



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO E INGENIERA COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

**CARACTERÍSTICAS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DEL
SECTOR COMERCIAL LOCALIZADAS EN LA ZONA 5 EN EL CANTÓN EL
TRIUNFO EN EL PERIODO JUNIO DEL 2014 A JUNIO DEL 2015**

AUTORES:

**GUTIERREZ RODRIGUEZ BYRONE JAVIER
SORIA MENDOZA MARIA ANGELICA**

MILAGRO, OCTUBRE 2015

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los estudiantes Gutiérrez Rodríguez Byrone Javier y Soria Mendoza María Angélica previo a la obtención del título de ingeniero comercial y que acepto tutorías al estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, octubre del 2015

.....
Ing. Fabricio Guevara Viejo

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, Octubre del 2015

Gutiérrez Rodríguez Byrone Javier
C.I. 092836371-2

Soria Mendoza María Angélica
C.I.094030872-9

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación principalmente a Dios nuestro creador por habernos dado la vida y por haberme guiado y bendecido para culminar mis estudios universitarios.

A mi esposa Lisseth Cárdenas, por ese apoyo incondicional en cada una de mis etapas.

A mis padres Leonardo Gutiérrez y Lilia Rodríguez que me ayudaron a continuar formándome como persona y profesional, a mis hermanos Joyce y Dayler Gutiérrez, y también de manera especial a mi tía Sandra Rodríguez.

A mis hijos Bianca y Elking quienes son mi inspiración de superación puesto que mi vida está enfocada en ellos.

GUTIÉRREZ RODRIGUEZ BYRONE JAVIER

El presente trabajo se lo dedico a Dios, por haberme brindado sabiduría y salud para poder culminar con esta nueva meta de mi vida.

A mi madre Narcisa Mendoza Sánchez por ser mi apoyo y mi guía en todo momento de mi vida y a mis hermanas Mayra y Karina Soria igual a mis cuñados Nelson Cárdenas y Luis Reyes.

A mi esposo Jonathan Pumayugra, quien ha sido mi gran apoyo incondicional en cada etapa de mi vida y a mi suegra Marcia Romero.

A mi hija Zuleyka Pumayugra que es razón de mi vida.

SORIA MENDOZA MARÍA ANGÉLICA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios quien me ha guiado en la culminación de la universidad.

A mi tutor, quien con sus conocimientos ha sido un gran aporte en el desarrollo y culminación de este proyecto.

En especial a la Facultad Ingeniería Ciencias Administrativas y Comerciales, por brindarme la oportunidad de obtener una profesión y ser persona útil para la sociedad.

GUTIÉRREZ RODRIGUEZ BYRONE JAVIER

Agradezco en primer lugar a Dios todo poderoso por ser mi guía espiritual y darme la inteligencia para poder realizar mi sueño tan anhelado.

A mi madre ya que con su ayuda incondicional han contribuido para culminar con este arduo trabajo.

A mi esposo quien ha estado a mi lado apoyándome en todo momento.

A mis maestros por haberme compartido sus conocimientos en toda mi etapa estudiantil

SORIA MENDOZA MARÍA ANGÉLICA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo junio del 2014 a junio del 2015”, y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Octubre del 2015

Gutiérrez Rodríguez Byrone Javier
C.I. 092836371-2

Soria Mendoza María Angélica
C.I.094030872-9

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

	Pag.
EL PROBLEMA	
INTRODUCCION	1
1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN-----	2
1.1.1 Problematizacion-----	2
1.1.2 Delimitacion del problema-----	5
1.1.3 Formulacion del problema de investigaci3n-----	5
1.1.4 Sistematizacion del problema de investigacion-----	5
1.1.5 Determinacion del tema-----	6
1.2 OBJETIVOS-----	6
1.2.1 Objetivo General-----	6
1.2.2 Objetivos Espec3ficos-----	6
1.3 JUSTIFICACI3N-----	7

CAPÍTULO II

	Pag.
MARCOREFERENCIAL	
2.1 MARCO TEORICO-----	8
2.1.1 Antecedentes historicos-----	8
2.1.2 Antecedentes referenciales-----	11
2.2 MARCO LEGAL-----	13
2.3 MARCO CONCEPTUAL-----	19
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES-----	20
2.4.1 Hip3tesis General-----	20
2.4.2 Hip3tesis Particulares-----	20

2.4.3 Declaracion de variables -----	21
2.4.4 Operacionalización de las variables-----	22

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO	Pág.
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL -----	23
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA -----	25
3.2.1 Características de la Población-----	25
3.2.2 Delimitacion de la poblacion -----	25
3.2.3 Tipo de muestra -----	25
3.2.4 Tamaño de la muestra -----	25
3.2.5 Proceso de selección -----	26
3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS -----	27
3.3.1 Métodos teóricos -----	27
3.3.2 Métodos empíricos -----	28
3.3.3 Técnicas e instrumentos -----	28
3.4 PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION -----	29

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	Pág.
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL -----	29
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS-	30
4.3 RESULTADOS -----	40
4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS.-----	41
CONCLUSIONES -----	42

RECOMENDACIONES	43
ANEXOS	44
BIBLIOGRAFIA	5

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1

Opinión sobre capacitaciones brindadas ----- 31

CUADRO 2

Conocimiento del talento humano----- 32

CUADRO 3

Capacitación ----- 33

CUADRO 4

Personal calificado ----- 34

CUADRO 5

Financiamiento ----- 35

CUADRO 6

Niveles de rentabilidad ----- 36

CUADRO 7

Capacitación de nuevas tecnologías ----- 37

CUADRO 8

Capacitación por medio del gobierno ----- 38

CUADRO 9

Controles de auditoria ----- 39

CUADRO 10

Capacitación del gobierno para realización de auditorias----- 40

CUADRO 11

Verificación de la hipótesis general y las particulares----- 42

INDICE DE FIGURA

FIGURA 1

Opinión sobre capacitaciones brindadas ----- 31

FIGURA 2

Conocimiento del talento humano----- 32

FIGURA 3

Capacitación ----- 33

FIGURA 4

Personal calificado ----- 34

FIGURA 5

Financiamiento ----- 35

FIGURA 6

Niveles de rentabilidad ----- 36

FIGURA 7

Capacitación de nuevas tecnologías ----- 37

FIGURA 8

Capacitación por medio del gobierno ----- 38

FIGURA 9

Controles de auditoria ----- 39

FIGURA 10

Capacitación del gobierno para realización de auditorias----- 40

RESUMEN

Este estudio investigativo está integrado por cuatro capítulos, donde se describe el proceso científico como para plantear una solución a los problemas de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial de El Triunfo, para ello se planteó el tema investigativo el cual consistió en ¿Cuáles son las características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015?, dentro de los subproblemas encontrados está las características del capital humano de las pequeñas y medianas empresas en el sector comercial, los tipos de productos o servicios que ofertan, además no se conoce cuáles son las regiones que cubren las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo, motivo por el cual se planteó varias hipótesis las cuales se las clasifico en general y particulares, con el fin de responder a la sistematización del problema. La técnica utilizada fue la encuesta, la cual fue aplicada a los dueños de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial del cantón El Triunfo, culminando con este proyecto con los beneficios, conclusiones y recomendaciones.

ABSTRACT

This research study consists of four chapters, where the scientific process is described as to propose a solution to the problems of small and medium enterprises in the commercial sector of El Triunfo, to do the research topic was raised which consisted What are the characteristics of small and medium enterprises in the commercial sector located in zone 5 in Canton El Triunfo in the period June 2014 to June 2015 in the sub ?, found is the human capital characteristics of small and medium enterprises in the commercial sector, types of products or services offered, also not known which regions covering small and medium enterprises in the commercial sector located in zone 5 in Canton El Triunfo, why was raised are several hypothesis which was classified in general and individuals, in order to respond to the systematization of the problem. The technique used was a survey, which was applied to the owners of small and medium enterprises in the commercial sector of Canton El Triunfo, culminating in this project with the benefits, conclusions and recommendations.

INTRODUCCIÓN

La balanza comercial en el Ecuador estaba en contra, por ende, hubo más importaciones que exportaciones, siendo ésta una decisión importante sobre el cambio del nuevo factor de matriz productiva, porque nuestro país necesita más divisas de ingresos para llegar a lo que se conoce hoy como el buen plan vivir.

Las empresas, especialmente las pequeñas han sufrido varios reveses como resultado de la política económica, esto ha hecho que su posición competitiva tiende a disminuir, por lo que cerca de las empresas que no podían permanecer en el mercado.

Por ello se ha distribuido la información en cinco capítulos los cuales se explica a continuación.

El primer capítulo consiste específicamente en el enfoque de los problemas en la definición y evaluación de la misma que nos permite darnos cuenta de la importancia del tema tratado.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico que explica y pone de manifiesto la información fundamentada. En su fundamentación científica consta la respectiva reseña histórica que nos da amplios conocimientos sobre la problemática planteada.

El tercer capítulo, aquí nos referimos al tipo de investigación que es campo de la literatura y también nos permite definir claramente el problema existente y nos lleva a interrogantes preguntas con respuestas trascendentales para la realización de investigaciones y análisis a fondo.

En el cuarto capítulo se representó la información en cuadro y gráficos, en los cuales se expresan las respuestas de los encuestados en porcentajes, donde se efectuó entonces el análisis de cada pregunta, información que ayudo a la formulación del tema investigativo.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de nuestra sociedad.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización.

La balanza comercial del Ecuador estaba en contra, es decir, hubo más importaciones que exportaciones, por lo tanto se hizo oportuno la toma de decisiones sobre el cambio de la nueva matriz, porque nuestro país necesita más divisas de ingresos para llegar a lo que se conoce hoy como "el buen plan vivir`.

Las pequeñas y medianas empresas han tenido reveses como resultado de la política económica, esto ha hecho que su posición competitiva tiende a disminuir, por lo que cerca de las empresas que no podían permanecer en el mercado.

En ese escenario, en el último censo económico realizado por el INEC en el 2010, de los 545.000 establecimientos contabilizados, el 95% en el Ecuador son micros, pequeñas y medianas empresas. Lo que hace pensar que la mayoría de las empresas en el país comprende el sector MIPYMES y solo el restante 5% sería considerado entre medianas y grandes. Es evidente que este sector es el más numeroso, por tal motivo, para efecto del presente trabajo de investigación empezaremos por definir a este gran sector de la economía.

En el reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo de inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecido en el código orgánico de producción comercio e inversiones¹, el término pequeñas y medianas empresas se refiere a las micro, pequeñas y medianas empresas, tal como se lo señala en el siguiente cuadro.

CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES

TAMAÑO DE EMPRESA	CRITERIO A NÚMERO DE TRABAJADORES		CRITERIO B VENTAS O INGRESOS BRUTOS ANUALES (USD)	
	MÍNIMO	MÁXIMO	MÍNIMO	MÁXIMO
MICRO	1	9	0	
PEQUEÑA	10	49	100.001,00	1'000.000,00
MEDIANA	50	199	1'000.001,00	5'000.000,00

Fuente: Reglamento a la Estructura de Desarrollo Productivo.
Decreto ejecutivo 757. Art. 106

El problema detectado de las pequeñas y medianas empresas del cantón El Triunfo se circunscribe a las limitaciones que enfrenta el pequeño empresario, dueño de taller o micro negocio familiar debido a que las exigencia de la economía moderna demanda del uso de las tecnologías de la información y comunicación para que estos negocios puedan ser cada día más competitivo.

Las personas cuyos negocios se integran bajo el nombre genérico de pequeñas y medianas empresas, se ven abocados a prescindir de la tecnología lo cual hace que su negocio deje de ser competitivo o a contratar servicios adicionales para tramites que perfectamente podrían hacerlos ellos mismos, acciones que elevan sus costos de la producción.

El cantón El Triunfo, es un sector próspero que ha tenido un incremento comercial y productivo de bienes y servicios en los últimos años, constituyendo un gran aporte para el movimiento de la economía del país.

¹ Decreto Ejecutivo No. 757 reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo de inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecido en el código orgánico de producción comercio e inversiones, 2010. <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/10/decreto-757.pdf>

Gran parte de ese motor económico está activado por las pequeñas y medianas empresas, que de acuerdo a los datos de la INEC², surgen como pequeños negocios o emprendimientos familiares que en el transcurso del tiempo y con un sostenido esfuerzo se han transformando en grandes tiendas, bazares, restaurantes talleres de diferentes manufacturas pero se observa como denominador común que no han logrado aprovechar los beneficios de la tecnología pese, incluso a contar algunos negocios, con equipos sofisticados perdiendo así valiosas oportunidades de mejorar sus ventas.

El cantón El Triunfo es un sector ampliamente promisorio para la puesta en marcha de cualquier negocio así como la expansión de aquellos se encuentran ya asentados. Las pequeñas y medianas empresas comerciales son las empresas que mantienen un buen movimiento debido a la demanda de los productos que ofrecen, sin embargo, gran parte de ellos no son muy conocidos en este sector competitivo, a causa de la ausencia de estrategias comunicación usados en la difusión de los productos / servicios que se ofrecen, una acción que afecta su permanencia en el mercado de este cantón.

Otro de los factores que afecta al crecimiento de estas pequeñas y medianas empresas son las deficiencias en las actividades administrativas u operativas, debido a la falta de procesos de control interno, razón por la cual presentan una baja operatividad de estas organizaciones.

La contratación de talento humano poco calificado retrasa los procedimientos internos y externos, debido a la falta de capacitación, gestión que debe ser emprendida de manera constante para evitar el incumpliendo de las tareas y responsabilidades asignadas al personal. Con todo esto las pequeñas y medianas empresas no podrán mantenerse en este mercado competitivo.

²INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010. Extraído el 22 de Agosto del 2015.
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

1.1.2 Delimitación del Problema

El lugar en el que se desarrollará nuestra investigación está delimitado de la siguiente manera:

País: Ecuador

Zona 5: Litoral

Provincias: Guayas

Cantón: El Triunfo

Sector: Comercial

Periodo: Junio del 2014 a Junio del 2015

1.1.3 Formulación del Problema

¿Cuáles son las características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015?

1.1.4 Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son las características del capital humano de las pequeñas y medianas empresas en el sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo de Junio del 2014 a Junio del 2015?
- ¿Cuáles son los tipos de productos o servicios que ofertan las pequeñas y medianas empresas en el sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015?
- ¿Cuáles son las regiones que cubren las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015?

1.1.5 Determinación del tema

Características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la Zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar las características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son las características del capital humano de las pequeñas y medianas empresas en el sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo desde el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015.
- Conceptualizar cuáles son los tipos de productos o servicios que ofertan las pequeñas y medianas empresas en el sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015.
- Establecer cuáles son las regiones que cubren las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación del problema

El presente estudio esta direccionado a las pequeñas y medianas empresas del cantón El Triunfo, organizaciones que mueven un gran porcentaje de la economía

del mundo, gran parte del dinero que se encuentra en manos de las clases media y pobre, se canaliza mediante la satisfacción de las necesidades básicas de la población. No es menos cierto que las entidades manejadas con criterios de empresas dinamizan la actividad artesanal, comercial y de servicios que la población demanda.

Al encontrar las características de las pequeñas y medianas empresas, estas organizaciones que generan un alto movimiento económico podrán manejar de mejor manera el control administrativo y operativo, con esto se busca que posean sistemas informáticos acorde a las necesidades de ellas que optimicen las gestiones internas y externas, a mejorar la eficiencia del talento humano, en el desarrollo de su trabajo, para agilizar los procedimientos propios de la empresa.

El beneficiario directo de este trabajo serán los propietarios de las pequeñas y medianas empresas del cantón El Triunfo, puesto que con los resultados de la investigación, se podrá proponer alternativas que le permitirán mejorar su participación en el mercado comercial.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El origen de las pequeñas y medianas empresas como todo hecho histórico, tuvo un proceso evolutivo, donde se distinguen tres etapas importantes a partir de las civilizaciones antiguas, tales como el concepto de capital restringido a mercaderías u objeto, siendo entonces su patrimonio para ser intercambiadas por medio del trueque.

La aparición del dinero cambió la forma de comercializar, puesto que se utilizaban los metales para realizar el intercambio y por último los valores fiduciarios, naciendo las instituciones financieras consignadas al manejo del dinero.

La pequeñas y medianas empresas a nivel mundial se revalorizan como unidades productivas de pequeña escala, se muestran a partir de los años 70 debido principalmente a cambios estructurales como el crecimiento de los servicios, puesto que se consideraban empresas aquellas que producen bienes tangibles, esto cambia precisamente desde que las facturaciones por servicios de consultorías empresariales, tratamientos clínicos, respaldo o soporte técnico y la valorización del

conocimiento como factor de producción de capital; empiezan a generar riqueza y valor agregado a los intangibles, estos servicios comienzan a valorizar como un activo, tanto como las infraestructuras o maquinarias en las principales economías, las empresas se ven en la necesidad de reducir su tamaño para contar con mayor eficiencia, es decir se hacen pequeños los productos y se hacen pequeñas las empresas. (Centty, Deymor B., 2010)

La economía mundial se mueve cada vez más rápido, la integración de los mercados y el incremento de las demandas de los consumidores, provocan cambios sustanciales en la geografía económica de los países. La globalización estigmatiza a las fronteras, anulándolas por completo del vocabulario de los pueblos, que demandan maximizar los ingresos que generan bienestar y minimizar el costo que implica procurar los mismos” (Hidalgo, Roberto, 2009).

Para definir qué tipo de negocios son considerados como pequeñas y medianas empresas, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) definió en el 2009, de acuerdo a la resolución 1260, dentro de los parámetros establecidos se considera una microempresa cuando tiene de uno a nueve empleados; pequeña empresa de diez a cuarenta y nueve; la mediana entre cincuenta y ciento noventa y nueve, las más grandes, más de 200 empleados.

En el Ecuador, las pequeñas y medianas empresas se distinguen según el número de empleados, volumen de ventas, duración de la estancia en el mercado, los niveles de producción, y los activos, los pasivos que representan su capital. Por sus características de crecimiento son considerados el principal motor de la economía. Para que las pequeñas y medianas empresas sean consideradas como tal debe tener menos de 250 empleados contratados de planta, y externos que se puedan llegar a subcontratar.

El término se aplica además a las empresas que generan hasta determinada cantidad de dinero o ganancias anuales, por lo cual todas aquellas que no sobrepasen el límite o parámetro establecido (que varía de país en país) dejarían de

ser consideradas como tales. Una empresa grande se caracteriza principalmente por contar con un nivel de recursos y posibilidades mucho más reducidas que los de las grandes empresas.

En nuestro país, la economía se ha caracterizado como un proveedor de materias primas, así como importador de bienes y servicios, que tienen un valor añadido en el mercado internacional, una situación que se hacen hoy en día diferentes cambios en las reformas de la producción de la matriz.

El cambio de la matriz energética y/o productiva es un esfuerzo de largo plazo. Factores que se requieren para modificarla será la construcción de la infraestructura necesaria para posibilitar el cambio, a través de; proyectos estratégicos cuyo estudio, diseño y construcción requieren de plazos de varios años.

En nuestro país las pequeñas y medianas empresas, tienen en particular que la producción de bienes y servicios, y es la base para el desarrollo social que produce la vez exigente y la compra de productos o la adición de valor, lo que constituye una pieza clave en la generación de riqueza y empleo.

En el cantón El Triunfo tiene un mercado muy prometedor en la realización de cualquier negocio, prueba de ello es la presencia de cualquier número de empresas que han surgido en los últimos años, con estas pequeñas y medianas empresas, que se dedican a ofrecer diferentes productos o servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de las personas, que con el tiempo se exigen en la compra de bienes o al solicitar la prestación de un servicio.

La competencia está afectando al sector de la pequeña y mediana empresa, la alteración de sus oportunidades de crecimiento y desarrollo, hasta el punto de que su rentabilidad se ve afectada por la presencia de competidores más grandes. Debido a sus características tiene mayor poder de negociación con los proveedores que les permite aplicar una estrategia de precios que no puede ser apoyado por

otros competidores más pequeños, de ahí la necesidad de conocer el peligro de la entrada de nuevos competidores para hacer frente a las amenazas de una manera estratégica.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Revisando los archivos correspondientes de los proyectos que se han realizado en la carrera de Ingeniería Comercial, encontramos en la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, proyectos que hablan sobre las pequeñas y medianas empresas, pero que no tienen ninguna relación con el tema de nuestra tesis, por lo que se inició esta investigación.

Los proyectos son los siguientes:

TÍTULO: ESTUDIO Y DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS ENFOCADAS EN LAS ÁREAS DE COMERCIALIZACIÓN Y TALENTO HUMANO PARA LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO

AUTOR: EIBI SULAY ZAPATA SAONA Y NESTOR ANTONIO RODRÍGUEZ ZAVALA

TUTOR: ING. EDWIN VALDERRAMA BARRAGÁN, MTF.

CIUDAD Y FECHA: MILAGRO, ABRIL DEL 2014

TÍTULO: ANÁLISIS DEL MERCADO DE VALORES ECUATORIANO COMO FUENTE DE INVERSIÓN PARA LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO

AUTOR: PÉREZ MANZO ORLANDO AGUSTÍN Y RIVERA HERNÁNDEZ ANDREA JULISSA

TUTOR: ING. LUIS SOLÍS GRANDA, MSC.

CIUDAD Y FECHA: MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013.

TÍTULO: INCIDENCIA DE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE MARKETING PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD AL DESARROLLO DE LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO.

AUTOR: FRANCO VERA, WALTER MARIO Y AGUIRRE JUNCO, KATHERINE MARIELA

TUTOR: ECON. WALTER FRANCO VERA MSC.

CIUDAD Y FECHA: MILAGRO, 2013

TÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA EMPRESARIAL Y DE FORMACIÓN DE PEQUEÑAS MEDIANAS EMPRESAS (PYMES), QUE CONTRIBUYA AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL CANTÓN MILAGRO.

AUTOR: ALMEIDA PEÑAFIEL CÉSAR GENARO ZERNA CLAVIJO CARMEN ANNABELL

TUTOR: ECON. CARLOS OCHOA GONZÁLEZ. MAE

CIUDAD Y FECHA: MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013

TÍTULO: “LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS QUE PERMITAN LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE ASESORÍA MICROEMPRESARIAL EN EL CANTÓN MILAGRO”

AUTOR: MARINA FERNANDA GUERRERO LLERENA y ESTEFANIA ALEXANDRA BANCHON BARCO

TUTOR: LCDO. MANUEL SUASNABAS

CIUDAD Y FECHA: MILAGRO, SEPTIEMBRE 2013

TÍTULO: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING EN LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DE LA CIUDAD DE MILAGRO Y SU EFECTO EN LAS VENTAS.

AUTOR: CABANILLA CASTILLO JOSSELINE Y CASTRO VALLE ROBERTO

TUTOR: MSC. CARLOS YANCE

CIUDAD Y FECHA: MILAGRO, NOVIEMBRE 2013

Nuestra investigación se encamina en buscar las características de las pequeñas y medianas empresas.

2.2 MARCO LEGAL

Luego de la revisión de documentos de naturaleza legal que le den testimonio referencial y soporte a la investigación, el presente proyecto se fundamenta en las siguientes bases legales:

PLAN DEL BUEN VIVIR

Objetivo 10.- Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos – financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

10.5. Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, pequeñas y medianas empresas –pymes– en la estructura productiva

a. Establecer mecanismos para la incorporación de las pequeñas y medianas empresas en unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con

las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

b. Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

c. Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local.

d. Ampliar la capacidad innovadora, fomentar el desarrollo científico y tecnológico, y la capacitación especializada, para mejorar la diversificación y los niveles de inclusión y competitividad.

e. Impulsar el acceso a servicios financieros, transaccionales y garantía crediticia, en el marco de un modelo de gestión que integre a todo el sistema financiero nacional.

f. Fortalecer e impulsar el crecimiento adecuado del sector financiero popular y solidario, articulado a las iniciativas de desarrollo territorial productivo y de servicios.

g. Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de las pequeñas y medianas empresas en unidades productivas.

h. Implementar un sistema integrado de información para el sector productivo y de servicios, con énfasis en las pequeñas y medianas empresas en unidades de producción.

i. Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios, de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013)

Código de la producción

LIBRO I DEL DESARROLLO PRODUCTIVO, MECANISMOS Y ÓRGANOS DE COMPETENCIA TÍTULO I

Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad

Capítulo I

Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

A. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;

B. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia;

C. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;

D. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel;

E. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de las pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo;

F. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;

G. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;

H. Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal;

I. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia; y,

J. La territorialización de las políticas públicas productivas, de manera que se vayan eliminando los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo período menor a un año, el cálculo será proporcional al tiempo de trabajo.

La fórmula de cálculo aquí descrita, en ningún caso significa el pago mensualizado de la decimotercera, decimocuarta remuneración y de la participación del trabajador en las utilidades de conformidad con la Ley, cuyos montos seguirán percibiendo de modo íntegro los trabajadores y en las fechas previstas por la Ley. (REGISTRO OFICIAL, 2010)

Ley de medio ambiente, los artículos relacionados con la producción

CAPITULO V

INSTRUMENTOS DE APLICACION DE NORMAS AMBIENTALES

Art. 33.- Establece como instrumentos de aplicación de las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros que serán regulados en el respectivo reglamento.

Art. 34.- También servirán como instrumentos de aplicación de normas ambientales, las contribuciones y multas destinadas a la protección ambiental y uso sustentable de los recursos naturales, así como los seguros de riesgo y sistemas de depósito, los mismos que podrán ser utilizados para incentivar acciones favorables a la protección ambiental.

Art. 35.- El Estado establecerá incentivos económicos para las actividades productivas que se enmarquen en la protección del medio ambiente y el manejo

sustentable de los recursos naturales. Las respectivas leyes determinarán las modalidades de cada incentivo (REGISTRO OFICIAL, SUPLEMENTO 418, 2009)

LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD

CAPÍTULO V

De la reglamentación y de la certificación de la conformidad

Art. 31.- Previamente a la comercialización de productos nacionales e importados sujetos a reglamentación técnica, deberá demostrarse su cumplimiento a través del certificado de conformidad expedido por un organismo de certificación acreditado en el país, o por aquellos que se hayan emitido en relación a los acuerdos vigentes de reconocimiento mutuo con el país.

En las compras y adquisiciones de bienes y servicios de los organismos del sector público, incluyendo las entidades autónomas, deberá demostrarse el cumplimiento de la calidad de dichos bienes y servicios con los reglamentos técnicos pertinentes mediante un certificado de conformidad expedido por un organismo de certificación acreditado o designado en el país.

Los jefes de compras y adquisiciones, los fiscalizadores y los directores de las áreas financieras de las entidades públicas serán responsables directos en caso de incumplimiento de lo establecido en el inciso inmediato anterior.

Los productos que cuenten con sello de calidad del INEN, no están sujetos al requisito de certificado de conformidad para su comercialización.

La forma y periodicidad con la que deberá demostrarse la conformidad, será la misma para productos nacionales e importados, a través del reglamento.

Art. 41.- Los productos empacados o envasados por fabricantes, importadores o comerciantes, deberán expresar en su empaque, envase, envoltura o etiqueta, a continuación de la frase contenido neto, la indicación de la cantidad de materia o mercancía que contengan. Tal cantidad deberá expresarse de conformidad con el

Sistema Internacional de Unidades (SI), con caracteres legibles y en lugares en que se aprecie fácilmente.

Cuando la transacción se efectúe en base a cantidad de partes, accesorios o unidades de efectos, la indicación deberá referirse al número contenido en el empaque o envase y a sus dimensiones.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Calidad: Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Cliente: Personas que demanda un servicio con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

Cobertura de mercado: Consiste en utilizar técnicas y herramientas para poder llegar a todos los consumidores, la cobertura es el número de consumidores a los que se pretende hacer llegar el producto.

Competitividad: Capacidad de brindar una igual o mayor satisfacción al cliente que las demás empresas de la misma actividad comercial, por lo general el nivel de competitividad lo define la calidad, variedad y precio del producto, aunque cada vez aparecen más factores que resultan importantes para mantener la competitividad, debido a las exigencias del mercado y al alto nivel de competencia.

Creatividad: Es la capacidad de desarrollar un pensamiento original de ideas novedosas y relevantes, el ser creativo permite encontrar soluciones a diferentes problemas que se pueden presentar dentro de la organización.

Estrategia: Es el conjunto de técnicas elaboradas con el propósito de alcanzar un objetivo. Una estrategia se aplica a distintas situaciones, es por eso que existen varios tipos de estrategias, como por ejemplo la estrategia militar, estrategia empresarial, estrategia de marketing que pretende comercializar productos y servicios que logren satisfacer las necesidades de los clientes, a fin de mantener relaciones fructíferas con los clientes, generando así fidelidad hacia una

organización marca, es así como existen diferentes tipos de estrategias dependiendo del contexto en el cual se desarrollan.

Expectativa: Es lo que se cree que lo más probable que suceda. Una expectativa, es un supuesto, es predecir lo que sucederá en el futuro, puede o no ser realista.

Falencia: Son errores, carencias o fallas de algo, pero se dan de manera involuntaria, muchas empresas tardan mucho o simplemente no quieren darse cuenta de que carecen de algo que sería importante y necesario para su productividad.

Implementación: Aplicación o ejecución de alguna actividad, es aplicar estrategias o medidas requeridas para realizar algo.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

El desconocimiento de las características de las pequeñas y medianas empresas no permiten el desarrollo empresarial del sector comercial localizado en la zona 5 en el cantón El Triunfo, ya que desconocen de cómo manejar los problemas de control, y les falta actualización en sus sistemas informativos, como también manejar adecuadamente el talento humano, para que de esta manera lograr el desarrollo en sus empresas.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- La ejecución y auditoria en las pequeñas y medianas empresas permite el control administrativo de estas organizaciones.
- La aplicación de los sistemas operativos permiten el correcto manejo de las bases de datos de las pequeñas y medianas empresas de la zona 5 en el cantón El Triunfo.
- El mantener ventas potenciales exige contar con personal calificado.

2.4.3 Declaración de Variables

Variable Independiente	Variable dependiente
Ejecución y Auditoria	Control Administrativo
Sistemas Optimizados	Manejo de Bases de Datos
Ventas Potenciales	Personal Calificado

2.4.4 Operacionalización de las Variables

Variables	Definición	Indicadores	Medio Verificación
Ejecución y Auditoría	En esta fase se realizan diferentes tipos de pruebas y análisis a los estados financieros para determinar su razonabilidad.	Control interno y externo	Encuesta y entrevista
Sistema Operativo Optimizados	Planificar una actividad para tener mejores resultados	Información rápida para la ejecución de múltiples procesos	Encuesta y entrevista
Ventas Potenciales	Renta potencial es el mercado de una estimación de lo que se va a consumir de un producto en un mes.	Alcanzando metas y objetivos para el desarrollo productivo	Encuesta y entrevista
Control Administrativo	Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional.	Nivel de producción ordenada	Encuesta y entrevista
Manejo de Base de Datos	Un conjunto de información almacenador en memoria auxiliar que permite acceso directo.	Control de información por medio de plataforma información	Encuesta y entrevista
Personal Calificado	Es el que posee la autoridad el respeto y el privilegio	Optimización de personas con bases de su puesto a desempeñar	Encuesta y entrevista

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El estudio presente tiene como modalidad el diseño de investigación no experimental, porque emplearemos el diseño longitudinal, el mismo que se lo aplicará una sola vez en del tiempo, y la herramienta que utilizaremos es la encuesta la cual nos proporcionará información veraz sobre la problemática planteada en las características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la zona 5 en el cantón El Triunfo en el periodo Junio del 2014 a Junio del 2015

Según su finalidad:

Investigación aplicada: Se buscará el material teórico y práctico basado en el conocimiento de expertos en la materia de procesos administrativo y material bibliográfico de temas relacionado. (HERNANDEZ, SAMPIERE, 2010)

Con esta investigación buscaremos temas relacionados con el nuestro entre libros, revistas e informes

Según su objeto gnoseológico:

Investigación explicativa: Mediante este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqués del objeto que se

investiga. Buscar la solución de la mayoría de los problemas que aquejan al comercial, para superar estos inconvenientes. (HERNANDEZ, SAMPIERE, 2010)

Con esta investigación buscaremos solucionar los problemas que está afectando a las pequeñas y mediana empresas del sector comercial del cantón El triunfo buscaremos soluciones claras y precisas

Investigación correlacional: Tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, en un contexto en particular. En ocasiones únicamente se realiza la relación entre dos variables, pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables. Determinar la relación existente entre el grado de ineficiencia de objetivos y la planificación de los procesos. (HERNANDEZ, SAMPIERE, 2010)

Con esta investigación tenemos la intención de determinar el grado de relación entre desconocimiento de las características de las pequeñas y medianas empresas y el desarrollo empresarial así las con las dos variables existentes identificamos las causas del estudio.

Investigación bibliográfica: A través de esta investigación se obtendrá, información de libros, revistas, catálogos, google académico y demás medios que posean datos sobre el estudio planteado. (HERNANDEZ, SAMPIERE, 2010)

Se enfocara en ampliar la búsqueda de los procesos en el control de inventario de mercaderías en la exploración de todos los medios y obtener información relevante y poder conocer a fondo del tema.

Según su contexto:

Investigación de campo: Este tipo de investigación nos sirve de apoyo en informaciones que provienen de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. En esta se obtiene la información directamente en la realidad en que se encuentra, por lo tanto, implica observación directa por parte del investigador. (HERNANDEZ, SAMPIERE, 2010)

Con esta investigación lograremos conocer datos certeros del funcionamiento de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial del cantón El triunfo,

conoceremos el lugar donde está ocurriendo el problema y así realizar la encuesta que obtendremos la información relevante al tema.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Delimitación de la población

La población correspondiente al proyecto está comprendida por el total de pequeñas y medianas empresas comerciales y del cantón El Triunfo con el fin de conocer su criterio y expectativas del servicio que reciben por parte de estos negocios.

La población objeto de estudio corresponde a 28 pequeñas y medianas empresas comerciales, situadas en el cantón El Triunfo de acuerdo al INEC censo del 2010.

3.1.1 Tipo de muestra

El tipo de muestra es probabilística. Dando que se escogió a los dueños de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial del cantón El Triunfo que serán encuestados.

3.1.2 Tamaño de la Muestra

La población está compuesta por las 28 pequeñas y medianas empresas comerciales, situadas en el cantón El Triunfo.

3.2.4 Proceso de selección

Este proceso radica en definir o establecer el lugar exacto donde se llevara a cabo la encuesta, que como se ha mencionado con anterioridad, será en el sector comercial localizada en el cantón El Triunfo.

3.3 LOS METODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

La aplicación de estos métodos ayudarán a las tareas de investigación para recolectar la mayor cantidad de información y la forma de estudiar los fenómenos encontrados durante el proceso investigativo.

Método deductivo: El método deductivo es el que aspira demostrar en forma interpretativa, mediante la lógica pura, la conclusión en su totalidad a partir de indicios, de manera que se garantiza la veracidad de las conclusiones, si no se invalida la lógica aplicada. El método inductivo necesita una condición adicional, su aplicación se considera válida mientras no se encuentre ningún caso que no cumpla el modelo propuesto. (TORRES, Bernal, 2006)

Método inductivo: Es el que determina las causas de un problema a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; Este se empleará para conocer las opiniones del grupo objetivo, sobre el tema planteado, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables, nos permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en nuestro proyecto. (TORRES, Bernal, 2006)

Este se empleará para conocer las opiniones de los propietarios de las pequeñas y medianas empresas, se empezará con informaciones específicas para luego emitir opiniones razonables.

Método analítico-sintético: Este procedimiento se complementa con el de síntesis, que permite la integración, a nivel mental, de las partes constitutivas del objeto. En esta nueva comprensión del objeto de forma total se alcanza una profundización en el conocimiento del todo, en tanto además de su asimilación fenoménica, puede explicarse su estructura interna y relaciones entre sus partes. (TORRES, Bernal, 2006)

El método analítico-sintético porta dos momentos básicos en toda investigación científica, ya que permite penetrar en aspectos que pueden constituir causas del fenómeno, y así, desentrañar los elementos que necesita modificar el investigador para cambiar el comportamiento del todo, en estrecha relación con sus partes constitutivas.

Método Estadístico: El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación, en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico dependen del diseño de investigación seleccionado para la comprobación de la consecuencia verificable en cuestión. Por medio de este método vamos a recopilar la información, la tabularemos y procederemos posteriormente a un análisis. (TORRES, Bernal, 2006)

3.3.2 Método empírico

Método de Observación

Consiste en la apreciación del centro de investigación y su diseño va de acuerdo al objetivo de la investigación.

La observación puede ser utilizada en distintos periodos de una investigación, por ejemplo, al inicio de la misma se utiliza el método de observación para identificar el diagnóstico.

Muestreo

Nos permiten obtener una muestra representativa de la población general. El elegir una muestra ayudó a reducir la cantidad de recursos, este proceso es muy valedero y usual, ya que permitió obtener resultados similares a los que se lograrían con un estudio de toda la población. (Bernal, Cesar, 2006)

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La encuesta.- Estará basada en un cuestionario de diez preguntas el objeto de la aplicación de estas encuestas es comprobar la hipótesis de la propuesta. La técnica que se aplicara en esta investigación será dada por las encuestas para el desarrollo.

Entrevista.- por medio de la entrevista realizada a expertos, obtendremos principalmente las necesidades de las pequeñas y medianas empresas que por objetivo se fundamenta las metas que ellos adquieran para así llevar unos ajustes a las insuficiencias de sus negocios

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Las operaciones estadísticas de la información que se va a utilizar es por medio de Excel donde se creará una base de datos, en la cual será procesada y estudiada y así se lograra el conteo y los resultados referentes a la encuesta el cual permitirá realizar de manera más fácil la representación de esquema por medio de pasteles, barras o líneas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El desarrollo del trabajo investigativo se enfocó al estudio de las Características de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial localizadas en la Zona 5 en el cantón El Triunfo. Organizaciones que mueven mercados donde se asienten, puesto que ofrecen una serie de productos, para satisfacer las necesidades exigencias y expectativas de los consumidores.

Por lo general estas empresas se iniciaron con un patrimonio familiar, y a medida que ha ido avanzando el mercado, es necesario implementar estrategias, nuevos procesos y sistemas informáticos. Sin embargo muchas de ellas están reacias a cambios, motivo por el cual mantienen déficit en el control administrativo, manejo de la base de datos de estas organizaciones, entre otros factores.

Conociendo estas falencias se realizó un estudio investigativo profundo donde se plantearon hipótesis referente a la problemática planteada, las mismas que serán verificadas en el proceso de encuesta que se realizó a las 28 pequeñas y medianas empresas del cantón El Triunfo. A continuación se presenta la información recaba en cuadro y gráficos estadísticos con su respectivo análisis.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

1) ¿Se ha preocupado la cámara de comercio en brindar algún tipo de capacitación para su empresa?

Cuadro 1. Opinión sobre capacitaciones brindadas.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Ocasionalmente	2	7%
Nunca	26	93%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

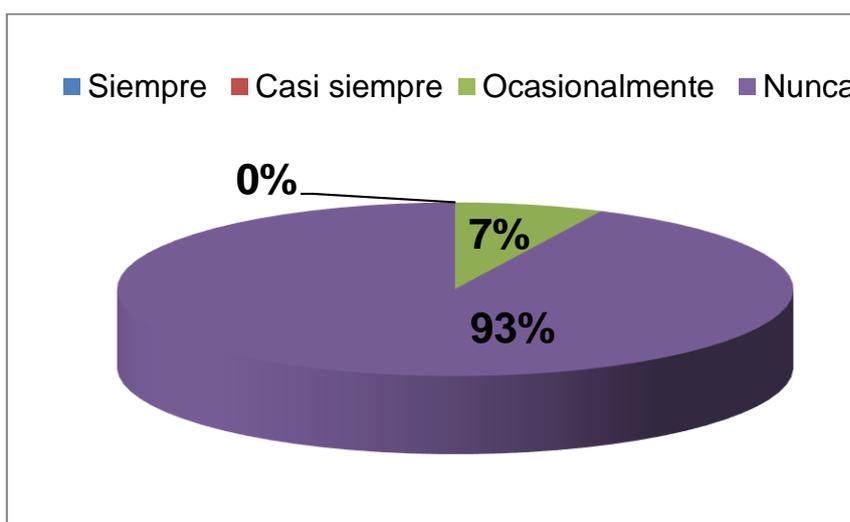


Figura 1. Opinión sobre capacitaciones brindadas.

Interpretación:

De acuerdo a la información que brindaron los encuestados el 93% manifestaron que la cámara de comercio no se ha preocupado en ofrecerles capacitaciones, lo cual demuestran que estas organizaciones tienen que realizar este tipo de acciones de acuerdo a su conocimiento, mas no cuentan con algún ente especializado que los oriente a efectuar capacitaciones de acuerdo a las necesidades de las pequeñas y medianas empresas.

2) ¿Cree usted que el talento humano debe poseer conocimientos en temas de comercio para que las pequeñas y medianas empresas del sector comercial puedan desarrollarse y crecer de forma más segura y certera?

Cuadro 2. Conocimiento del talento humano.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	4	14%
Casi siempre	6	21%
Ocasionalmente	16	57%
Nunca	2	7%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

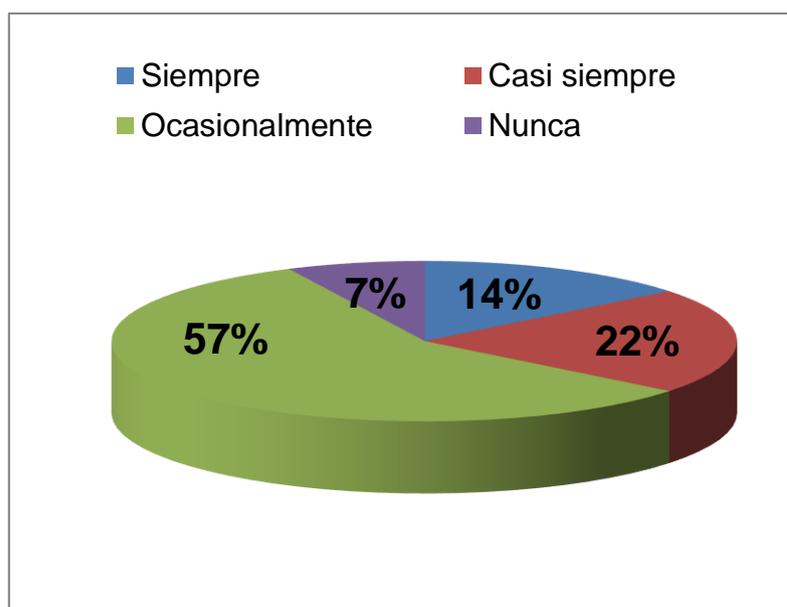


Figura 2. Conocimiento del talento humano.

Interpretación:

Los encuestados manifestaron con un 57% consideran que como poco importante que el talento humano posean conocimientos en temas de comercio, información que demuestran que no cuentan con las bases adecuadas para administrar una empresa de este tipo, motivo por el cual mantienen un débil control de sus gestiones internas y externas, datos que proporcionaron ellos mediante el proceso de encuesta.

3) ¿Usted es capacitado?

Cuadro 3. Capacitación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	7	25%
Casi siempre	4	14%
Ocasionalmente	12	43%
Nunca	5	18%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

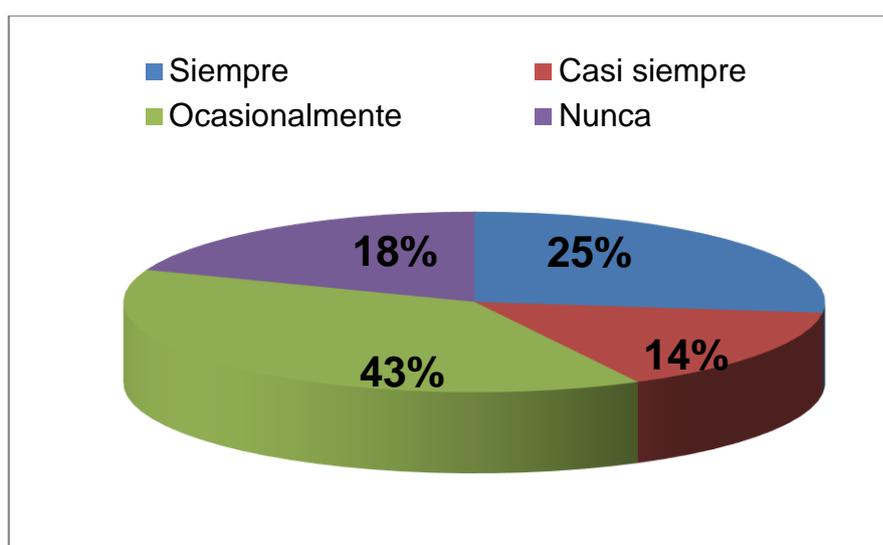


Figura 3. Capacitación

Interpretación:

El 43% de los encuestados manifestaron que no son capacitados, mientras que el 25% indicó que sí lo es. La información recabada demuestra que el personal que labora dentro de estas organizaciones no se actualiza, motivo por el cual mantienen un control empírico, que no les permite un desarrollo organizacional sostenido.

4) ¿Cuenta con personal calificado para la atención al servicio a los clientes de su empresa?

Cuadro 4. Personal calificado.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	15	54%
Casi siempre	8	29%
Ocasionalmente	5	18%
Nunca	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

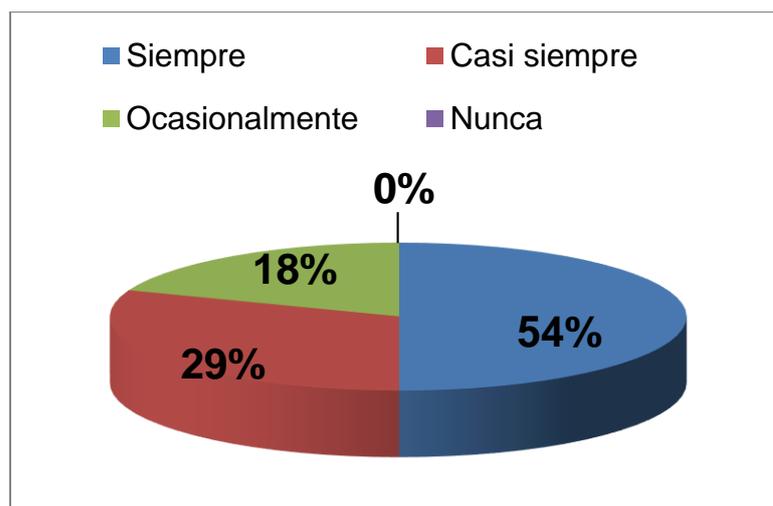


Figura 4. Personal calificado.

Interpretación:

El 54% de los encuestados manifestaron que si cuentan con personal calificado para la atención a los clientes, así lo afirman también el 29%. A pesar de que indican que cuentan con talento humano capacitado, estas empresas mantienen problemas administrativos y operativos, prueba de ello, es la información que brindaron en la pregunta 3, donde el 18% afirmó que ocasionalmente son capacitados. Lo cual discrepa con las respuestas de esta pregunta.

5.- ¿Ha gestionado un financiamiento en una entidad bancaria?

Cuadro 5. Financiamiento.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	11	39%
Casi siempre	6	21%
Ocasionalmente	3	11%
Nunca	8	28%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

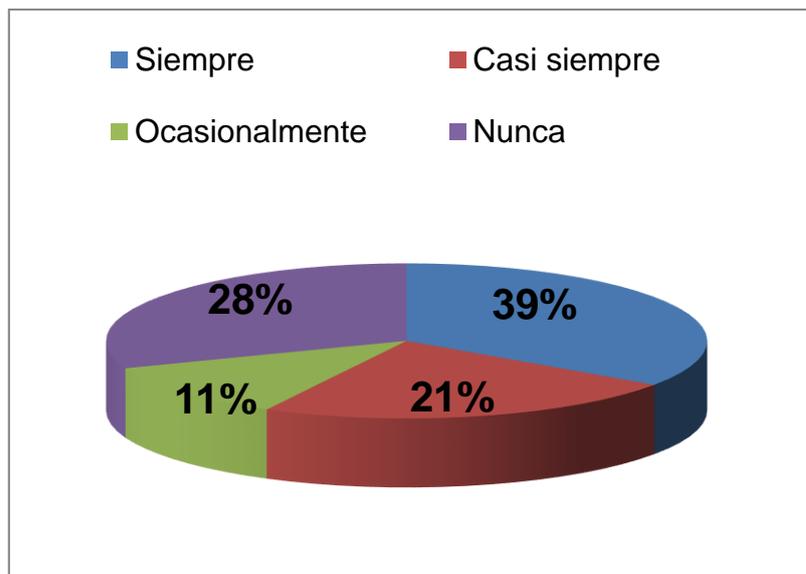


Figura 5. Financiamiento.

Interpretación:

Con respecto a la realización de una gestión de préstamo, los encuestados manifestaron con un 39% que si lo han hecho, mientras que un 28% nunca. Es importante que estas empresas realicen un crédito, siempre y cuando tengan definidas cuáles son sus necesidades y como las van abordar estratégicamente para poder responder a las obligaciones financieras.

6) ¿Los niveles de rentabilidad que se ha obtenido en el último año han sido beneficiario para su empresa?

Cuadro 6. Niveles de rentabilidad.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	4	14%
Casi siempre	2	7%
Ocasionalmente	13	46%
Nunca	9	32%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

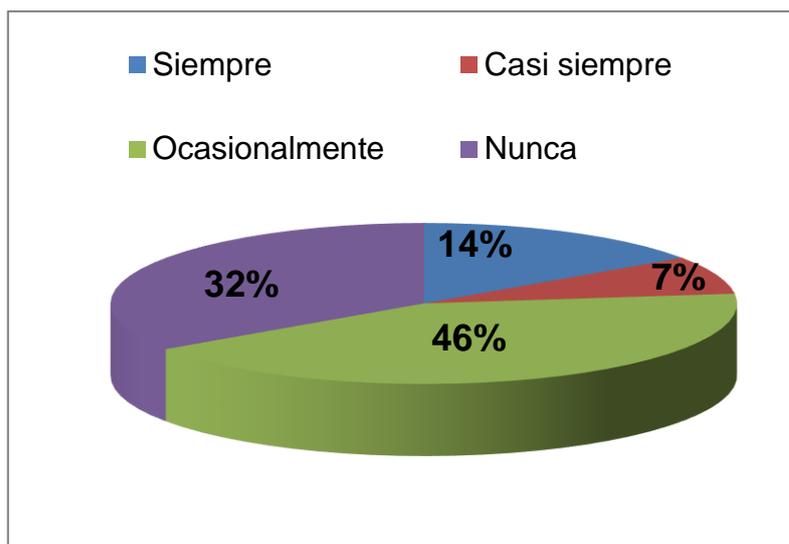


Figura 6. Niveles de rentabilidad

Interpretación:

De acuerdo a la pregunta el 46% está de acuerdo con el nivel de rentabilidad que han obtenido de su empresa, sin embargo el 32% manifestó que no, lo cual demuestra que no se están empleado los mecanismos correspondientes para poder controlar las gestiones internas y externas de estas pymes. Por ello es necesario que innoven sus procesos y sistemas de información, para de esta manera mantener una rentabilidad sostenida.

7) ¿Su empresa ha recibido capacitación sobre las nuevas tecnologías para el manejo de su pequeña y mediana empresa?

Cuadro 7. Capacitación de nuevas tecnologías.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	2	7%
Casi siempre	4	14%
Ocasionalmente	5	18%
Nunca	17	61%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

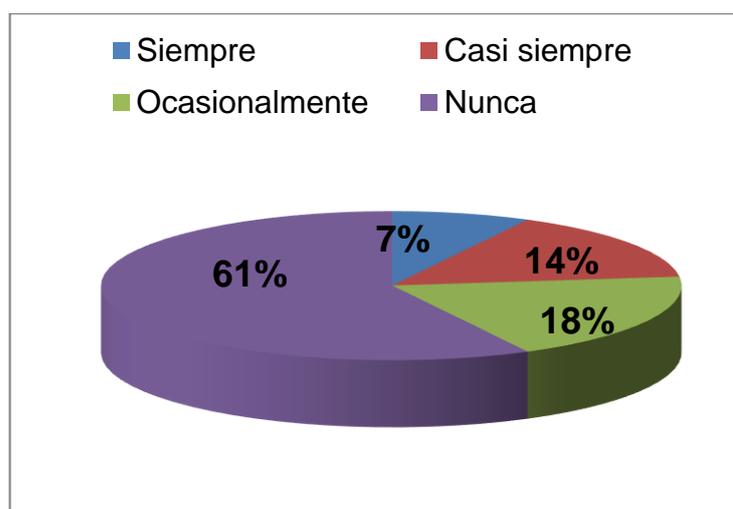


Figura 7. Capacitación de nuevas tecnologías.

Interpretación:

El 61% de los encuestados indicaron que no han recibido capacitación sobre las nuevas tecnologías para el manejo de su pequeña y mediana empresa, situación preocupante puesto que esto retrasa el desarrollo empresarial de estas pymes, mostrándose entonces un futuro poco promisorio dentro de este mercado competitivo del cantón El Triunfo.

8) ¿Ha recibido usted por parte del gobierno capacitación de uso y manejo adecuado de productos para su empresa?

Cuadro 8. Capacitación por medio del gobierno.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	28	100%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

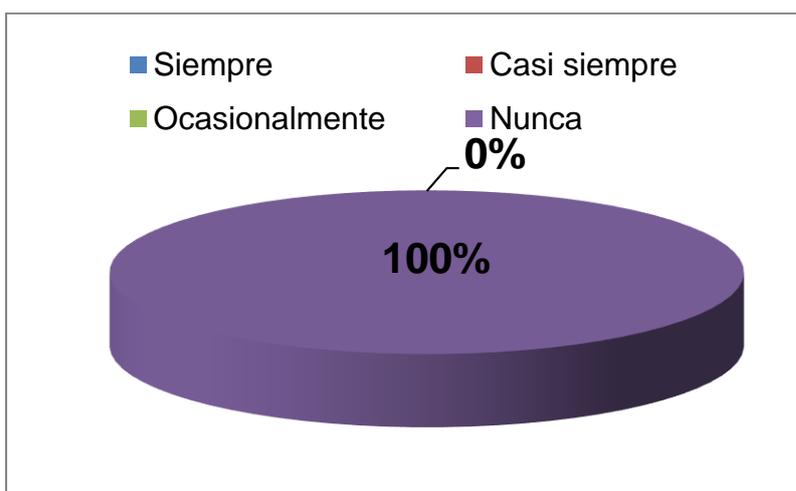


Figura 8. Capacitación por medio del gobierno.

Interpretación:

El 100% de los encuestados manifestaron que no reciben capacitación por parte del gobierno capacitación sobre el uso y manejo adecuado de productos para la empresa. Es decir estos empresarios se manejan con sus propios recursos, y conocimiento del mercado.

9) ¿Cree usted que las pequeñas y medianas empresas deben ser sujetas a controles de auditoria para manejarse adecuadamente en el mercado comercial:

Cuadro 9. Controles de auditoria.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	21	75%
Casi siempre	6	21%
Ocasionalmente	1	4%
Nunca	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
 Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

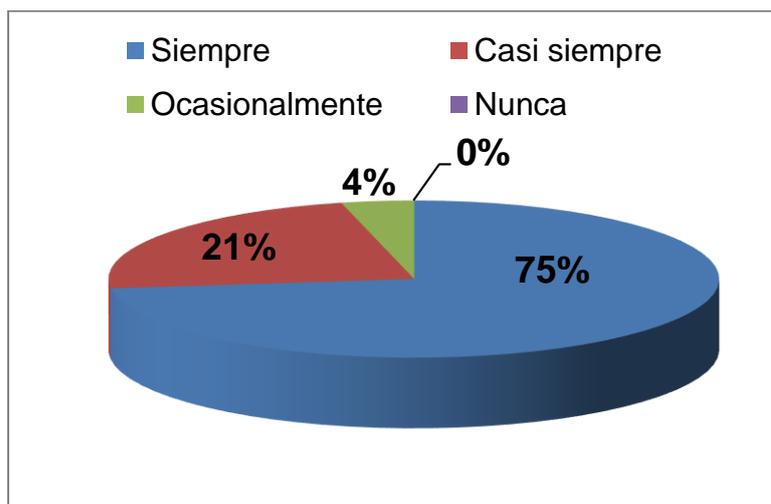


Figura 9. Controles de auditoria.

Interpretación:

El control de auditoria es importante para detectar falencias dentro de las gestiones de la empresa, por ello son consideradas importantes para el desarrollo de toda empresa. Puesto que de los resultados de ese trabajo se podrán establecer mejorar en beneficio de la empresa y el trabajador.

10) El gobierno se ha preocupado en capacitar a su personal para realizar auditoria que beneficiarían a su empresa

Cuadro 10. Capacitación del gobierno para realización de auditorias

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Siempre	0	0%
Casi siempre	0	0%
Ocasionalmente	6	21%
Nunca	22	79%
TOTAL	28	100%

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.
Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

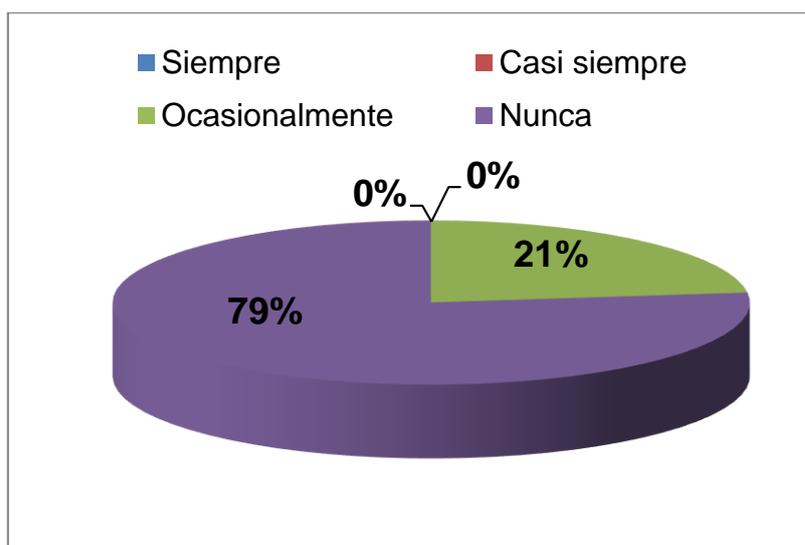


Figura 10. Capacitación del gobierno para realización de auditorias

Interpretación:

El 79% de los encuestados manifestaron que el gobierno no se ha preocupado por capacitar a su personal para realizar auditoria que beneficien a su empresa. La información recabada demuestra que la ayuda del gobierno no está llegando Al sector comercial de las pymes del cantón El Triunfo.

4.3 RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos del proceso de encuesta se pudo obtener información valiosa sobre las pymes, donde se manifestó que no reciben ninguna ayuda ni del gobierno y Cámara de Comercio, por lo tanto ellas realizan sus gestiones de acuerdo a sus necesidades y conocimientos. Acciones que no les está dando buenos resultados, puesto que su nivel de rentabilidad no satisface sus expectativas, esto se debe a que presentan falencias en su manejo administrativo lo cual no les permite mantener un desarrollo sostenido.

En lo concerniente al talento humano, por una parte indican que si cuentan con talento humano calificado, mientras que también manifiesta que no son capacitados, dos criterios que se contradicen, por lo que se deduce que una de las grandes falencias es el recurso humano, el cual no está respondiendo a las exigencias que representan el manejo total de estas pymes comerciales.

Se pudo conocer que muchas de estas empresas no han decidido solicitar un crédito en una entidad bancaria, quizás por el miedo al endeudamiento o por no contar con las garantías necesarias que exige el sistema financiero. Sin embargo es importante que se muestren accesibles con su patrimonio y liquidez para de esta manera poder acceder a un apalancamiento, el mismo que debe ser ejecutado en la mejora de áreas críticas y así poder elevar su nivel participativo en este mercado competitivo del cantón El Triunfo.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS

Cuadro 11. Verificación de la hipótesis general y las particulares.

VERIFICACIÓN DE LAS HIPÓTESIS	
HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
El desconocimiento de las características de las pequeñas y medianas empresas no permiten el desarrollo empresarial del sector comercial localizado en la zona 5 en el cantón el Triunfo, ya que desconocen de cómo manejar los problemas de control, y les falta actualización en sus sistemas informativos, como también manejar adecuadamente el talento humano, para que de esta manera lograr el desarrollo en sus empresas.	El personal no es preparado. Mientras que en otra parte, mostraron que cuentan con personal dispuesto. Sin embargo Afirmaron que no están de acuerdo a los niveles de rentabilidad que se ha apreciado de las gestiones comerciales a las cuales responden. Se autenticó que es importante el conocimiento administrativo pero más la experiencia, esto demuestra que no se están manipulando adecuadamente dentro de este medio profesional del sector comercial de las pequeñas y medianas empresas.
<ul style="list-style-type: none"> • La ejecución y auditoria en las pequeñas y medianas empresas permite el control administrativo de estas organizaciones. 	Los encuestados indicaron que es necesario que las pequeñas y medianas empresas sean sujetas a inspecciones de auditoría, de esta manera podrán encargarse adecuadamente, para evitar despreciables niveles de rentabilidad.
<ul style="list-style-type: none"> • La aplicación de los sistemas operativos permiten el correcto manejo de las bases de datos de las pequeñas y medianas empresas de la zona 5 en el cantón el Triunfo. 	Los encuestados ostentaron que no han recibido formación sobre las nuevas tecnologías para el manejo de su pequeña y mediana empresa, lo cual demuestra que no ampara un control de su base de datos.
<ul style="list-style-type: none"> • El mantener ventas potenciales exige contar con personal calificado. 	Se manifestó que cuentan con personal competente para la atención al servicio a los clientes de su negocio, se afirmó que no son capacitados pero que también se encarga de realizar las gestiones de comercio, por ello busca de empresas privadas para contratar talento humano calificado.

Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.

Elaborado por: Gutiérrez Byrone y Soria Angélica

CONCLUSIONES

Las pequeñas y medianas empresas del cantón El Triunfo, estas gestionan un sistema administrativo tradicional que les impide crear e implementar estrategias ofensivas y defensivas de alto nivel estratégico, esperando simplemente a reaccionar después de los contratiempos que se producen con la intervención de los grandes competidores.

Las pequeñas y medianas empresas, mantienen una oferta que no es muy diversificada, esto se debe a que las personas que dirigen o el Talento Humano no tienen un conocimiento amplio sobre cómo manejar el sector comercial.

La competencia en el mercado es alta, como resultado de la liberalización del comercio para la competencia nacional, lo que permite la entrada de nuevas empresas con relevancia y poder económico que pondría en peligro los negocios que no pueden ser medidos con la escala de negocios.

Finalmente comercializar el conocimiento, el comportamiento, los constantes cambios que se generan y cómo afecta a los clientes, productos y / o servicios es fundamental para todas las empresas; Sin embargo, las pequeñas y medianas empresas se manejan en un status quo que les impide moverse con el mercado.

RECOMENDACIONES

Es esencial que las pequeñas y medianas empresas del cantón El triunfo este generen cambios modernos de gestión, que deben basarse en un ambiente de trabajo ofensiva táctica que les permite sobresalir e implementar estrategias competitivas en el mercado.

Capacitar constantemente al talento humano tanto de la parte administrativa como operativa para de esta manera optimizar las gestiones internas y externas de la empresa, generando productividad y altos niveles de rentabilidad, que les permita mantenerse en este mercado competitivo.

También deben competir con las grandes empresas cuyo poder económico los pone en una ventaja, pero eso no significa que no pueden lograr una posición importante, por lo tanto, se recomienda trabajar con nuevos sistemas informáticos acorde a las necesidades y que optimicen las gestiones internas y externas y con eso mejorar el talento humano de las pequeñas y medianas empresas.

Es necesario para las pequeñas y medianas empresas, realizar convenios con proveedores para asegurar que los precios sean bajos y que no se vean afectados los costos de los productos y competir en cuanto a los precios en relación con los competidores establecidos.

ANEXOS

ANEXO 1 MODELO DE LA ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
CARRERA DE ING. COMERCIAL

Encuesta dirigida a los dueños de las pequeñas y medianas empresas del sector comercial de Naranjito

Marque con X y esfero el casillero que Ud. considere

<p>1) ¿Se ha preocupado la cámara de comercio en brindar algún tipo de capacitación para su empresa?</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>	<p>4) ¿Cuenta con personal calificado para la atención al servicio a los clientes de su empresa?</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>	<p>7) ¿Su empresa ha recibido capacitación sobre las nuevas tecnologías para el manejo de su pequeña y mediana empresa?</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>
<p>2) ¿Considera usted que el talento humano debe poseer conocimientos en temas de comercio para que las pequeñas y medianas empresas del sector comercial puedan desarrollarse y crecer de forma más segura y certera?</p> <p>_____ Muy de acuerdo _____ De acuerdo _____ En desacuerdo _____ Muy en desacuerdo</p>	<p>5) ¿Su nivel de préstamos hacia una entidad financiera es?</p> <p>_____ Alto _____ Medio _____ Bajo _____ Nulo _____ Todas las anteriores</p>	<p>8) ¿Ha recibido usted por parte del gobierno se den capacitación de uso y manejo adecuado de productos para su empresa?</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>
<p>3) ¿Considera usted que la falta de capacitación a su personal se vería afectado en las ventas de su empresa?</p> <p>_____ Muy de acuerdo _____ De acuerdo _____ En desacuerdo _____ Muy en desacuerdo</p>	<p>6) ¿Los niveles de rentabilidad que se ha obtenido en el último año han sido beneficiario para su empresa?</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>	<p>9) ¿Sujeta niveles de control de auditoria en su empresa para manejase a adecuadamente en el mercado comercial:</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>
		<p>10) El gobierno se ha preocupado en capacitar al su personal para realizar auditoria que beneficiarian a su empresa</p> <p>_____ Siempre _____ Casi siempre _____ Ocasionalmente _____ Nunca</p>

ANEXO 2

FOTOS DE LA ENCUESTA



Encuesta realizada al Sr. Víctor Regalado del comercial Rey Arroz.



Encuesta realizada al Sr. Guillermo Castro dueño de una distribuidora de alimentos balanceados.



Encuesta realizada al Sr. Juan Fuentes del comercial Expalsa.



Encuesta realizada al Sr. Carlos Parra del comercial Productos Agrícolas.



Encuesta realizada a la Sra. María Merchán de Mini Market Mechita.



Encuesta realizada al Sr. Luis Corral de la distribuidora de Gas.

BIBLIOGRAFIA

- Bernal, Cesar. (2006). *Metodología de la Investigación. Para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. México: Pearson Educación,.
- BLAZQUEZ SANTAN, F. (2011). *FACTORES DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL*. Bogota: July.
- Centty, Deymor B. (12 de Junio de 2010). *ANTECEDENTES DE LAS PYMES EN EL MUNDO*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/ANTECEDENTES%20DE%20LAS%20PYMES%20EN%20EL%20MUNDO.htm>
- DERECHO ECUADOR. (2013). *LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD*. Quito.
- Deymor B., C. (2010). *ANTECEDENTES DE LAS PYMES EN EL MUNDO*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/422/ANTECEDENTES%20DE%20LAS%20PYMES%20EN%20EL%20MUNDO.htm>
- Emprende Pyme. (2015). *La importancia de las PYME en la economía PYME en la economía*. Recuperado el 16 de Junio de 2015, de <http://www.emprendepyme.net/la-importancia-de-las-pyme-en-la-economia.html>
- HERNANDEZ ROBERTO. (15 de agosto de 2010). *INVESTIGACION DE MERCADOS*. Recuperado el 13 de 10 de 2015
- HERNANDEZ, SAMPIERE. (2009). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN*. Medellín: Limerin.
- HERNANDEZ, SAMPIERE. (2010). *METODOLOGIA DE INVESTIGACION*. Medellín: Limerin.
- Hidalgo, Roberto. (2009). *Evolución y situación actual de la Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador, INSOTEC*. Quito: Edibosco S.A.

Mauricio, León. (2013). *Pequeños negocio gran potencial*. Quito: Inec.

Mejía, M. (09 de Marzo de 2010). *HISTORIA DE LAS VENTAS*. Recuperado el 01 de Septiembre de 2015, de <http://mercadeocreativo.wordpress.com/?s=Historia+de+las+ventas>

Mejía, Miguel. (2010). *HISTORIA DE LAS VENTAS*. Recuperado el 8 de Septiembre de 2015, de <http://mercadeocreativo.wordpress.com/?s=Historia+de+las+ventas>

NARVAEZ, M. (2008). *ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA FORTALECER SECTORES DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL MERCADO GLOBAL. DE GERENCIA*, 13.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). *10.5. Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva*. Quito: San DF.

PRIETO, p. (2007). *SURGIMIENTO DE LAS PYMES*. Maracaibo: Revista Venezolana de Gerencia.

REGISTRO OFICIAL. (29 de Diciembre de 2010). *CODIGO DE LA PRODUCCION*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2014, de <http://ecuadorencolombia.hostingsiteforfree.com/files/codigoproduccion.pdf>

REGISTRO OFICIAL, SUPLEMENTO 418. (13 de Julio de 2009). *LEY DE GESTION AMBIENTAL*,. Recuperado el 15 de Diciembre de 2014, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

SUPERTEL. (2013). *LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. QUITO: ADALAMO.

TELEGRAFO.COM.EC. (2013). *Pequeños negocio gran potencial*. Recuperado el 05 de 07 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes.html>

TOBAR, LISSETE & HURTADO, Carlos. (2010). "*PROPUESTA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE*". Recuperado el 30 de Diciembre de 2013, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1109/1/T-UCE-0005-144.pdf>

TORRES, Bernal. (2006). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Pearson Educacion.

WEB MASTER. (28 de Noviembre de 2011). *PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2012, de *PASOS PARA CONSTITUIR LA EMPRESA*: http://www.conquito.org.ec/prueba/index.php?option=com_content&view=article&id=117%3Astep-by-step&catid=40&Itemid=196