



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL

PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

TEMA: ESTUDIO DE LAS EFECTOS DE LA INFLACIÓN EN LA
COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LA MIPYMES
DEL CANTÓN MILAGRO

Autores: Matute Bustamante Gloria Estefanía
Romero Batallas Mirian Mercedes

Acompañante: Msc. Sánchez León Edwin Roberto

MILAGRO, NOVIEMBRE 2018
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **MATUTE BUSTAMANTE GLORIA ESTEFANÍA** y en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Producción y Productividad** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 19 días del mes de Noviembre del 2018



Firma del Estudiante

Matute Bustamante Gloria Estefanía

CI: 092377719-7

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero,
Fabricio Guevara Viejo, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, **ROMERO BATALLAS MIRIAN MERCEDES** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **Producción y Productividad** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta práctica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 19 días del mes de Noviembre del 2018



Firma del Estudiante
Romero Batallas Mirian Mercedes
CI: 092976362-1

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **MSC. SÁNCHEZ LEÓN EDWIN ROBERTO** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por los estudiantes **GLORIA ESTEFANÍA MATUTE BUSTAMANTE** y **MIRIAN MERCEDES ROMERO BATALLAS**, cuyo tema de trabajo de Titulación es **ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LAS MIPYMES DEL CANTÓN MILAGRO**, que aporta a la Línea de Investigación **PRODUCCIÓN Y PRODUCTIVIDAD** previo a la obtención del Grado **LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 19 días del mes de Noviembre del 2018.



MSC. SÁNCHEZ LEÓN EDWIN ROBERTO
Tutor
C.I.: 091847626-8

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Msc. SANCHEZ LEON EDWIN ROBERTO

Msc. BENÍTEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO

Msc. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL presentado por el /la señor (a/ita) MATUTE BUSTAMANTE GLORIA ESTEFANÍA.

Con el tema de trabajo de Titulación: ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LAS MIPYMES DEL CANTÓN MILAGRO.

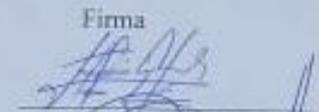
Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[20]
Total	[100]

Emito el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobado

Fecha: 19 de Noviembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Msc. SANCHEZ LEON EDWIN ROBERTO	
Secretario /a	Msc. BENÍTEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO	
Integrante	Msc. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Msc. SANCHEZ LEON EDWIN ROBERTO

Msc. BENÍTEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO

Msc. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN GESTION EMPRESARIAL presentado por el /la señor (a/ita) ROMERO BATALLAS MIRIAN MERCEDES.

Con el tema de trabajo de Titulación: ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LAS MIPYMES DEL CANTÓN MILAGRO.

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[20]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobado

Fecha: 9 de Noviembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Msc. SANCHEZ LEON EDWIN ROBERTO	
Secretario /a	Msc. BENÍTEZ ASTUDILLO JAVIER ANTONIO	
Integrante	Msc. TENORIO ALMACHE JOSÉ LUIS	

DEDICATORIA

Dedico este Trabajo Documental a Dios, a mis Padres y Maestros. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza y la salud necesaria para continuar, a mis Padres, que son el pilar fundamental en mi vida quienes han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, a mis Maestros como reconocimiento a gran generosidad con la que ellos han impartido sus grandes conocimientos durante mi ciclo de estudio y a su vez agradezco al Ing. Edwin Sánchez León ya que por su guía he podido emprender una gran experiencia y conocimiento para la culminación de este trabajo Documental.

SRTA. MIRIAN MERCEDES ROMERO BATALLAS

DEDICATORIA

Este Trabajo Documental se la dedico a Dios quien supo guiarme por el buen camino, dándome las fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban; enseñándome a enfrentar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. De igual forma a mis Padres, a quien le debo toda mi vida, les agradezco el cariño, apoyo y comprensión, a ustedes quien han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante buscando siempre el buen camino. A mis Maestros, gracias por su tiempo, por su paciencia y por estar siempre dispuestos a enseñarnos cosas nuevas, en especial al Ing. Edwin Sánchez León, por haberme guiado en este trabajo y permitirme llegar a la culminación del mismo.

SRTA. GLORIA ESTEFANIA MATUTE BUSTAMANTE

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha manejado, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi Trabajo Documental con éxito y obtener una afectuosa Titulación Profesional

SRTA. MIRIAN MERCEDES ROMERO BATALLAS

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto en el que me encuentro.

Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirme sus conocimientos y dedicación que los ha manejado, he logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de mi Trabajo Documental con éxito y obtener una afectuosa Titulación Profesional

SRTA. GLORIA ESTEFANIA MATUTE BUSTAMANTE

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
DERECHOS DE AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	v
DEDICATORIA	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1. 1.1PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1.2 Problematicación	4
1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo General	5
1.2.2 Objetivos Específicos	6
1.3. JUSTIFICACIÓN	7
1.3.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	8
2.1. MARCO TEÓRICO	8
2.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	8
LAS MIPYMES.....	10
LAS MIPYMES EN AMÉRICA LATINA.....	10
SITUACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL ECUADOR	11
EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO	13
Banca Central del Ecuador	14

Superintendencia de Bancos	14
Junta Bancaria	14
PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS	16
2.1.2 MARCO TEORICO CONCEPTUAL	17
INFLACIÓN	17
INFLACIÓN MENSUAL	17
INFLACIÓN ACUMULADA	17
INFLACIÓN ANUAL	17
IPC	17
COMERCIALIZACIÓN	17
PRODUCTOS	18
MIPYMES	18
METODOLOGÍA	19
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	19
DESARROLLO DEL TEMA	21
CONCLUSIONES	34
RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1. Porcentaje de empresas según tamaño.....	12
Gráfico 2. Nivel Académico	22
Gráfico 3. Ingresos Percibidos	23
Gráfico 4. Tipo de recurso que inicio su negocio	24
Gráfico 5. Nivel de dificultad para acceder a los créditos	25
Gráfico 6. Desea un medio de financiamiento que brinde	26
Gráfico 7. Variación en los costos	27
Gráfico 8. Qué tipo de problema financieros ha afrontado	29
Gráfico 9. Requisitos para solicitar crédito	30
Gráfico 10. Los requisitos para acceder a los créditos	31
Gráfico 11. Nivel de confianza.....	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Clasificación de empresas según su nivel de ventas	12
Tabla 2 Porcentaje de empresas según tamaño	12
Tabla 3. Nivel Académico	21
Tabla 4. Ingresos Percibidos	22
Tabla 5. Tipo de recurso que inicio su negocio.....	23
Tabla 6. Nivel de dificultad para acceder a los créditos	25
Tabla 7. Desea un medio de financiamiento que brinde	26
Tabla 8. Variación en los costos	27
Tabla 9. Que tipo de problema financieros ha afrontado	28
Tabla 10. Requisitos para solicitar crédito	29
Tabla 11. Los requisitos para acceder a los créditos	31
Tabla 12. Nivel de confianza.....	32

ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LAS MIPYMES DEL CANTÓN MILAGRO

RESUMEN

Los negocios pequeños se inician como un emprendimiento familiar que hoy en día son conocidos como las MiPymes por su tamaño teniendo como fin llegar a ser una empresa grande en función a sus niveles de ventas. La inexperiencia de los micro comerciantes es una barrera muy alta que no les permite acceder a un financiamiento lo que trae como consecuencia un bajo nivel competitivo, perjudicando el desarrollo del mercado local.

Ciertamente las MiPymes son uno de los motores para generar ingresos económicos a un país y esto ha provocado un impacto positivo, llamando la atención de los analistas, académicos o investigadores.

La presente investigación tiene como objetivo analizar los posibles efectos sobre la capacidad de las MiPymes para poder acceder a los créditos bancarios mediante el análisis e investigación exhaustiva para el progreso de los comerciantes de productos del Cantón Milagro. A través de las entidades bancarias el financiamiento es muy complicado así lo mencionan los micro comerciantes quienes han tratado de obtener un crédito, indican los inconvenientes que afrontan ya que cierto grupo tiene desconocimiento de cómo acceder a los créditos, por otro lado, las instituciones financieras imponen esas barreras para asegurar el retorno del capital de los prestamistas aumentando la cantidad de requisitos que en ocasiones no logran cumplir.

PALABRAS CLAVE: Comercialización, Micro comerciantes, Créditos, Sistema Financiero, Productos, MiPymes.

ESTUDIO DE LOS EFECTOS DE LA INFLACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN LAS MIPYMES DEL CANTÓN MILAGRO

ABSTRACT

Small businesses start as a family business that today are known as the MyPymes because of their size, with the aim of becoming a large company based on their sales levels. The inexperience of the micro traders is a very high barrier that does not allow them to access financing, which results in a low competitive level, damaging the development of the local market.

Certainly the MyPymes are one of the engines to generate income for a country and this has caused a positive impact, drawing the attention of analysts, academics and researchers.

The objective of this research is to analyze the possible effects on the capacity of MyPymes to access bank loans through analysis and exhaustive research for the progress of the merchants of Canton Milagro products. Through banking entities, financing is very complicated, as mentioned by micro-merchants who have tried to obtain a loan, indicate the inconveniences they face as certain groups have no knowledge of how to access loans, on the other hand. But financial institutions impose these barriers to ensure the return of the capital of the lenders increasing the amount of requirements that sometimes fail to meet.

KEY WORDS: Commercialization, Micro merchants, Credits, Finance system, Products, MyPymes.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad estudiar los efectos de la inflación en la comercialización de los productos en las MiPymes del Cantón Milagro, es de vital importancia ya que nos podemos dar cuenta sus causas y consecuencias al momento que ellos deseen crear su negocio y la dificultad que presentan para obtener financiamiento por medio de las entidades bancarias y poder así mantenerse en el mercado competitivo.

El objetivo es estudiar los posibles efectos sobre la capacidad de las MiPymes al momento de acceder a los créditos, saber cuáles son esas barreras que les impiden a los micro comerciantes acceder a este beneficio por otra parte, las entidades financieras les exige ciertos requisitos que muchos desconocen y por tal motivo no se atreven a solicitarlo.

Las MiPymes han ido ampliándose en el transcurso de los años, a resultado de esto los pequeños negocios comúnmente son conformados por dos personas o por una familia que aportan cierta cantidad de dinero con el fin que el negocio tenga éxito. Estos negocios son una fuente generadora de empleo para muchos ciudadanos, el último censo realizado dio como resultado que la mayoría de las oportunidades de venta en el Ecuador son micronegocios.

La investigación está conformada por cuatro capítulos se proporcionó información tanto documental y de campo a través del método inductivo – deductivo, para alcanzar el objetivo, y a su vez logramos darnos cuenta la falta de conocimiento en los requisitos para acceder a los créditos bancarios por parte de los comerciantes del Cantón Milagro.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. 1.1PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.2 Problematización

El comercio es una parte fundamental para cualquier país, porque esta actividad hace que la economía sea muy dinámica, a través de la oferta y la demanda de un determinado producto o servicio, con el fin de satisfacer las necesidades de un grupo selectivo de consumidores. En varios países como en el Ecuador el crecimiento de la economía se mide a través de la inflación en función a los precios del consumidor.

“El desequilibrio entre la oferta y la demanda se denomina inflación”, (Zavala, 2013) es decir cuando se encarecen los bienes o servicios, perdiendo de esta manera el poder adquisitivo por parte del usuario o consumidor final, la permanencia de la inflación ocurre a lo largo de años o incluso décadas y son escenas habituales en muchos países del mundo debido a la fluctuación de las economías mundiales. Para poder medir la inflación se desarrolló el índice de Precios al Consumidor (IPC) que nos muestra las diversificaciones de precios en promedio de los diferentes productos, bienes y/o servicio que los consumidores suelen adquirir, este cálculo se da a través de diferentes períodos de tiempo con la finalidad de registrar el porcentaje de inflación percibido.

Las posibles causas de la inflación en la comercialización de los productos en las MIPYMES del Cantón Milagro son: “La disminución en la producción por fenómenos climáticos” (Erraez, 2016), ya sean por plagas o pestes ocasionando como efecto una escasez de productos y a su vez un alza de precio, también el gobierno implementa ciertas medidas públicas para amortiguar los impactos de la inflación como es “El incremento de las tasas activas de interés en las entidades bancarias” (Núñez, 2016), afectando de forma directa a las MiPymes ocasionando que tengan menor capacidad para obtener un crédito, recordando que el recurso financiero requerido, es de vital importancia para los negocios ya que permitiría adquirir nuevos recursos tecnológicos y pago a los proveedores o empleados, caso contrario atentaría con la subsistencia de los negocios por su poca

capacidad de endeudamiento, por ende, el negocio se ve obligado a cerrar por falta de financiamiento y disminuiría el desarrollo de la región.

Otra posible causa es “El aumento de los costos de insumos, materiales y transporte” (Dobronsky, 2014), ocasionando un aumento en los precios de los productos que ofrecen las MiPymes por tal motivo también se ve afectado la rentabilidad en el ejercicio comercial. El transporte influye mucho en los negocios puesto que se utilizan para transportar la mercadería, los propietarios en ocasiones alquilan o tienen movilidad propia, no olvidemos que hoy en día el precio del combustible va en aumento y esto genera un gasto adicional, a efecto de esto el dueño de negocio suma un valor adicional a su producto final.

Según (Núñez, 2016) nos indica que el efecto que mayor problema está causando a las MiPymes es la menor capacidad para obtener un crédito ya que las entidades bancarias les exigirá ciertos requisitos para poder otorgárselo, por lo tanto, vamos a indagar las posibles causas que afectan directamente la capacidad de las MiPymes para poder acceder a los créditos bancarios.

1.1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo afecta la inflación en la comercialización de los productos en las MiPymes del cantón milagro?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Analizar los posibles efectos sobre la capacidad de las MiPymes para poder acceder a los créditos bancarios mediante el análisis e investigación exhaustiva para el progreso de los comerciantes de productos del Cantón Milagro.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera incide las exigencias por partes de las entidades bancarias a las MiPymes al momento de solicitar un crédito.
- Analizar cómo influye el desconocimiento por parte de los comerciantes para acceder a los créditos.
- Conocer de qué manera influye los efectos de la inflación que llena de incertidumbre en los comerciantes.

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.3.1. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar las causas y consecuencias que repercuten en el sector comercial por partes de las entidades financieras del Cantón Milagro. Es decir, como los microempresarios se verían afectados por las entidades bancarias al subir sus tasas de interés por los efectos de la inflación lo cual esto les obliga a las entidades financieras ser más estrictos en el momento de otorgar sus créditos. La inflación es un tema muy importante, dentro de la economía de un país ya que a través de esta se mide el índice de los precios que se ofertan al consumidor.

Por lo tanto, las microempresas en el Ecuador son parte fundamental para el desarrollo de la economía, ya que son generadoras de plazas de trabajo, reduciendo de esta manera el desempleo en el país. Estas empresas se dedican más al comercio y servicios, se podría decir que en el comercio los que se destacan es la venta de ropas y víveres, mientras que en el servicio se destacan la venta de comida preparada, taxis (formal e informal), y servicios profesionales.

Las MiPymes que se encuentran ubicados en el cantón Milagro, en ocasiones se ven afectados ya que en su mayoría los comerciantes tienen un total desconocimiento para acceder un crédito bancario, también no olvidemos el aumento de los costos de insumos, materiales y especialmente el de transporte, ya que actualmente nos encontramos con un alza de combustible.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El Ecuador ha pasado por varios fenómenos inflacionarios desde varios años atrás, lo cual lo podemos dividir en fases. La primera fase se da en la década de los 80' y bajo el mandato socialdemócrata Dr. Rodrigo Borja Cevallos la inflación tuvo un significativo comienzo que amenazo con sobrepasar los 3 dígitos y logrando así alcanzar tasas mayores al 100% en 1989 esto se había controlado finalizando con una inflación anual de 54,2 %.

En la década de los 90' (Hidalgo, 2016) nos indica que “Ecuador se impuso el neoliberalismo como paradigma económico modernizado” ya que aplicaron políticas de ajuste macroeconómicas que aparecían desde décadas anteriores. En 1992 bajo el mandato del Arq. Sixto Duran Ballén quien intento controlar la inflación aplicando leyes sobre modernización del sector público, tratando de deducir poder al Estado en el control de áreas estratégicas e ingresar a un programa de privatizaciones con la finalidad de reducir el tamaño del estado, liberalización de los mercados y expandir la economía al comercio y finanzas internacionales.

Desde los años 80' el camarón logro cifras formidables dentro de las exportaciones no petroleras, pero en los años 90' el sector fue disminuyendo a causa de la mancha blanca reportando grandes pérdidas, y como efecto tuvo una crisis sistémica de los mercados emergentes. En 1998 – 2000 Ecuador entro en una profunda crisis económica cuando colapsó los sistemas bancarios por motivos tanto internas y externas.

Entre los motivos externos están:

El incremento de las tasas de interés de corto plazo de los acreedores estadounidenses, los aplazamientos de la guerra del Cenepa en el año 1995, el fenómeno del niño en 1998 que dejo como consecuencia grandes pérdidas de 2,8 mil millones de dólares y con un PIB del 13%.

Motivos interno uno de los mas grande errores fue el no poner límites a un exceso de bancos que no tenían mayor liquidez, además la imprudente decisión del Banco Central de

emitir moneda en papel sin sustento real, la especulación bancaria y descapitalización del sistema financiero como consecuencia de la crisis que estaba pasando el país muchos ecuatorianos se vieron obligados a salir del país en busca de un futuro mejor, despertó la desconfianza por parte de los ecuatorianos hacia las entidades bancarias, fuga de capital. En el año 2000 las autoridades decidieron sustituir el sucre por el dólar dando así inicio al impacto de la dolarización, Según (Orellana, 2013) nos indica que “Ecuador adoptó la dolarización en un periodo en que el dólar ha perdido en promedio un 4% de su valor frente a otras monedas aumentando así las exportaciones ecuatorianas en el proceso recalando que hasta el 2008 no existieron shocks internacionales fuertes que golpearan a la economía”

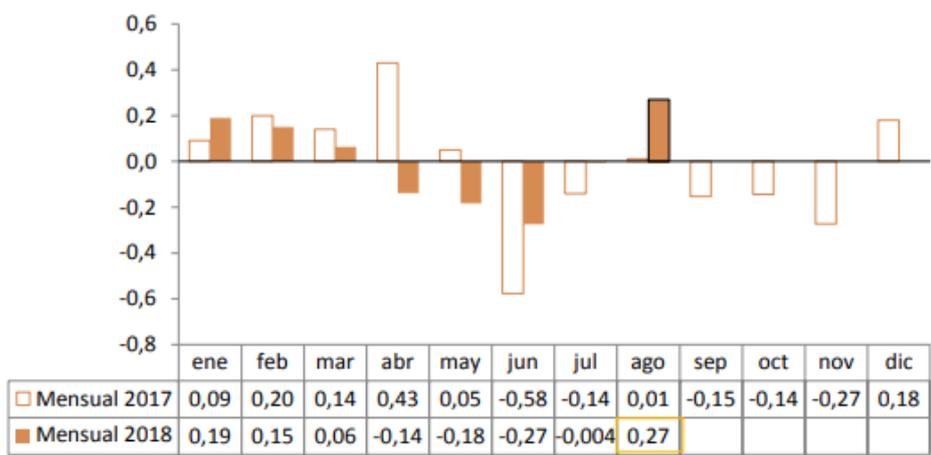
Desde el año 2009 en adelante la inflación se ha mantenido estable con niveles inferiores de 5% hasta el año 2011 con la liberación económica mundial crece el precio de los commodities e igualmente se empieza a sentir el efecto inflacionario de la política fiscal expansiva, a medida del año 2012 los niveles de inflación vuelven a disminuir hasta que llegaron a alcanzar niveles inferiores al 2%.

En el año 2016 nos indica (Zumbal, 2017) que “Fue un año de depreciación económica que provocó serios efectos que repercutieron en el sector comercial esto se manifestó claramente en la caída de recaudación de tributos”. Lo cual obliga a los comerciantes a modificar sus precios y ajustarse por motivo de la baja dinámica comercial, aplicando muchas ofertas para poder vender un poco más incluso en algunos casos con márgenes muy reducidos al costo para tratar de recuperar la liquidez del negocio¹ (Gonzales, 2017) Los comerciantes están esperanzados que para el siguiente año el consumo se reanime, para una pronta solución se espera por parte del gobierno que obtengan por bajar ciertos impuestos, y con ellos reanimar el consumo y las ventas.

Para el 2017 según (INEC, 2018) “la inflación anual cerró en -0,20% ” es la primera inflación anual negativa desde el año 1963, durante todo el 2017 se presentaron meses con inflación negativa para el mes de diciembre fue de 0.18% lo cual es muy común si se toma en cuenta que al haber fiestas y sobresueldo es natural que aumenten las compras lo cual se produce más demanda por parte del consumidor.

Actualmente contamos con una inflación mensual del mes agosto con 0.27%.

¹ (Gonzales, 2017) Presidente alterno de la Cámara de Comercio de Guayaquil



Fuente: (INEC, El Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2018)

LAS MIPYMES

“Las pequeñas y mediana empresas son agentes económicos importantes para promover el desarrollo de los países de América latina y el caribe, una parte significativa de la población y de la economía de los países de la región depende de la actividad y desempeño de este tipo de empresas debido a su reconocida capacidad para generar empleo” (Artesanías, 2013)

Las MiPymes sean vuelto una parte muy importante en la economía ecuatoriana porque emplean alrededor de 60% de la PEA² son actores importantes en la generación de empleo y proveedores de bienes y servicio esencial para la sociedad, pero las entidades bancarias las considera riesgosa, debido a su débil estructura organizacional.

LAS MIPYMES EN AMÉRICA LATINA

En los sectores de los países latinoamericanos, las MiPymes ciertamente son uno de los motores para generar ingresos económicos a un país y esto ha provocado un impacto positivo, llamando la atención de los analistas, académicos o investigadores. También ha generado que los negocios familiares se vean relacionadas por el impacto de las MiPymes, por el hecho que los negocios establecidas en generaciones anteriores son encabezadas por los padres. Y en esos negocios ya establecidos los hijos egresados de universidades o mejor preparados pueden ser el mejor resultado para fortalecer el negocio, dar una visión y continuar con la tradición emprendedora o combinar las MiPymes con el fin de crecer.

² (Artesanías, 2013) (PEA) Población Económica Activa.

Se ha considerado que uno de los factores que impulsaría el crecimiento en este sector son las universidades, es ahí donde nace el espíritu emprendedor, sin olvidar que hay una desventaja con los estudiantes que en cierto momento ellos no trabajan en conjunto con la innovación y creatividad (Regalado Hernandez, 2007).

El Sudamérica es fundamental las MiPymes, ya que su objetivo primordial buscar el impulso adecuado para este sector, por lo tanto, varios estudios realizados en la región orientan a la innovación de este grupo con el fin de que puedan ser competitivos en el mercado. La innovación es clave para el sector (Astudillo & Briozzo, 2016).

Características de las MiPymes

De acuerdo con expertos las características más comunes de las MiPymes son:

- Baja capacidad de capital propio.
- Instalaciones inadecuadas.
- Casi nula la relación entre los propietarios y empresas.
- Inadecuada forma de llevar la contabilidad.
- Utilización de mano de obra poca calificada.
- Poca inversión en el ámbito tecnológico.
- Falta de conocimiento para entrar en nuevos mercados (Gonzales Bonilla, 2016).

SITUACIÓN DE LAS MIPYMES EN EL ECUADOR

Los negocios independientes existen desde tiempos de inicio de la humanidad en la sociedad, porque tenían la necesidad de comercializar sus productos; iniciando con la practica denominada el Trueque, que consistía en el intercambio entre bienes o servicios, o a su vez satisfacer las necesidades de la otra parte; por lo tanto, el comercio ha evolucionado hasta la actualidad en diferentes aspectos, donde hay diversas formar de comercializar un producto, sean a través de pequeñas, medianas y grandes empresas. Los negocios pequeños se inician como un emprendimiento familiar que hoy en día son conocidos o agrupados dentro de las MiPymes por su tamaño teniendo como fin llegar ser una empresa grande en función a un nivel de ventas.

Tabla 1
Clasificación de empresas según su nivel de ventas

Empresa	Ventas	Trabajadores
Grande	\$5'000.001 en adelante	200 en adelante
Mediana B	\$2'000.001 a \$5'000.001	100 a 199
Mediana A	\$1'000.001 a \$2'000.001	50 a 99
Pequeña	\$100.001 a \$1'000.001	10 a 49
MICROEMPRESA	Menor o igual a \$100.000	1 a 9

Fuente: INEC 2016 **Elaborado:** Gloria Matute y Mirian Romero

De acuerdo con la tabla, INEC clasifica el tamaño de las empresas en función al número de trabajadores y su nivel de venta, empezando desde las MiPymes hasta una empresa grande.

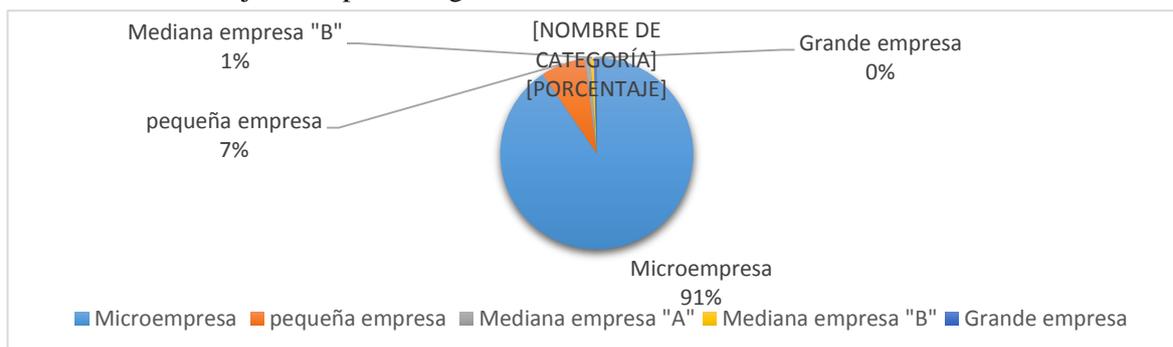
Tabla 2
Porcentaje de empresas según tamaño

Tamaño de empresas	No. Empresas	Porcentaje
Microempresa	763,636	90,51
pequeña empresa	63,400	7,51
Mediana empresa "A"	7,703	0,91
Mediana empresa "B"	5,143	0,61
Grande empresa	3,863	0,46
TOTAL	843,745	100,00

Fuente: INEC 2016 **Elaborado:** Gloria Matute y Mirian Romero

Según el instituto de estadística y censo (INEC), confirma que en el sector empresarial la mayoría son microempresas, representado con un porcentaje del 90.51%, las pequeñas empresas con un 7.51%, las mediadas empresas "A" y "B" con un 0.91% y 0.61%, y las grandes empresas con una participación del 0.46% (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016).

Gráfico 1. Porcentaje de empresas según tamaño



Las MiPymes han ido en aumento en el transcurso de los años, a resultado de esto los pequeños negocios comúnmente son conformados por dos amigos o por una familia que aportan cierto dinero con el fin que el negocio tenga éxito. Estos negocios son una fuente generadora de empleo para los ciudadanos, el último censo realizado dio como resultado que la mayoría de los negocios en el Ecuador son MiPymes.

Uno de los puntos que no permite desarrollar a los micronegocios, es acceder a los créditos bancarios esto con el propósito de crecer y competir en el mercado empresarial. Esta clase de negocios tienen una ventaja con respecto a otras empresas de otro nivel que es, fácil adaptación a los requerimientos del mercado. Y la falta de financiación ocasiona que los micronegocios no puedan cumplir con las expectativas de los consumidores y tiendan a cerrar (Delgado Delgado & Chávez Granizo, 2018).

Las microempresas actualmente complementan a las actividades de las grandes empresas, creando una cadena de valor, debido a que toda empresa es fundamental en la economía del país por lo tanto se reconoce el fortalecimiento de las MiPymes.

EL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO

El Sistema Financiero está conformado por el conjunto de instituciones bancarias, financieras y demás empresas e instituciones de derecho público o privado debidamente autorizada por la Superintendencia de Bancos y Seguros que operan en la intermediación financiera. (Villegas, 2015)

Es considerado como uno de los factores más importante dentro de la economía ecuatoriana este sistema permite canalizar el ahorro hacia la inversión por este motivo se ha transformado en el pilar fundamental para la generación de riqueza, los entes económicos se han apoyado en las diversas instituciones financieras para la obtención de capital de trabajo, expansión productiva e infraestructura. (Anrango, 2011)

El Sistema Financiero Nacional es el conjunto de instituciones financieras (banco, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito) que realizan intermediación financiera con el público.

ÓRGANOS RECTORES DEL SISTEMA FINANCIERO

Banca Central del Ecuador

Su función es constitucional establecer, controlar y aplicar la política crediticia del Estado como además la atribución de conocer, aprobar y evaluar la ejecución de los presupuestos de las instituciones financieras públicas (Aguirre, 2015)

Superintendencia de Bancos

Es una entidad autónoma encargada de controlar y supervisar las funciones de las instituciones financieras

Junta Bancaria

Es aquel organismo que se encuentra bajo el control de la Superintendencia de Bancos y es la encargada de dictar las Leyes resoluciones y regulaciones que permiten un correcto funcionamiento y desarrollo de este sistema.

Las principales instituciones que están dentro del sistema financiero ecuatoriano son:

Bancos privados y públicos

Cooperativas de Ahorro y Crédito

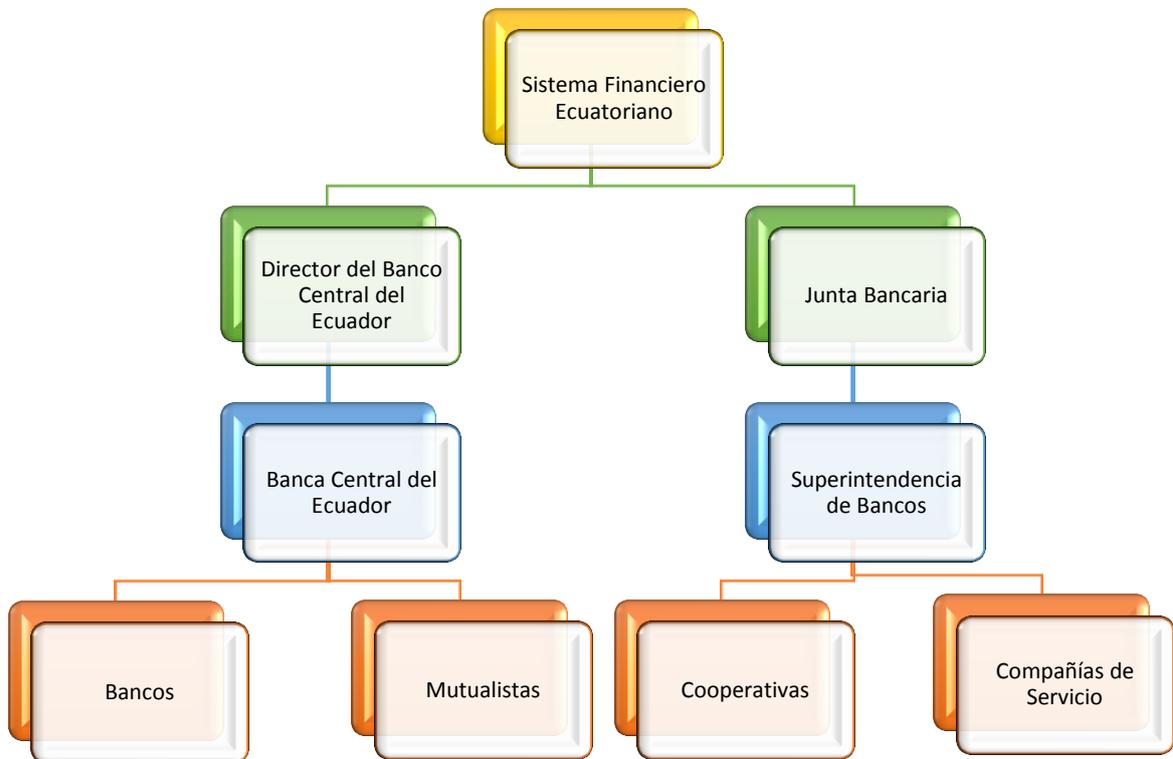
Mutualista

Casas de Cambio

Sociedades Financieras

Compañías de Servicios

Estructura del Sistema Financiero Ecuatoriano



Fuente: Sistema Financiero Nacional

Elaborado: Mirian Romero y Gloria Matute

Los Bancos “Son entidades de origen privado y público autorizadas y constituidas legalmente para captar dinero del público en moneda nacional o extranjera en forma habitual o continua, conceder créditos para estimular el desarrollo económico social y productivo del país” (Cardenas, 2014)

Los Bancos Públicos otorgan créditos que estimulen el desarrollo económico y social, por lo tanto, las condiciones de los préstamos tienen sus ventajas con respecto de los bancos privados sea por el plazo, tasas de interés, años de gracias, garantías y formas de pago (Aguirre, 2015)

Los Bancos Privados en cambio apoyan el desarrollo productivo de un país persiguen el beneficio por ello las condiciones de los préstamos son diferentes con relación a los bancos públicos.

PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

De acuerdo con el Art. 51 de la ley de instituciones del Sistema Financiero los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones en moneda nacional o extranjera o en unidades de cuenta establecida en la ley

- a) Recibir recursos del público en depósito a la vista.
- b) Recibir a depósitos a Plazo.
- c) Asumir obligaciones por cuenta de terceros.
- d) Emitir obligaciones y cédulas garantizadas con sus activos y patrimonios.
- e) Recibir préstamos y aceptar créditos. De instituciones financieras del país y del exterior.
- f) Otorgar préstamos hipotecarios y prendarios con o sin emisión de títulos; así como préstamos quirografarios.

Entre los principales servicios brindados por los bancos mencionamos:

- 1. Arrendamientos de casilleros de seguridad.
- 2. Microfilm y copia de documentos.
- 3. Cajeros Automático
- 4. Certificación de cheques.
- 5) Revocatoria de cheques
- 6) Transferencia de fondos.
- 7) Emisión de estado de cuenta.
- 8) Cortes de estado de cuenta
- 9) Depósitos
- 10) Transacciones
- 11) Prestamos

Otros servicios

2.1.2 MARCO TEORICO CONCEPTUAL

INFLACIÓN

La inflación es el aumento general y continuo de los precios de bienes y servicios de la economía. Comúnmente la inflación se calcula como la variación porcentual del índice de Precios al Consumidor (IPC), este mide los precios promedio de los principales artículos de consumo. Y a su vez cuenta el porcentaje de incremento de los precios de una canasta representativa, que adquiere un consumidor propio en el país. La composición de la canasta usada para el IPC varía entre países y refleja los diferentes patrones de consumo e ingreso de cada uno de ellos. (Nelson Daniel Pacheco Mendoza, 2015)

INFLACIÓN MENSUAL

Es la variación de precios de mes en referencia al mes anterior.

INFLACIÓN ACUMULADA

Es la diversificación de precios del mes con respecto a diciembre del año anterior.

INFLACIÓN ANUAL

Se considera que es la variación de precios del mes con respecto al mismo mes del año anterior, es decir, la variación de los últimos 12 meses respectivamente. (INEC, 2016)

IPC

Es el Índice de Precios al Consumidor (IPC), es un indicador que tiene por función calcular la variación de precios en determinados bienes y servicios de valiosa importancia para el desarrollo de la economía de un país o una región. Este índice, con criterios más o menos similares, se elabora en casi todos los países del mundo. (CAPITALES, 2017)

COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es el conjunto de las acciones enfocadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas gestiones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. También la comercialización es asemejar las necesidades del cliente y satisfacerlas mejor que sus competidores para adquirir una ganancia. (IMESUN, 2016)

PRODUCTOS

Los productos son un conjunto de características y atributos tangibles como: forma, tamaño, color y a su vez también hay intangibles que son marca, imagen de empresa, servicio. Que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. (FINANCIEROS, 2015)

MIPYMES

Las MiPymes es una empresa de tamaño pequeño. Su ilustración varía de acuerdo con cada país, aunque, en general, puede decirse que una MiPymes cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación limitada.

También se trata de agrupaciones que no tienen una incidencia significativa en el mercado (es decir que no venden en grandes volúmenes) y cuyas actividades no requieren de grandes sumas de capital (pero ahí predomina la mano de obra) (FRANCISCO, 2013)

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se realiza de acuerdo con los que se quiere obtener por medio de diferentes instrumentos de recolección de datos, según (Fidias, 2012) “El diseño de investigación es la estrategia que acoge el investigador para responder al problema planteado en el estudio” por eso aplicamos el Diseño Bibliográfico según (Martins, 2012) lo define “Se fundamenta en la revisión sistemática y profunda del material documental de otros autores” en la investigación se ha utilizado artículos, documentos, libros y tesis.

El tipo de investigación es la clase de estudio que se va a realizar con el propósito de recoger la información o datos necesarios por eso aplicaremos la investigación de campo según (López, 2002) nos indica que “Una investigación de campo está compuesta de fuentes de datos basadas en los hechos que se producen espontáneamente en el entorno del investigador y por aquello que este forma para conocer un fenómeno” el lugar de estudio es el Cantón Milagro la muestra la obtuvimos en la Cámara de comercio por medio de una solicitud pidiendo el número de comerciantes que están afiliados hasta la actualidad dando como resultado 548 afiliados actualmente y por medio de aplicación de encuestas nos permitió determinar ciertos problemas que están dirigidas a descubrir variables sirviendo como apoyo para el estudio.

Para el autor (Fidias, 2012) nos indica que “La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con la finalidad de establecer sus estructura o comportamiento” el nivel de nuestra investigación es descriptiva ya que se describe la situación actual de las MiPymes en el Cantón Milagro.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Tamaño de la muestra

Muestra no probabilística

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población

p: 0, 5 (posibilidad de que ocurra un evento)

q: 0, 5 (posibilidad de no ocurrencia de un evento)

E: error, se considera el 5%;

Z: nivel de confianza, que para el 95%

Desarrollo de la fórmula:

n =?

N = 548

p = 0,50

q = 0,50

Z = 1,96

E = 0,05

$$n = \frac{548 * 0,5 * 0,5}{\frac{(547) * 0,25}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{137}{\frac{1.3675}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{137}{0,35 + 0,25}$$

$$n = \frac{137}{0,60}$$

$$n = 228$$

El total de **n** que es tamaño de la muestra es de 228

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

En referencia al estudio para su desarrollo se hizo levantamiento de información los mismos que fueron obtenidos a través de herramientas investigativas de campo como las encuestas para obtener la muestra pedimos información en la cámara de comercio que nos conceda “La cantidad de comerciantes que se encuentran en la actualidad afiliados en la cámara de comercio del Cantón Milagro” lo cual aplicamos las fórmulas y obtuvimos una muestra estimada de 228 MiPymes dentro del Cantón.

La encuesta tuvo como objetivo: “Analizar los posibles efectos sobre la capacidad de las MiPymes para poder acceder a los créditos bancarios”. La realización de la encuesta se llevó con total normalidad en varios puntos geográficos del Cantón considerando únicamente a las MiPymes

Encuesta a las MiPymes del Cantón Milagro

1) ¿CUÁL ES SU NIVEL ACADÉMICO?

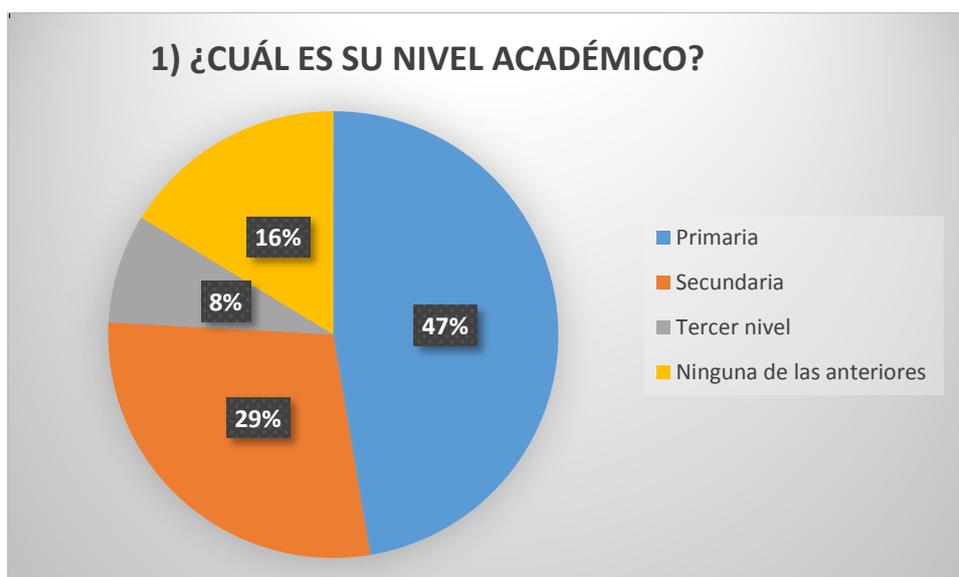
Tabla 3. Nivel Académico

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Primaria	108	47%
Secundaria	65	29%
Tercer nivel	18	8%
Ninguna de las anteriores	37	16%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 2. Nivel Académico



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultado de la encuesta.

Interpretación: Se considera el 47% de los microempresarios tienen su nivel académico primaria, en cambio el 29% el nivel académico es secundaria, el 8% tiene una profesión mientras el 16% no tuvieron un nivel de estudio

Análisis: Los microempresarios en su mayoría tienen únicamente estudios primarios, pero a pesar de no tener todos los conocimientos han logrado mantenerse en el mercado esto significa que ellos trabajan por sentido común y no técnico, a lo largo del tiempo han adquirido experiencias que les ha sumado favorablemente para poder afrontar los problemas y mantenerse hasta la actualidad.

2) LOS INGRESOS QUE USTED PERCIBE SEMANAL ESTÁN ENTRE:

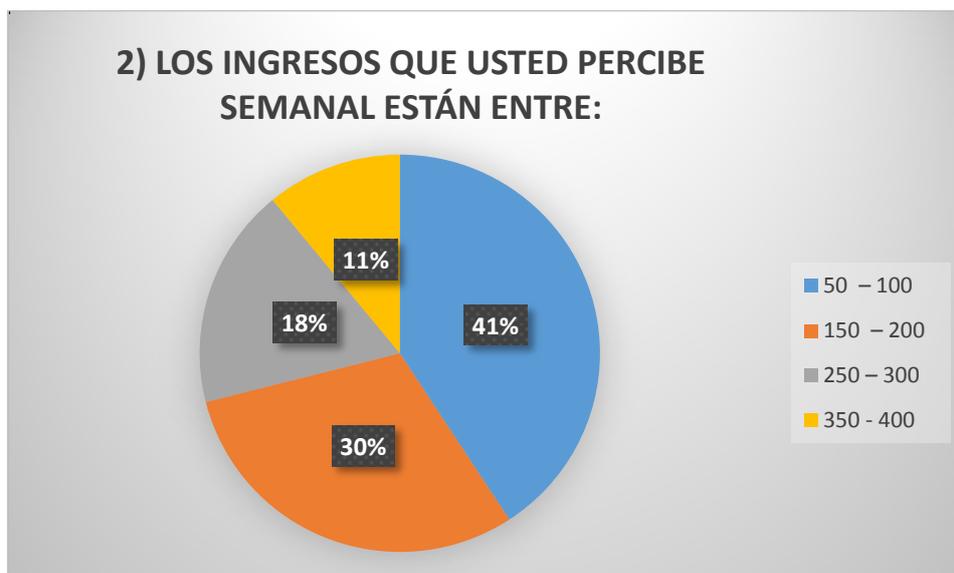
Tabla 4. Ingresos Percibidos

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
50 – 100	93	41%
150 – 200	69	30%
250 – 300	41	18%
350 – 400	25	11%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 3. Ingresos Percibidos



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 41% de las MiPymes perciben ingresos entre los \$50 a \$100 semanal mientras que el 30% recibe \$150 y \$200 semanal en cambio un 18% percibe entre los \$250 y \$300 y el 11% percibe entre los \$350 y \$400.

Análisis: La mayoría de las MiPymes tiene un promedio de ingreso de entre los \$50 a \$100, podemos decir que esto se debe a que la gran parte de nuestra población estudiada son pequeñas empresas que por su estructura no logran mayores niveles de ventas.

3) ¿CON QUE TIPO DE RECURSO INICIO SU NEGOCIO?

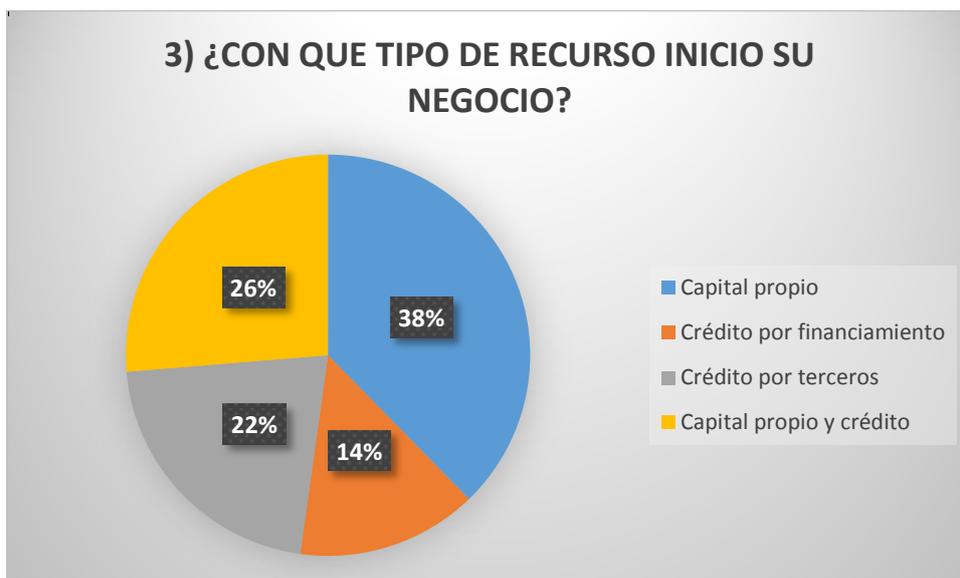
Tabla 5. Tipo de recurso que inicio su negocio

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Capital propio	86	38%
Crédito por financiamiento	33	14%
Crédito por terceros	49	22%
Capital propio y crédito	60	26%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 4. Tipo de recurso que inicio su negocio



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: Un 38% de las MiPymes han usado su capital propio para iniciar sus actividades comerciales, 14% de los establecimientos lo han realizado por créditos de instituciones financieras, un 22% de los negocios iniciaron con préstamos a usureros, el 26% lo iniciaron con capital propio y créditos.

Análisis: Las MiPymes en su mayoría (38%) deciden comenzar sus iniciativas con capital propio con sus pequeños ahorros se han animado emprender sus actividades comerciales, pocos (14%) son los que inician sus actividades comerciales con créditos de instituciones financieras debido a la dificultad que existe para la obtención de este tipo de financiamiento, otros del porcentaje que nos llama la atención son los préstamos por terceros o usureros (22%) quienes ofrecen estos tipos de préstamos son a tasas altas de interés recordando que a veces son personas peligrosas que son capaces de amenazar y causar daño físico con la finalidad de recuperar su dinero, el 26% decide iniciar con capital propio y crédito. Es evidente que las dificultades para acceder a un financiamiento legal son evidentes puesto que si fuese más simple los micro comerciantes no recurrirían a los usureros para solicitarlos.

4) ¿QUÉ NIVEL DE DIFICULTAD USTED CONSIDERA QUE EXISTE POR PARTES DE LAS ENTIDADES BANCARIAS PARA ACCEDER A LOS CRÉDITOS?

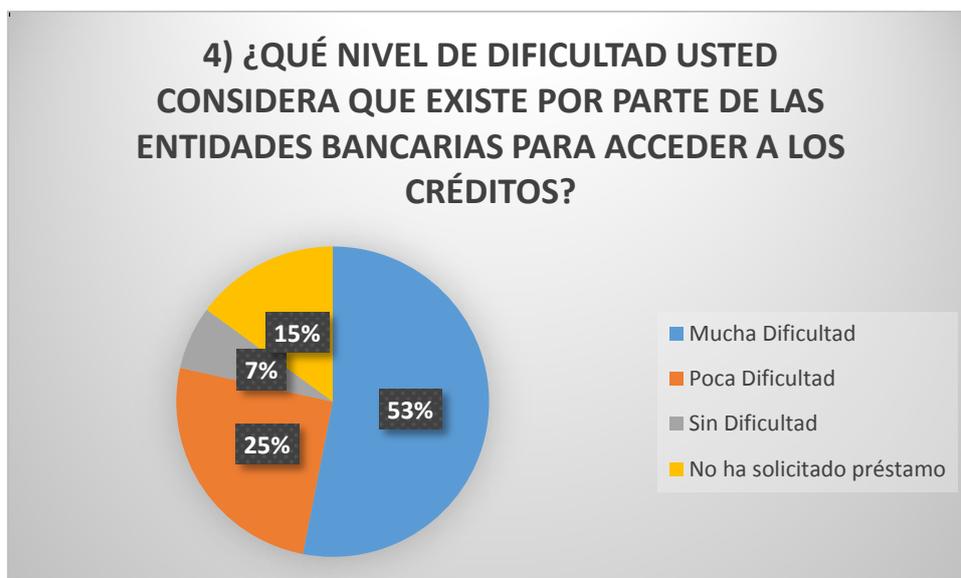
Tabla 6. Nivel de dificultad para acceder a los créditos

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Mucha Dificultad	121	53%
Poca Dificultad	58	25%
Sin Dificultad	15	7%
No ha solicitado préstamo	34	15%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 5. Nivel de dificultad para acceder a los créditos



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 53% de las MiPymes indicaron que existe mucha dificultad para solicitar un crédito, el 25% señalaron que han tenido poca dificultad, 7% de los encuestados indicaron no tener dificultad al adquirir un crédito, por otro lado, el 15% de las MiPymes no han solicitado préstamo.

Análisis: Las MiPymes en el cantón Milagro han solicitado en algún momento préstamos entonces nos encontramos bajo un panorama donde la necesidad de financiamiento es evidente, porque para acceder a ellos no es sencillo puesto que un 53% considera que

existe gran dificultad. Ya que las entidades bancarias les pide ciertos requisitos que ellos no pueden cumplir.

5) DESEA UN MEDIO DE FINANCIAMIENTO QUE BRINDE:

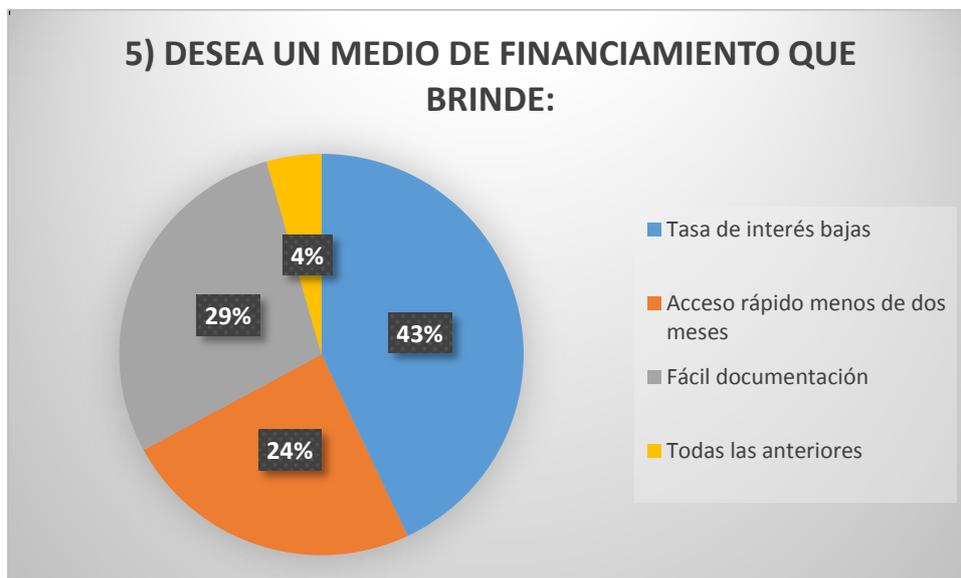
Tabla 7. Desea un medio de financiamiento que brinde

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Tasa de interés bajas	98	43 %
Acceso rápido menos de dos meses	55	24%
Fácil documentación	65	29%
Todas las anteriores	10	4%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 6. Desea un medio de financiamiento que brinde



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 43% de los micro comerciantes tienen preferencia sobre las tasas de interés bajas, el 24% considera un financiamiento con acceso rápido menos de dos meses, el 29% desean un medio de financiamiento que sea de fácil documentación y por último el 4% opinan que todas las anteriores son deseables.

Análisis: El nivel de las tasas de interés y el tiempo de otorgamiento de los créditos es algo que para los micro comerciantes considera importante en el momento de solicitarlo es decir que mientras menos sean las tasas de interés y menos se demore los tramite más atractivo serán para los comerciantes Milagreños, en referente a los documentos que las entidades bancarias exigen solo un 29% desearían que estos sean menos complejos de cumplir, el 4% considera indispensable todas las alternativas esto nos indica que actualmente en el mercado financiero no se ofrece estas alternativas.

6) EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS USTED HA NOTADO VARIACIÓN EN LOS COSTOS DE SUS PRODUCTOS:

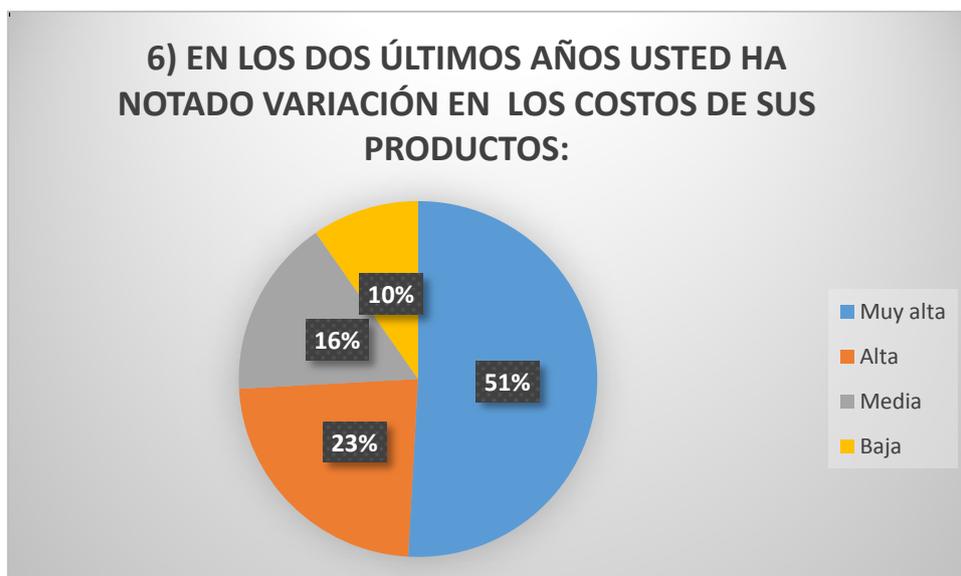
Tabla 8. Variación en los costos

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Muy alta	116	51%
Alta	53	23%
Media	37	16%
Baja	22	10%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 7. Variación en los costos



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 51% de los micro comerciantes han notado una muy alta variaciones en los costos de sus productos, mientras que 23% nos indica que las variaciones han sido altas en estos dos últimos dos años, el 16% han notado un nivel medio y el 10% casi no ha notado variaciones en los costos de sus productos.

Análisis: La inestabilidad de precio en los productos se ha notado de una forma considerable el (51%) de los micro comerciantes han percibido los cambios esto llena de incertidumbre frente a la situación y se llenan de duda al momento de querer hacer un préstamo por motivo de las variaciones tienen miedo de no poder cubrir sus deudas.

7) QUE TIPO DE PROBLEMA FINANCIEROS HA AFRONTADO EN SU NEGOCIO

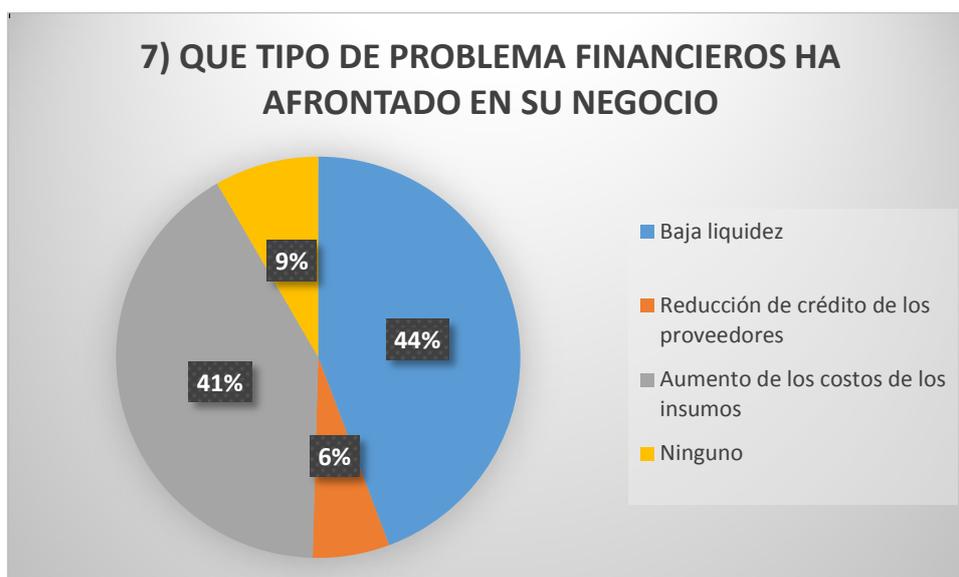
Tabla 9. Qué tipo de problema financieros ha afrontado

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Baja liquidez	101	44%
Reducción de crédito de los proveedores	14	6%
Aumento de los costos de los insumos	94	41%
Ninguno	19	9%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 8. Qué tipo de problema financieros ha afrontado



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 44% de las MiPymes registran un bajo nivel de liquidez, el 6% de estas tienen reducción de créditos de proveedores, el 41% han registrado aumento de los costos de los insumos, un 9% de las MiPymes no tiene problemas de tipo financiero

Análisis: Los problemas de liquidez son unos de las principales dificultades financieras en las MiPymes, tener bajo nivel de liquidez implica no poder hacer frente a las obligaciones comerciales que tengan las organizaciones las relaciones con los proveedores puede convertirse en una ventaja siempre y cuando estas relaciones sean positivas.

8) CONOCE USTED CUALES SON LOS REQUISITOS PARA SOLICITAR UN CRÉDITO

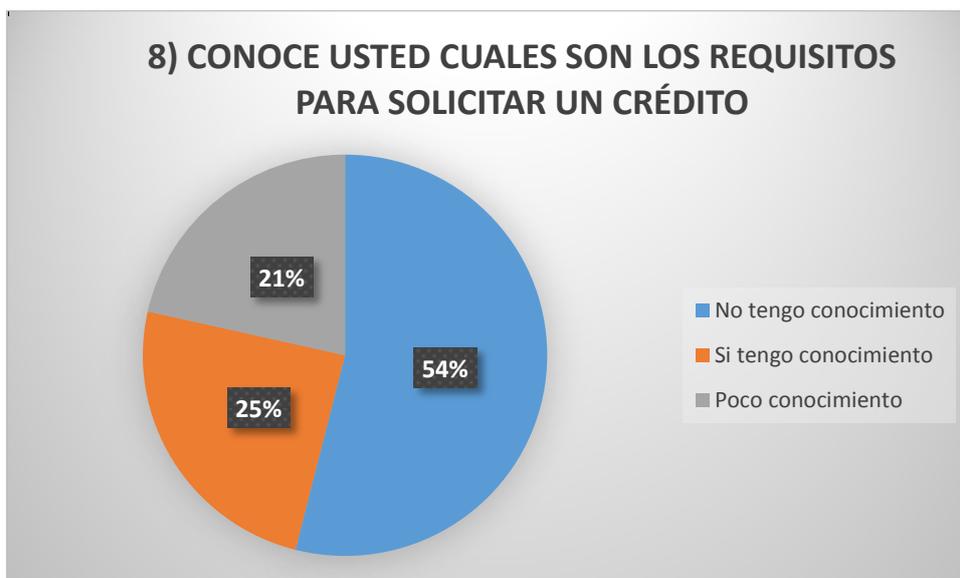
Tabla 10. Requisitos para solicitar crédito

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
No tengo conocimiento	123	54%
Si tengo conocimiento	56	25%
Poco conocimiento	49	21%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 9. Requisitos para solicitar crédito



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 54% de los micro comerciantes no tiene conocimiento sobre los requisitos para solicitar préstamos, mientras el 25% si tienen dicho conocimiento, seguido de un 21% que tiene poco conocimiento.

Análisis: En su mayoría (54%) de los micro comerciantes desconocen totalmente los requisitos y por ende el proceso para poder acceder a los créditos que ofrecen las entidades financieras esto se debe porque las entidades financieras no dan a conocer los tipos de créditos que ofrecen, en un 25% si tiene conocimiento de los requisitos pero no se atreven a solicitarlo por las exigencias por partes de los bancos seguido de un 21% que tiene poco conocimiento de los requisitos pero no conoce le proceso o viceversa o simplemente no sabe cómo llenar correctamente la documentación.

9) CREE USTED QUE LAS ENTIDADES BANCARIAS DEBEN DAR A CONOCER SOBRE LOS REQUISITOS PARA ACCEDER A LOS CRÉDITOS POR MEDIO DE:

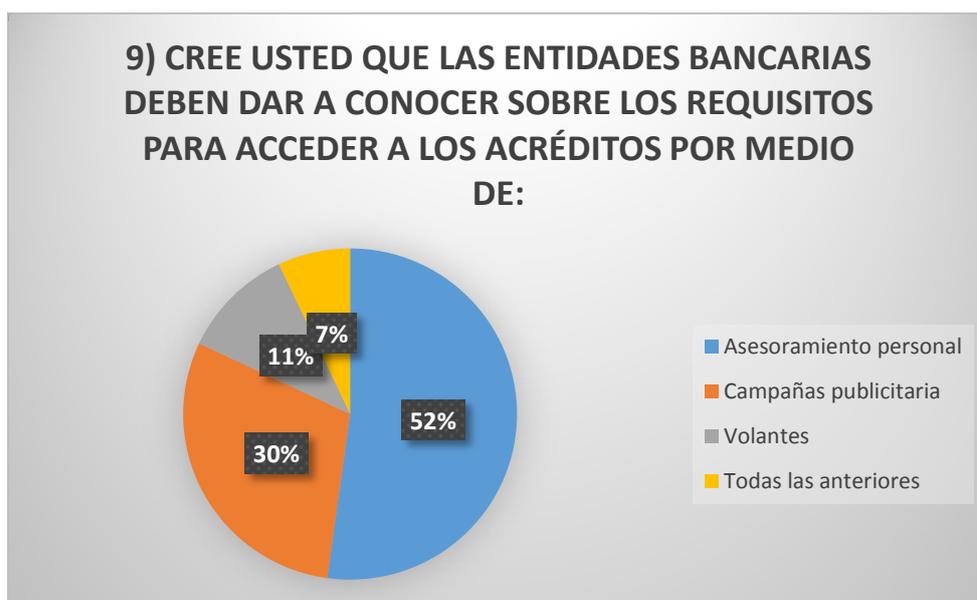
Tabla 11. Los requisitos para acceder a los créditos

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Asesoramiento personal	119	52%
Campañas publicitarias	68	30%
Volantes	25	11%
Todas las anteriores	16	7%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 10. Los requisitos para acceder a los créditos



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 52% de los micro comerciantes opinan que las entidades bancarias deben dar a conocer los requisitos para solicitar créditos por medio de asesoramiento personal, en cuanto a campañas publicitarias un 30% están de acuerdo, el 11% prefieren por medio de volantes y el 7% está de acuerdo con todas las anteriores.

Análisis: Con un 52% los micro comerciantes nos hacen saber que les gustaría recibir información sobre los créditos por medio de asesoramiento personal que les expliquen el pasos a paso del proceso y el tiempo exacto que le tomaría, el 30% prefiere las campañas publicitarias puesto que nos indican que a veces no tienen tiempo de acercarse a las entidades bancarias a pedir información el 11% por el mismo motivo de tiempo prefieren los volantes dicen que se les hace más fácil pasar y que les ofrezcan un volante indicándoles todos los requisitos y procesos sobre los créditos, el 7% nos indican que todas son importantes por diferentes motivos entre los cuales están la información clara y precisa, tiempo.

10) SU NIVEL DE CONFIANZA PARA SOLICITAR UN CRÉDITO SE DEBE A:

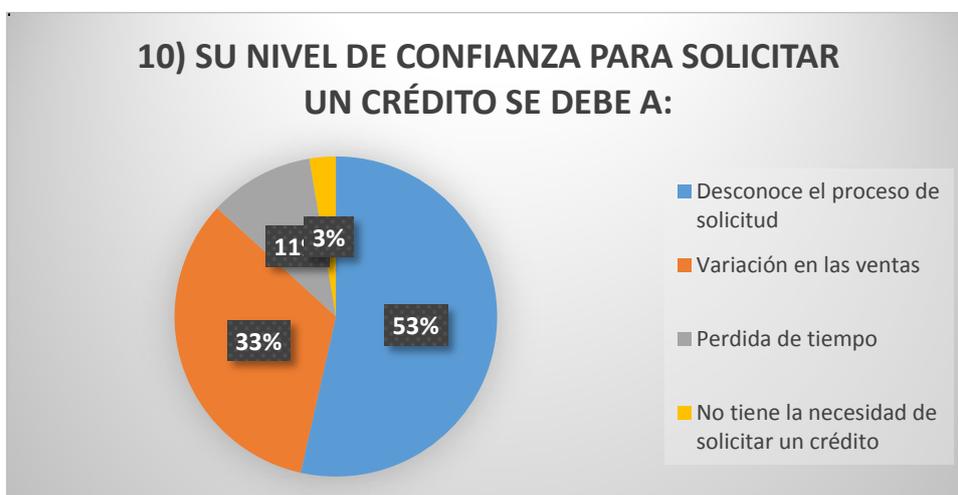
Tabla 12. Nivel de confianza.

Alternativas	Respuestas	Porcentajes
Desconoce el proceso de solicitud	122	53%
Variación en las ventas	76	33%
Pérdida de tiempo	24	11%
No tiene la necesidad de solicitar un crédito	6	3%
TOTAL	228	100%

Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Gráfico 11. Nivel de confianza



Elaborado por: Mirian Romero y Gloria Matute

Fuente: Resultados de la encuesta

Interpretación: El 53% de los micro comerciantes tiene desconfianza para solicitar un crédito debido a que desconoce el proceso de solicitud, el 33% nos indica que hay muchas variaciones en sus ventas, el 11% nos indica que para ellos es una pérdida de tiempo y el 3% no tiene la necesidad de solicitar crédito

Análisis: En su mayoría en un 53% nos indica que tienen desconfianza por solicitar un crédito por que desconoce el proceso y los requisitos tienen el temor de no presentar correctamente la documentación y que el crédito sea negado, el 33% opinan que hay muchas variaciones en sus ventas y por ende en su mayoría de los micro comerciantes no consideran el promedio de sus ventas por desconocimiento miden sus ingresos por día y uno de los requisitos que exigen los bancos es el flujo de ingresos, 11% opinan que es una pérdida de tiempo que las entidades bancarias les ponen muchas trabas para acceder a los créditos el 3% no tiene la necesidad de solicitar crédito esto nos indica que una pequeña parte de las MiPymes no se atreven a innovar o mejorar sus negocios desean quedarse en lo tradicional.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

El financiamiento a través de las entidades bancarias es muy complicado así lo mencionan los micro comerciantes quienes han tratado de obtener un crédito, indican los inconvenientes que afronta en los innumerables documentos exigidos sin olvidar que hay muchos micro comerciantes que no conocen el proceso para solicitar un crédito, por otro lado las instituciones financieras imponen esas barreras para asegurar el retorno del capital de los prestamistas aumentando la cantidad de requisitos que en ocasiones no logran cumplir.

El desconocimiento de los micro comerciantes es una barrera muy alta que nos les permite acceder a financiamiento lo que trae como consecuencia un bajo nivel competitivo, perjudicando el desarrollo del mercado local no olvidemos que el nivel competitivo está determinado principalmente por la fuerza financiera que cada MiPymes posea.

Los niveles de educación influyen en la forma de dirigir un negocio sobre todo cuando no se tiene suficiente información sobre las alternativas de financiamiento, la inexperiencia de obtener recursos provoca un estancamiento en el desarrollo.

RECOMENDACIONES

Las instituciones financieras deben dar mayor prioridad a créditos productivos y a los micro comerciantes de esta manera se puede reactivar la economía local y por ende la economía nacional

Buscar una culturización financiera por parte de los micro comerciantes del Cantón Milagro para que sus negocios estén legalmente constituidos para que así ellos puedan acceder sin ningún problema a los créditos

El empirismo se va desarrollando a través del tiempo y de situaciones pasadas en las organizaciones, pero también debemos recordar que el conocimiento teórico no es comparable a los conocimientos empíricos, pero no se puede negar lo indispensable que son la combinación de ambos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, D. G. (8 de Mayo de 2015). *Repositorio UTPL*. Obtenido de Proyecto de Investigacion Academica:
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3019/1.pdf>
- Anrango, S. A. (8 de Mayo de 2011). *Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del Sistema Financiero Regulado ecuatoriano*. Obtenido de Repositorio:
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/3019/1.pdf>
- Artesanías, S. d. (8 de Febrero de 2013). *PROYECTO PARA EL FOMENTO DE LAS MIPYMES ECUATORIANAS*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/09/FOMENTO-DE-LA-MIPYMES-ECUATORIANAS.pdf>
- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2016). INNOVACIÓN EN LAS MIPYMES MANUFACTURERAS DE ECUADOR Y ARGENTINA. *Semestre Económico*, 19(40), 117-144. Obtenido de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=165049137005>
- CAPITALES, C. D. (18 de Febrero de 2017). *INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR*. Obtenido de <https://clubdecapitales.com/educacion/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/>
- Cardenas, J. H. (2014). *Gerencia Financiera*. Bogota: TM editores.
- Delgado Delgado, D. D., & Chávez Granizo, G. P. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Dobronsky, J. M. (9 de Abril de 2014). *La inflación y su manifestación en el Ecuador*. Obtenido de Academia edu:
http://www.academia.edu/9294014/La_inflaci%C3%B3n_y_su_manifestaci%C3%B3n_en_el_Ecuador
- Erraez, J. P. (1 de Octubre de 2016). *El proceso inflacionario en el Ecuador: un análisis de sus determinantes con modelos Arima y Vectores autorregresivos*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <file:///C:/Users/Alejandrito/Downloads/372-Texto%20del%20art%C3%ADculo-751-1-10-20161216.pdf>
- Fidias, A. (2012). *Proyecto de Investigacion: Introduccion a la Metodologia Cientifica*. Caracas: Episteme.
- FINANCIEROS, C. D. (2015). *MARKETING XXI*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- FRANCISCO. (18 de ABRIL de 2013). *BLOOGER*. Obtenido de <http://definiciandemipymes.blogspot.com/2012/04/>
- Gómez Villegas, M. (2016). NIIF y MIPYMES: Retos de la contabilidad para el contexto y la productividad. *cuad. admon.ser.organ*, 29(53), 49-76. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v29n53/0120-3592-cadm-29-53-00049.pdf>

- Gonzales Bonilla, O. (2016). CARACTERÍSTICAS DE LAS MIPYMES LATINOAMERICANAS. *Centro de Estudios Latinoamericanos*. Obtenido de <https://celu.co/caracteristicas-de-las-mipymes-latinoamericanas/>
- Gonzales, M. A. (15 de marzo de 2017). Los Impacto de la Inflacion en el año 2016.
- Hidalgo, Á. E. (30 de Abril de 2016). Política y Economía Ecuatoriana en los 90. *El Telegrafo*, pág. 14.
- IMESUN. (2016). *Organizacion internacional del Trabajo*. Obtenido de Comercializacion: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf
- INEC. (Diciembre de 2016). *IPC*. Obtenido de Informe Mensual, Acumulada y Anual: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Reporte_inflacion_201612-v2.pdf
- INEC. (6 de Septiembre de 2018). *El Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2018/Agosto-2018/01%20ipc%20Presentacion_IPC_ago2018.pdf
- INEC. (19 de Enero de 2018). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016). DIRECTORIO DE EMPRESAS Y ESTABLECIMIENTOS 2016. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- López, A. E. (2002). *Metodología de la Investigación Contable*. Mexico: Thompson.
- Martins, S. P. (2012). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Mexico: Limusa.
- Moreno-Brid, J. C., Carlos Rivas, J., & Villarreal, F. G. (2014). Inflación y crecimiento económico. *Investigación Económica, LXXIII(290)*, 3-23.
- Nelson Daniel Pacheco Mendoza, V. Y. (Octubre de 2015). *Repositorio Unemi*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/2569>
- Núñez, S. Y. (2016). Inflacion: Un tema que afecta a las PYMES. *Agoza* , 12.
- Orellana, M. (2013). Hechos estilizados del ciclo económico de Ecuador: 1990-2009. *UNIVERSITAS*, 59 - 60.
- Regalado Hernandez, R. (2007). Estudios e Investigaciones en la Organización Latinoamericana de Administración. *Organizacion Latinoamericana de Administracion*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Contreras_Soto/publication/259758594_Las_MIPYMES_en_Latinoamerica_Estudios_e_Investigaciones_en_la_Organizacion_Latinoamericana_de_Administracion/links/0a85e52da98319c646000000/Las-MIPYMES-en-Latinoamerica-Estudios-e-I
- Villegas, S. A. (2015). *Análisis Financiero*. Quito.
- Zavala, A. A. (2013). *Elementos básicos de la Economía*. Mexico: San Marcos .
- Zumbal, L. (7 de Enero de 2017). Ecuador registra la inflación más baja de la última década. *Expreso*, pág. 17.

ANEXO

FOTO DE ACOMPAÑAMIENTO





UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA: DIRIGIDA A LAS PERSONAS CON PEQUEÑOS NEGOCIOS EN EL CANTON MILAGRO

Objetivo: Analizar los posibles efectos sobre la capacidad de las MiPymes para poder acceder a los créditos bancarios.

Instrucción: Leer detenidamente cada pregunta y responder marcando con un VISTO en las alternativas que usted cree conveniente:

Edad:

Género: Masculino () Femenino ()

1) ¿CUÁL ES SU NIVEL ACADÉMICO?

- Primaria
- Secundaria
- Tercer nivel
- Ninguna de las anteriores

2) LOS INGRESOS QUE USTED PERCIBE SEMANAL ESTÁN ENTRE:

- 50 – 100
- 150 – 200
- 250 – 300
- 350 - 400

3) ¿CON QUE TIPO DE RECURSO INICIO SU NEGOCIO?

- Capital propio
- Crédito por financiamiento
- Crédito por terceros
- Capital propio y crédito

4) ¿QUÉ NIVEL DE DIFICULTAD USTED CONSIDERA QUE EXISTE POR PARTES DE LAS ENTIDADES BANCARIAS PARA ACCEDER A LOS CRÉDITOS?

- Mucha Dificultad
- Poca Dificultad
- Sin Dificultad
- No ha solicitado préstamo

5) DESEA UN MEDIO DE FINANCIAMIENTO QUE BRINDE:

- Tasa de interés bajas
- Acceso rápido menos de dos meses
- Fácil documentación
- Todas las anteriores

VISIÓN

Ser una institución de educación superior, pública, autónoma y acreditada, de pregrado y postgrado, abierta a las corrientes del pensamiento universal, líder en la formación de profesionales emprendedores, honestos, solidarios, responsables y con un elevado compromiso social y ambiental, para contribuir al desarrollo local, nacional e internacional.

MISIÓN

Es una institución de educación superior, pública, que forma profesionales de calidad, mediante la investigación científica y la vinculación con la sociedad, a través de un modelo educativo holístico, sistémico, por procesos y competencias, con docentes altamente capacitados, infraestructura moderna y tecnología de punta, para contribuir al desarrollo de la región y el país.



6) EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS USTED A NOTADO VARIACIÓN EN LOS COSTOS DE SUS PRODUCTOS:

- Muy alta
- Alta
- Media
- Baja

7) QUE TIPO DE PROBLEMA FINANCIEROS HA AFRONTADO EN SU NEGOCIO

- Baja liquidez
- Reducción de crédito de los proveedores
- Aumento de los costos de los insumos
- Ninguno

8) CONOCE USTED CUALES SON LOS REQUISITOS PARA SOLICITAR UN CRÉDITO

- No tengo conocimiento
- Si tengo conocimiento
- Poco conocimiento

9) CREE USTED QUE LAS ENTIDADES BANCARIAS DEBEN DAR A CONOCER SOBRE LOS REQUISITOS PARA ACCEDER A LOS CRÉDITOS POR MEDIO DE:

- Asesoramiento personal
- Campañas publicitarias
- Volantes
- Ninguno

10) SU NIVEL DE CONFIANZA PARA SOLICITAR UN CRÉDITO SE DEBE A:

- Desconoce el proceso de solicitud
- Variación en las ventas
- Pérdida de tiempo
- No tiene la necesidad de solicitar un crédito

VISIÓN

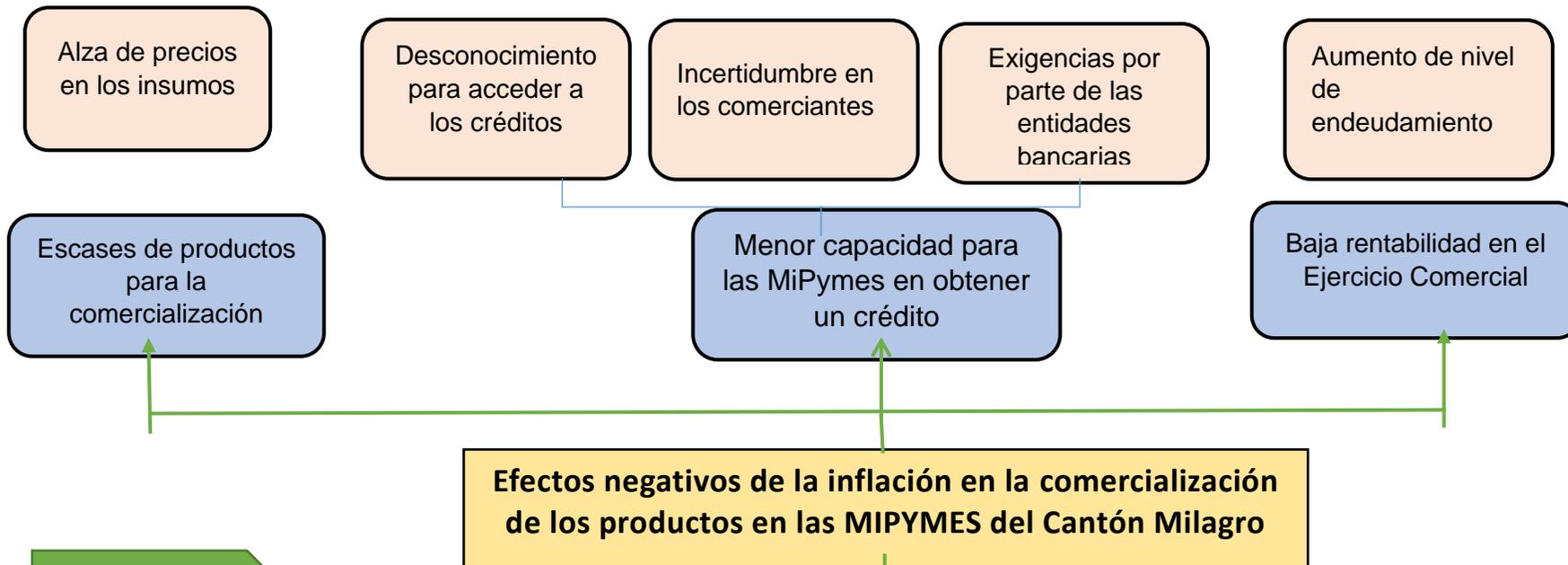
Ser una institución de educación superior, pública, autónoma y acreditada, de pregrado y postgrado, abierta a las corrientes del pensamiento universal, líder en la formación de profesionales emprendedores, honestos, solidarios, responsables y con un elevado compromiso social y ambiental, para contribuir al

MISIÓN

Es una institución de educación superior, pública, que forma profesionales de calidad, mediante la investigación científica y la vinculación con la sociedad, a través de un modelo educativo holístico, sistémico, por procesos y competencias, con docentes altamente capacitados, infraestructura moderna y tecnología de

EFEECTO

Árbol del problema



CAUSA

