componentes, desarrollo, función y ejemplos de comercio o consumo local*. Obtenido de <https://www.cinconoticias.com/economia-local/>
- Impresion3d. (2022). *Prototipo*. Obtenido de <https://impresioni3d.com/prototipo-diseno-3d/>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2019). *Qué es economía*. Obtenido de <https://www.ine.gov.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/economia/que-es-economia>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (2020). *¿Qué es población?* Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas: <https://www.ine.cl/ine-ciudadano/definiciones-estadisticas/poblacion/que-es-poblacion>
- Instituto Nacional de Estadística. (s.f.). *Ingresos monetarios mensuales regulares del hogar*. Obtenido de <https://www.ine.es/DEFIne/es/concepto.htm?c=4620&tf=&op=>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Julio-2021/202107\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Julio-2021/202107_Mercado_Laboral.pdf)
- Jiménez, A. (2015). *Metodo analitico y sintetico*. Obtenido de  
[https://www.academia.edu/16835717/Metodo\\_analitico\\_y\\_sintetico](https://www.academia.edu/16835717/Metodo_analitico_y_sintetico)
- Konflo. (2020). *¿Cómo influye la ubicación en un negocio?* Obtenido de  
<https://konfio.mx/tips/negocios/como-influye-la-ubicacion-en-tu-negocio/>

- Loja Illescas, C. A., & Guaila Samaniego, V. E. (2022). *Diagnóstico de las economías locales basado en los emprendimientos del cantón Morona*. Obtenido de (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo): <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18502/1/82T01383.pdf>
- Lorenzana, D. (2017). *Tu necesidad insatisfecha puede ser tu mejor negocio*. Obtenido de <https://www.pymesyautonomos.com/vocacion-de-empresa/tu-necesidad-insatisfecha-puede-ser-tu-mejor-negocio#:~:text=%C3%89stas%20son%20necesidades%20que%20no,respuesta%20a%20una%20necesidad%20insatisfecha>.
- Maldonado, P. (2013). *En el país se analiza todo tipo de negocio*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/pais-analiza-tipo-negocio.html>
- Maqueta. (12 de Octubre de 2020). Obtenido de EcuRed: Enciclopedia: <https://www.ecured.cu/Maqueta>
- Marketing directo. (2021). *Establecimiento*. Obtenido de <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/establecimiento>
- Martínez, E. (2020). *Cómo identificar nuevas oportunidades de negocio*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/oportunidades-de-negocio-creacion-empresas/>
- Masllorens, J. L. (2013). En *Economía, mercados y conducta*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/56646>
- Méndez Lozano, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/130459>
- Miguel, L. (2022). *Qué es y cómo hacer un análisis de demanda en tu negocio: tiendanube*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/analisis-de-demanda/#:~:text=En%20ventas%2C%20la%20demanda%20es,en%20un%20per%20C3%ADodo%20de%20tiempo>.
- Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. (2020). *Consumir lo nuestro es parte fundamental de la reactivación económica*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/consumir-lo-nuestro-es-parte-fundamental-de-la-reactivacion-economica/>
- Mondragón, V. (2017). *La demanda: definición y tipos*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/la-demanda-definicion-y-tipos.html#>
- Monroy Mejía, M., & Sanchez Llanes, N. N. (2018). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/172512>

- Montoya, J. D. (2017). *Bienes y Servicios qué son, tipos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html#:~:text=Los%20Servicios%20como%20los%20bienes,%2C%20transporte%2C%20seguridad%20entre%20otros>.
- Ortega, C. (2021). *Frecuencia de compra: Qué es, importancia y cómo calcularla*. [Entrada de blog]. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/frecuencia-de-compra/>
- Padilla, M. C. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/69169>
- Panza, R. (2018). *Macroeconomía*. Obtenido de [http://www.ricardopanza.com.ar/files/macro1/Macro\\_I\\_\\_04\\_\\_Inversion.pdf](http://www.ricardopanza.com.ar/files/macro1/Macro_I__04__Inversion.pdf)
- Parra, A. (2020). *Ejemplos de atributos de un producto o servicio*. [Entrada de blog]. Obtenido de: <https://www.questionpro.com/blog/es/ejemplos-de-atributos-de-un-producto-o-servicio/>
- Patric Hollenstein - Universidad Central del Ecuador. (2019). *¿Están en riesgo los mercados y ferias municipales? Aprovechamiento de alimentos, economías populares y la organización del espacio público urbano de Quito*. Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/15203.pdf>
- Pereda, M. (2021). *¿Qué es el análisis de la demanda y cómo hacer?: rockcontent*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/analisis-de-la-demanda/>
- Puerto, D. M. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%c3%b3n%20y%20Evaluaci%c3%b3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Qualtrics. (2022). *Análisis de la competencia*. Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/marca/analisis-de-la-competencia/>
- QuestionPro CX. (2022). *Tipos de necesidades del cliente y cómo solucionarlas*. [Entrada de blog]. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-necesidades-del-cliente/>
- Quiroa, M. (2020). *Necesidades del consumidor*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/necesidades-del-consumidor.html#:~:text=Las%20necesidades%20del%20consumidor%20son,el%20mercado%20para%20poder%20satisfacerlas>
- Ramírez Osorio, J. H., Tarapuez Chamorro, E. I., & Redondo Ramírez, M. I. (2018). *Economía: principios generales*. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/epoch/70325>

- Rigotti, T. (2015). *La importancia de cubrir las necesidades del cliente*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.eaprogramas.es/blog/negocio/empresa/la-importancia-de-cubrir-las-necesidades-del-cliente>
- Rodriguez, H. (2022). *¿Qué son las expectativas del cliente? Satisface sus necesidades y mejor su experiencia*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-son-expectativas-cliente/>
- Roldán, P. N. (2017). *Competencia desleal*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/competencia-desleal.html>
- Rosales C., M. I. (2021). *6 Características del Ahorro*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/caracteristicas-del-ahorro/>
- RP3 Retail Software. (2017). *El consumidor ecuatoriano demanda productos y artículos a menor precio*. Obtenido de <https://rp3.com.ec/el-consumidor-ecuatoriano-demanda-productos-y-articulos-a-menor-precio/>
- Salazar Lozada, G. M., García Rodríguez, J. F., & Méndez Olán, L. A. (2019). ANÁLISIS DEL PATRÓN DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE QUITO, ECUADOR. 25(72). doi:<https://doi.org/10.19136/hitos.a25n72.3611>
- Sánchez González, I. B. (2015). *El precio en el marketing*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/6893>
- Shideshare. (2017). *Demanda potencial insatisfecha*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/samantharisa/demanda-potencial-insatisfecha>
- Significados. (2017). *Pirámide de Maslow*. Obtenido de <https://www.significados.com/piramide-de-maslow/>
- Silva, D. (2021). *5 necesidades del cliente moderno según Maslow*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/necesidades-consumidor/>
- Sistema Nacional de Información. (2019). *Plan Cantonal de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1460000290001\\_DOCUMENTO%20FINAL%20PCDOT\\_M%202015-2019%20\(actualizado\\_Abril2016\)\\_14-04-2016\\_17-57-26.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1460000290001_DOCUMENTO%20FINAL%20PCDOT_M%202015-2019%20(actualizado_Abril2016)_14-04-2016_17-57-26.pdf)
- Sonia. (2016). *La importancia de la satisfacción del cliente*. [Entrada de blog]. Obtenido de Faxvirtual.com: <https://www.faxvirtual.com/blog/la-importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Studocu.com. (2021). *Gastos*. Obtenido de <https://www.studocu.com/ec/document/universidad-de-guayaquil/contabilidad-general/gastos/12148951>

- SurveyMonkey. (2020). *La importancia de los estudios de mercado*. Obtenido de <https://es.surveymonkey.com/mp/la-importancia-de-los-estudios-de-mercado/>
- Tesis y Másters Argentina. (2022). *¿Qué es una encuesta?* Obtenido de <https://tesisymasters.com.ar/que-es-una-encuesta/>
- Tomas, D. (2022). *Necesidades del consumidor, qué son, tipos y cómo definirlos*. [Entrada de blog]. Obtenido de <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/necesidades-del-consumidor-que-son-tipos-y-como-definirlas>
- Toral Arizaga, L. (2017). *Ecuador un mercado lleno de oportunidades de negocio*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/06/ecuador-un-mercado-lleno-de.html>
- Toscano Hernandez, R. M., Rosero Ortiz, T. F., Vaca Estevez, P. G., & Viteri Estevez, P. A. (2019). *Introducción a la economía*. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/508/3/introducci%C3%B3n%20a%20la%20econom%C3%ADa.pdf>
- Ubilluz, D. J. (2013). *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PROMOCIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE LA TÉCNICA DEL PAISAJISMO EN PARQUES Y JARDINES DE LA CIUDAD DE QUITO”*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5246/1/UPS-QT03729.pdf>
- Vargas Ramírez, P. L., Zuñiga González, M. G., & Mullo Tene, M. F. (2020). *Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7659395#:~:text=El%20emprendimiento%20en%20la%20actualidad,de%20vida%20de%20la%20poblaci%C3%B3n.>
- Vásquez, L. (2018). *Demanda Insatisfecha*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- Vivienda, E. d. (2010). *Resultados del censo de población y vivienda en el Ecuador*. Obtenido de pdf: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/morona\\_santiago.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/morona_santiago.pdf)
- YuBrain. (2021). *¿Qué es la demanda derivada? Definición y ejemplos*. Obtenido de <https://www.yubrain.com/economia/demanda-derivada-definicion-y-ejemplos/>

  
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS  
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE  
Y LA INVESTIGACIÓN  
Ing. Jhonatan Parreño Uquillas MBA  
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

## **ANEXOS**

**ANEXO A:** MODELO DE ENCUESTA APLICADA A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA MICROSOFT FORMS Y DE MANERA PRESENCIAL A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MACAS.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA POR SECTOR GEOGRÁFICO Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA LOCAL EN LA CIUDAD DE MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO EN EL PERIODO 2022

**Objetivo:** Determinar las necesidades de productos o servicios de los habitantes de la ciudad de Macas y conocer el efecto en la economía local.

*De acuerdo a su sector donde vive seleccione en relación a las necesidades que usted requiere.*

### **Información general**

- **Género**

Masculino

Femenino

Otros

- **Edad**

15 a 24 años

25 a 54 años

55 a 64 años

65 años o mas

1. ¿De acuerdo al mapa en qué sector usted vive?



Sector 1

Sector 2

Sector 3

Sector 4

Sector 5

Sector 6

2. ¿Con que frecuencia usted realiza compras de productos?

Diario

Semanal

Mensual

Una vez por ocasión

3. ¿Con que frecuencia que usted requiere la prestación de servicios?

Diario

Semanal

Mensual

Una vez por ocasión

4. ¿Considera usted que los tipos de negocios que existen en su localidad cumplen con sus necesidades?

SI  
NO

**5. ¿Cuáles son las características que usted busca en un producto o servicio?**

Calidad

Precio

Cantidad

**6. ¿Qué tipos de necesidades requiere usted en el sector que vive?**

Bienes

Servicios

Bienes y Servicios

*Si su respuesta fue bienes:*

**7. ¿Qué tipo de necesidades en función a productos requiere usted en el sector que vive?**

Abarrotes

Licores

Materiales de papelerías

Insumos Farmacéuticos

Venta de legumbres

Productos de panaderías

Otros:

*Si su respuesta fue servicios:*

**8. ¿Qué tipo de servicios requiere usted en el sector que vive?**

Restaurantes

Peluquerías

Cooperativas o Bancos

Cybers

Sub centros o clínicas

Departamento policial

Otros:

**9. En relación a sus ingresos mensuales, ¿es de fácil acceso para usted poder adquirir los productos o servicios que requiere?**

Si

No

**10. ¿Tiene usted conocimiento sobre el análisis de mercado?**

SI

NO

**11. ¿Piensa usted que los negocios de productos o servicios ubicados en el centro de la ciudad realizan un análisis de mercado antes de la implementación del mismo?**

SI

NO

**12. Según su criterio ¿Cuáles de las siguientes características tiene impacto en la economía de un negocio?**

- Incremento del número de ventas
- Mayores ingresos que gastos
- Fijación de precios
- Permanencia del negocio

**13. ¿Piensa usted que sería económicamente rentable para un negocio dar la iniciativa de impulsar a que se cumplan con las necesidades de los habitantes en el sector que residen?**

SI

NO

**14. ¿Cree que los ingresos en ventas en un negocio futuro incrementarían al ubicarlo en su zona geográfica?**

SI

NO

**15. ¿Considera usted que mejorarían las condiciones económicas de los habitantes al determinar las oportunidades de negocios a través del estudio de las necesidades insatisfechas en los diferentes sectores de la ciudad de Macas?**

SI

NO

**16. ¿Cree usted que al existir negocios que cumpla con las necesidades de los moradores en el sector que vive, incrementarían sus ingresos y generaría fuentes de empleo?**

SI

NO

**17. ¿Considera usted que, en el sector centro de la ciudad los negocios que ofrecen productos o servicios con las mismas características, existe una repartición de ganancias?**

SI

NO

## ANEXO B: RESULTADOS DE LA TABULACIÓN DE LA ENCUESTA

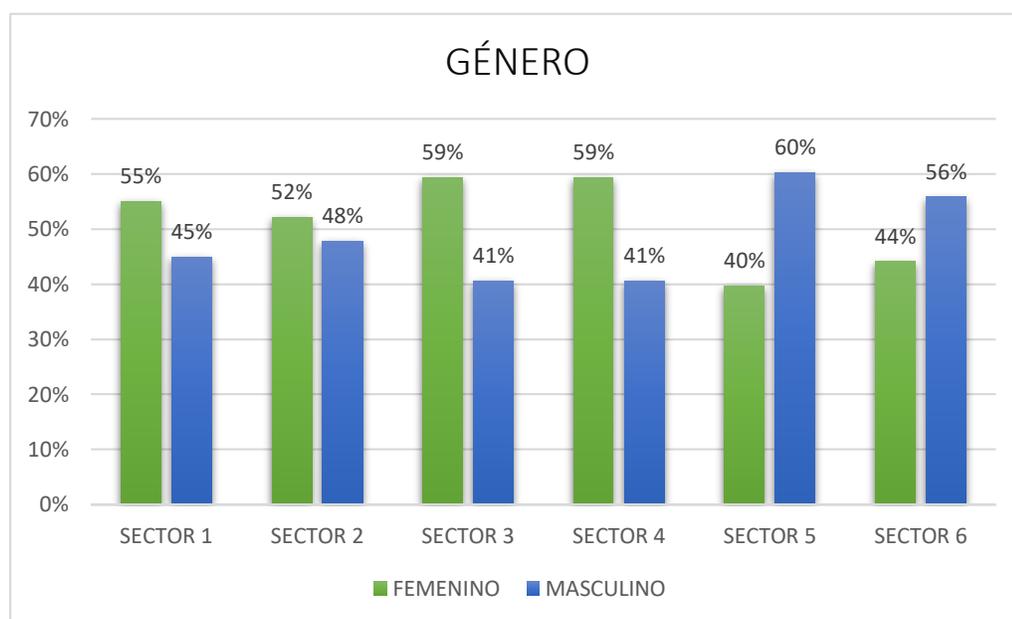
### Análisis de la demanda insatisfecha por sector geográfico y su efecto en la economía local en la ciudad de Macas, provincia de Morona Santiago en el periodo 2022

#### Información General

- Género

Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Femenino	38	36	41	41	27	30	213
Masculino	31	33	28	28	41	38	199
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

Porcentajes por sector							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Femenino	55%	52%	59%	59%	40%	44%	52%
Masculino	45%	48%	41%	41%	60%	56%	48%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	



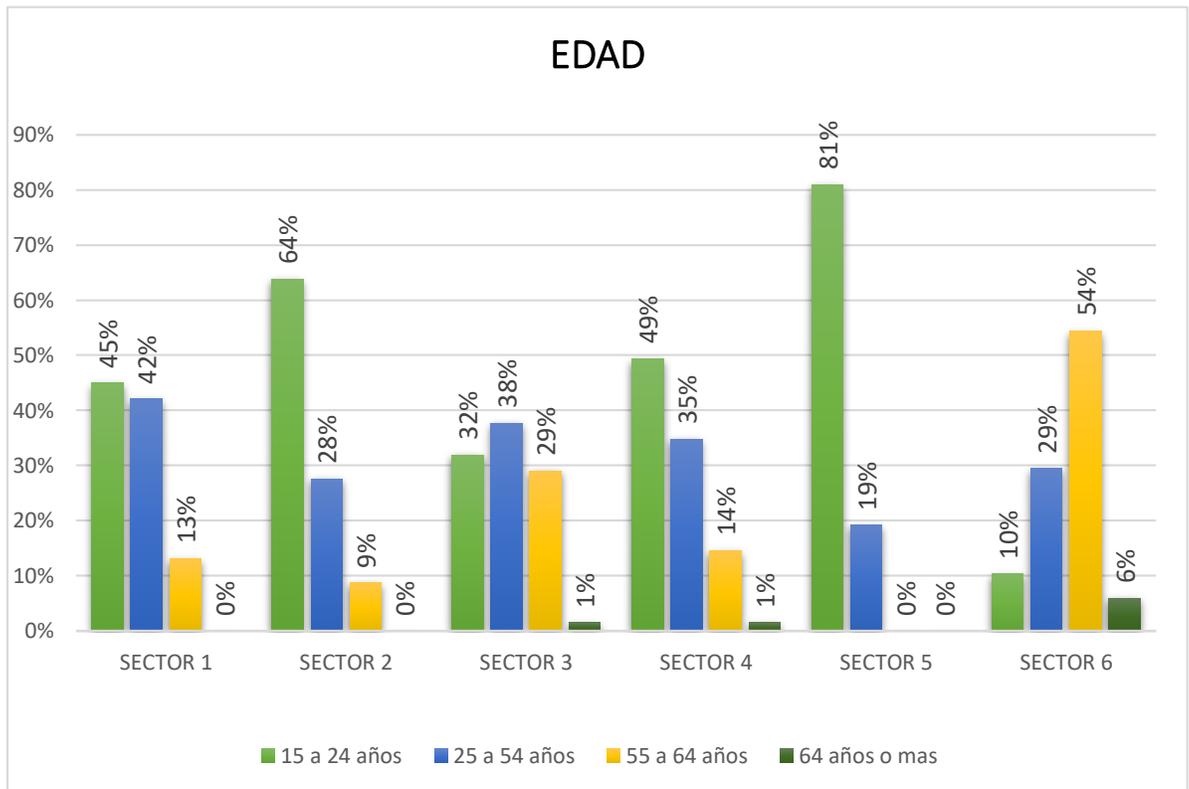
#### Análisis e Interpretación

La encuesta aplicada a los diferentes sectores de la ciudad de Macas es de 412 personas lo cual el 52% en general corresponde al género femenino y el 48% al género masculino. Existe un mayor número de participación en determinar las necesidades de productos o servicios en el género femenino, mientras que el género masculino tiene una participación menor.

- **Edad**

Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
15 a 24 años	31	44	22	34	55	7	193
25 a 54 años	29	19	26	24	13	20	131
55 a 64 años	9	6	20	10	0	37	82
64 años o mas	0	0	1	1	0	4	6
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

Porcentajes por sectores							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
15 a 24 años	45%	64%	32%	49%	81%	10%	47%
25 a 54 años	42%	28%	38%	35%	19%	29%	32%
55 a 64 años	13%	9%	29%	14%	0%	54%	20%
64 años o mas	0%	0%	1%	1%	0%	6%	1%





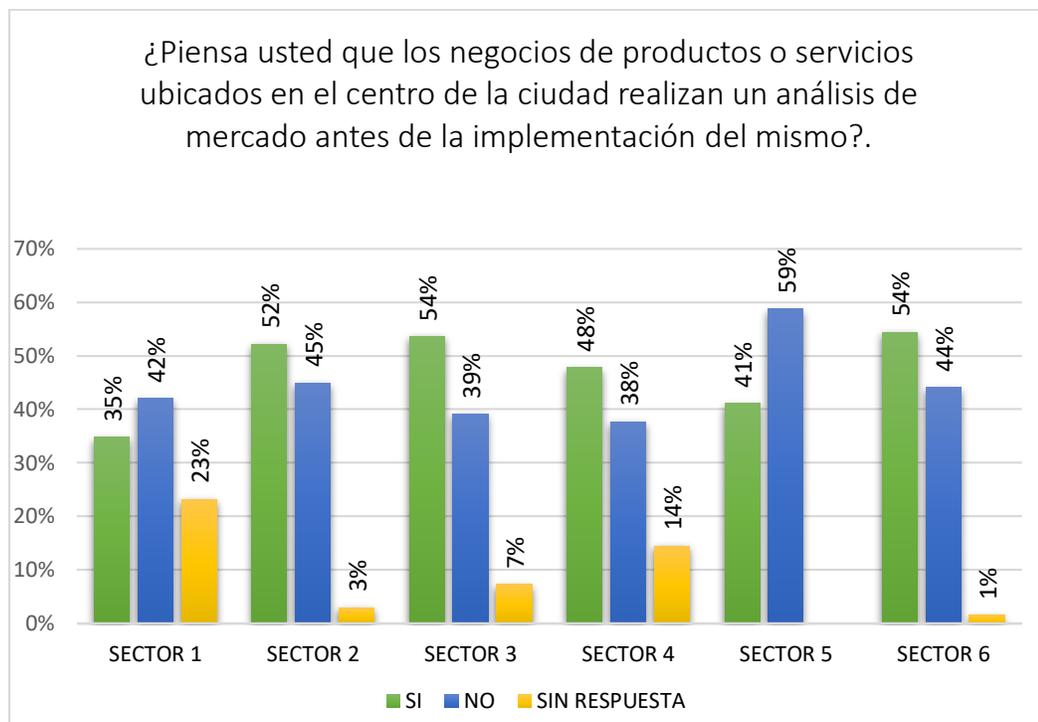












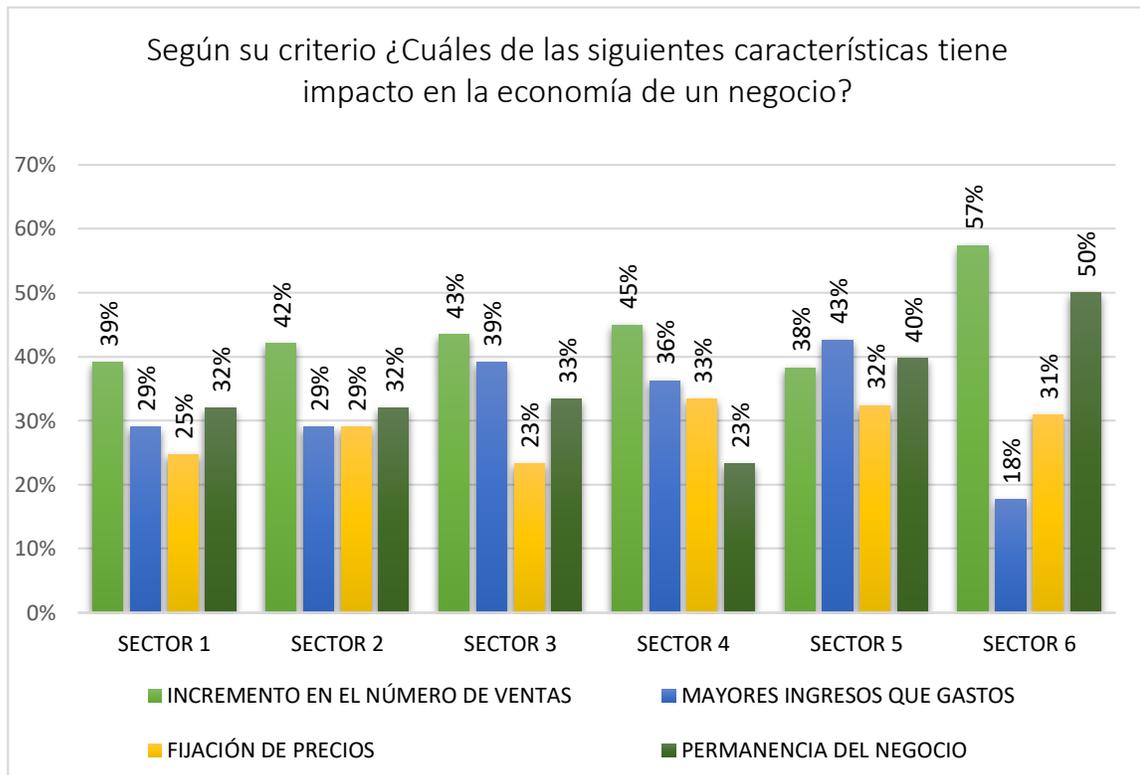
### Análisis e Interpretación

De los 412 encuestados en general de cada uno de los seis sectores, el 47% respondieron que, si piensan que los negocios ubicados en el centro de la ciudad de Macas que se dedican tanto a la venta de productos o a brindar servicios si realizan un análisis de mercado antes de la implementación, mientras que el 44% contestaron que no realizan un análisis de mercado y finalmente el 8% no se obtuvo una respuesta.

### 7. Según su criterio ¿Cuáles de las siguientes características tiene impacto en la economía de un negocio?

Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Incremento en el número de ventas	27	29	30	31	26	39	182
Mayores ingresos que gastos	20	20	27	25	29	12	133
Fijación de precios	17	20	16	23	22	21	119
Permanencia del negocio	22	22	23	16	27	34	144
<b>Total encuestados</b>	69	69	69	69	68	68	412
Total respuestas	86	91	96	95	104	106	578

Porcentajes por sectores en relación al total encuestados							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Incremento en el número de ventas	39%	42%	43%	45%	38%	57%	44%
Mayores ingresos que gastos	29%	29%	39%	36%	43%	18%	32%
Fijación de precios	25%	29%	23%	33%	32%	31%	29%
Permanencia del negocio	32%	32%	33%	23%	40%	50%	35%



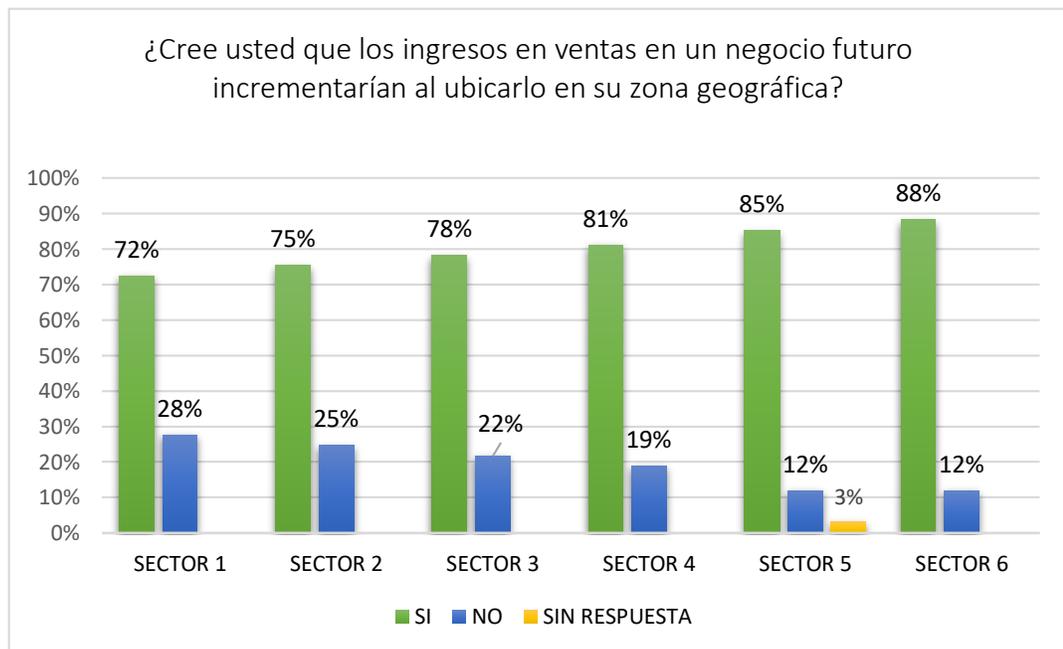
### Análisis e Interpretación

De los 412 encuestados en general de cada uno de los seis sectores, se obtuvieron 578 respuestas, en donde, el 44% respondieron que las características que tiene más impacto en un negocio es el Incremento en el número de ventas, seguidamente el 35% respondieron a la opción de que las características que más impacto tiene es la permanencia del negocio, el 32% respondieron a la característica de mayores ingresos que gastos y finalmente el 29% contestaron a la opción de fijación de precios.

**8. ¿Cree que los ingresos en ventas en un negocio futuro incrementarían al ubicarlo en su zona geográfica?**

Respuestas	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	Total
Si	50	52	54	56	58	60	330
No	19	17	15	13	8	8	80
Sin respuesta					2		2
<b>Total</b>	69	69	69	69	68	68	412

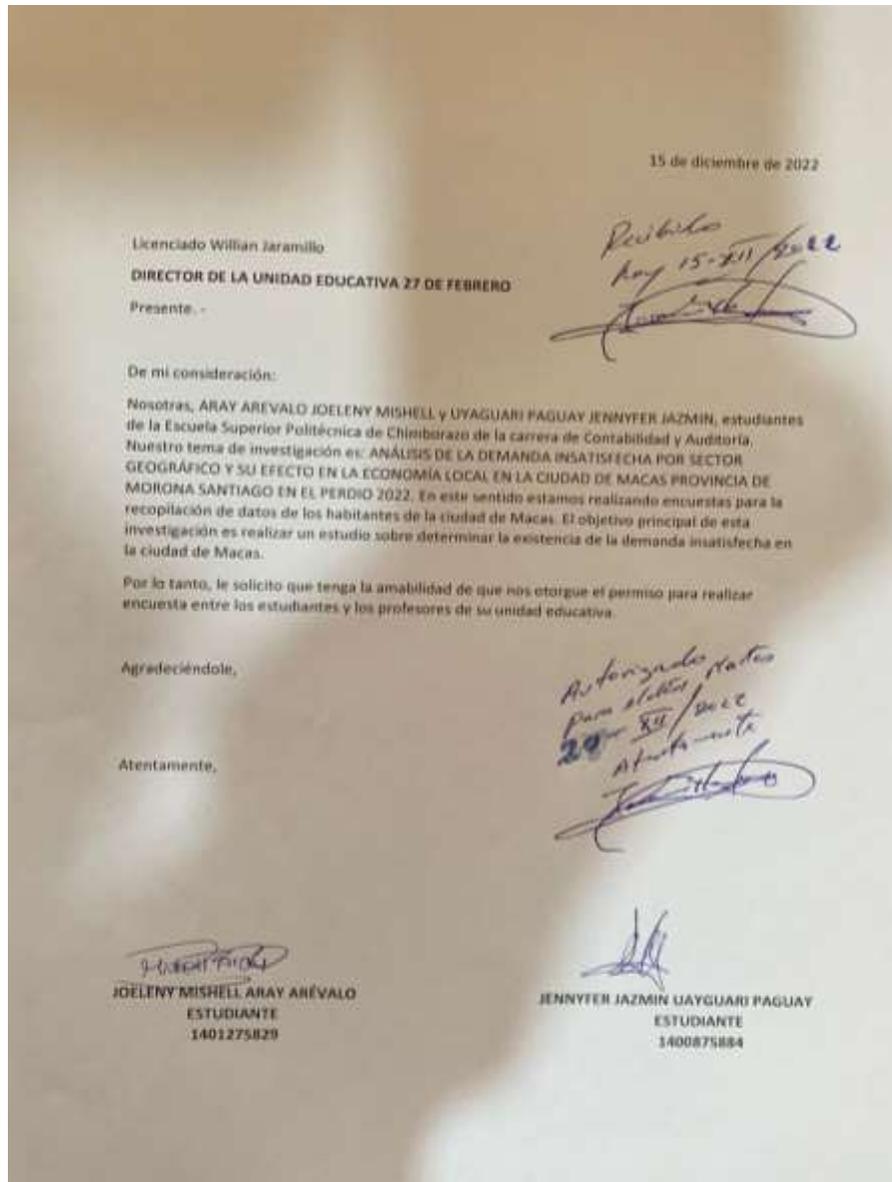
Porcentajes por sectores							Promedio
	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Sector 4	Sector 5	Sector 6	
Si	72%	75%	78%	81%	85%	88%	80,13%
No	28%	25%	22%	19%	12%	12%	19,38%
Sin respuesta					3%		0,49%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%	600%



**Análisis e Interpretación**

De las 412 personas encuestadas en general en cada uno de los seis sectores el 80,13% respondieron que, Si creen que los ingresos en ventas en un negocio futuro llegarían a incrementar si lo ubicarían en su zona geográfica, mientras que el 19,38% contestaron que, No incrementarían los ingresos en ventas en un negocio al ubicarlo en su zona geográfica, el 0,49% no respondieron.

**ANEXO C: OFICIO SOLICITANDO AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR LAS ENCUESTA EN EL COLEGIO 27 DE FEBRERO**



**ANEXO D: FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN EL COLEGIO 27 DE FEBRERO**



**ANEXO E: FOTOGRAFÍAS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MACAS**





epoch

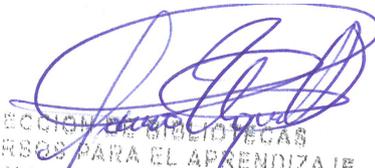
Dirección de Bibliotecas y  
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y  
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 04 / 07 / 2023

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> JOELANY MISHELL ARAY ARÉVALO JENNYFER JAZMIN UYAGUARI PAGUAY
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
<b>Carrera:</b> CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
<b>Título a optar:</b> LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
<b>f. Analista de Biblioteca responsable:</b> Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.

  
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS  
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE  
Y LA INVESTIGACIÓN  
 **Ing. Jhonatan Parreño Uquillas MBA**  
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

0881-DBRA-UPT-2023