



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

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

TITULO DEL PROYECTO

**ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES DEL
SECTOR COMERCIAL DEL CANTÓN MILAGRO LOCALIZADAS EN
LA ZONA 5.**

AUTORES:

Pablo Hernan Condo Chavez

Pimbo Uriarte Sanny Justin

Milagro, Octubre del 2015

ECUADOR

ACEPTACION DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por los estudiantes Condo Chávez Pablo Hernan y Pimbo Uriarte Sanny Justin para optar el título de INGENIERO E INGENIERA COMERCIAL y que acepto tutorías los estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, 26 de Octubre del 2015.



ING. JORGE FABRICIO GUEVARA VIEJO. MAE

C.I: 0917882961

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

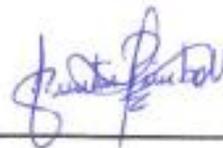
El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestras autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el 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, 26 de Octubre del 2015.



Pablo Hernan Condo Chávez

C.I. 030234605-1



Pimbo Uriarte Sanny Justin

C.I. 094114642-5

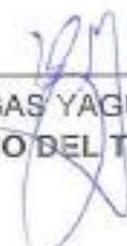
CERTIFICACION DE LA DEFENSA

El tribunal calificador previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]



ING. GUEVARA VIEJO FABRICIO
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



ING. VILLEGAS YAGUAL FELIXING.
SECRETARIO DEL TRIBUNAL.



ING. ECHARTÉ FERNÁNDEZ MIGUEL
VOCAL DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Primeramente doy gracias a Dios, por haberme dado esta gran oportunidad en mi vida y a mi madre Ana Chávez por ser mi gran y único apoyo durante todo este tiempo de esfuerzo y dedicación que me ha brindado enseñándome todos los valores que se desea para alcanzar una meta. También doy gracias a mi Hermana Fernanda Condo y a mi Novia Fernanda Yáñez que siempre me han motivado para seguir adelante y al Sacerdote Laudelino Paguay por haberme dado esa oportunidad en levantarme y seguir adelante con mis estudios mostrándome su solidaridad y concejos. De igual manera a Mis Docentes y amigos que siempre me brindaron su apoyo durante todo este tiempo de estudio sembrando y cosechando juntos en todo el trascurso de la carrera.

PABLO HERNAN CONDO CHAVEZ

AGRADECIMIENTO

Primeramente dando gracias a Dios por salud y vida que siempre nos da. A nuestros Padres por habernos dado esta gran oportunidad en nuestras vidas, a nuestros Docentes de la Universidad Estatal de Milagro una agradecimiento muy grande y sincero que día a día nos permitió llenarnos de conocimientos y de mucha importancia que nos ayudó a ser unos gran profesionales con éxitos, al ING. Jorge Fabricio Guevara Viejo. MAE que contribuyo mucho en la culminación de este proyecto de manera exitosa.

PABLO HERNAN CONDO CHAVEZ

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por haberme permitido lograr cumplir mi meta ya que sin él no lo hubiese logrado.

A mis Padres que con sus esfuerzos y sacrificios han sabido apoyarme en todo lo que he necesitado, que con su amor incondicional han depositado su confianza en mí y han sido mi guía, mi fortaleza y mi pilar fundamental para seguir preparándome día a día.

A mis Hermanos quienes de una u otra manera han sabido apoyarme en cualquier circunstancia que se me ha presentado.

A mis compañeros y amigos que han estado alentándome motivándome y dándome consejos para seguir adelante.

A mis Docentes quienes han sabido impartir sus conocimientos durante mi vida universitaria y así con su ayuda primordial he podido culminar con mi carrera.

SANNY JUSTIN PIMBO URIARTE

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por darme la sabiduría, la perseverancia y la fuerza necesaria para poder enfrentar las adversidades de la vida y poder culminar con mis estudios, también le agradezco por haber puesto en mi camino a buenas personas que me ayudaron a crecer tanto personal como profesionalmente.

A mis PADRES quienes me han sabido guiar con sus buenos consejos y valores los cuales han hecho de mí una persona de bien, ya que con sus ejemplos de vida han hecho que decidiera superarme y lograr mi meta.

A mis HERMANOS que han sabido dedicarme su tiempo y su apoyo incondicional para que no desistiera de mis estudios.

A mi TUTOR quien impartió sus conocimientos y supo asesorarme para la realización de esta tesis y se hiciera un excelente trabajo.

A mis COMPAÑEROS y AMIGOS los cuales han sabido brindarme ayuda ante cualquier circunstancia que se me presento, en especial a mi amiga Jenny Inga quien me supo ayudar y estuvo alentándome durante mi último semestre.

SANNY JUSTIN PIMBO URIARTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejo, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DEL CANTÓN MILAGRO LOCALIZADAS EN LA ZONA 5” y que corresponde a la Facultad Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 26 de Octubre del 2015

Pablo Hernan Condo Chávez

C.I. 030234605-1

Pimbo Uriarte Sanny Justin

C.I. 094114642-5

INDICE GENERAL

CAPITULO I	2
1. EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1Problematización.....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	4
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 JUSTIFICACION.....	6
1.3.1 Justificación de la Investigación.....	6
CAPITULO 2.....	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 MARCO TEORICO.....	7
2.1.1 Antecedente Históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	10
2.2 MARCO LEGAL.....	13
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	17
2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES.....	20
2.4.1 Hipótesis General.....	20
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	20
2.4.3 DECLARACIÓN DE LAS VARIABLES.....	21
2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	22
CAPITULO III.....	23
MARCO METODOLOGICO.....	23
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	23

3.2.2 Delimitación de la Población.....	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 MÉTODOS Y LAS TECNICAS.....	27
3.3.1 METODO TEORICO.....	27
3.3.2 METODO EMPIRICO.....	27
3.3.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	28
4. PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION.....	28
CAPITULO IV.....	29
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	29
4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	29
4.2ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS....	39
4.3RESULTADOS.....	40
4.4VERIFICACION DE HIPOTESIS.....	41
5. CONCLUSIONES.....	42
6. RECOMENDACIONES.....	43
7. ANEXOS.....	44
8. BIBLIOGRAFIAS.....	53

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Declaración de variables	21
CUADRO 2. Operacionalización de las variables	22
CUADRO 3. Valores para formular la muestra	25
CUADRO 4. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	29
CUADRO 5. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	30
CUADRO 6. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	31
CUADRO 7.RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	32
CUADRO 8. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	33
CUADRO 9. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	34
CUADRO 10. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	35
CUADRO 11. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	36
CUADRO 12. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	37
CUADRO 13. RESULTADOS DE ENCUESTAS.....	38
CUADRO 14. Verificación de hipótesis.....	41

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. AYUDA DE ORGANIZACIONES EXTERNAS.....	29
FIGURA 2. COMUNICACION CON LOS CLIENTES.....	30
FIGURA 3. RELACION LABORAL PARA NEGOCIACIONES	31
FIGURA 4. PRESTAMOS POR PARTE DE ENTIDADES FINANCIERAS	32
FIGURA 5. ASESORIA TRIBUTARIA POR PARTE DE MINISTERIOS	33
FIGURA 6. ASESORIA CONTABLE POR PARTE DE MINISTERIOS	34
FIGURA 7. CAPACITACION DEL PERSONAL POR PARTE DE MINISTERIOS DE TURNO	35
FIGURA 8. CAPACITACION SANA AL OFRECER EL PRODUCTO.....	36
FIGURA 9. APOYO POR PARTE DEL MIES PARA EMPRENDER EL NEGOCIO.....	37
FIGURA 10. CAPACITACION PARA MEJORAR LAS TECNICAS DE ADMINISTRACION E INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD	38
FIGURA 11. ENCUESTA A LOCAL DE ACCESORIOS PARA NIÑOS	42
FIGURA 12. ENCUESTA A LOCAL DE CALZADO.....	42
FIGURA 13. ENCUESTA A LOCAL DE ACCESORIOS TELEFONICOS.....	42
FIGURA 14. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL.....	42
FIGURA 15. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL.....	42
FIGURA 16. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL -PANADERIA	42
FIGURA 17. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL.....	42
FIGURA 18. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL -VARIOS.....	42

RESUMEN

Se desarrolla el siguiente proyecto de investigación para analizar las características y las condiciones que hoy en día presentan las Pymes en la zona 5 del sector comercial del Cantón Milagro.

A través de esta investigación y la información recopilada por medio de una muestra probabilística y las técnicas de investigación como la encuesta y entrevista se pudo conocer la situación actual de las Pymes y la necesidad de obtener apoyo por parte de instituciones públicas las cuales puedan brindar capacitaciones, inversiones y mejores equipos tecnológicos, para ayudar a que las Pymes se desarrollen mejor y pueda generar un incremento sustancial en sus utilidades.

Palabras claves: Información Características Inversión Tecnología.

ABSTRACT

The following research project develops to analyze the characteristics and conditions today of Pymes with Zone 5 Canton Milagro commercial sector.

Through esta Research and Information gathered through a probability sample and investigative techniques such as the Survey and interview Could the current situation of Pymes and the need for support from public institutions of which can provide training, Investment and best technological equipment to help Pymes develop better and can generate a substantial increase in profits.

Keywords: Information, characteristics, Investment, Technology

INTRODUCCION

El sector comercial del Cantón Milagro cuenta con gran parte de Pymes que las cuales abarcan un amplio mercado competitivo y productivo generando la evolución y desarrollo económico del Cantón. Sin embargo existen grandes necesidades las cuales hacen que atrasen su crecimiento y no puedan adaptarse a los cambios actuales del mercado.

Por este motivo la investigación que se realizó permite analizar la situación actual y las características de las Pymes, ayudando al desarrollo de las mismas como también al progreso del Cantón.

Conociendo que las actividades comerciales en el Cantón Milagro crece cada día de manera acelerada se ve la necesidad fundamental de brindar ayudar y proteger al microempresario, que muchas veces carece de conocimientos necesarios para la organización de un negocio.

Es de mucha ayuda que existieran capacitaciones y asesorías en la actualidad la cual beneficien al mejoramiento continuo de las Pymes, el cual incremente sus fortalezas y aumenten las oportunidades de expansión para sí lograr una mayor productividad del negocio.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En el Ecuador la mayoría de las PYMES (pequeñas y medianas empresas) proviene de origen familiar, y su debilidad más grande está en la poca aplicación del manejo de información, desarrollo organizacional, administración de la empresa, habilidades para manejar los niveles de planificación y presupuesto.

En el foro Financiamiento para Pymes Víctor Calderón, director de ArCanto Banca de Inversión indica:

“la razón número uno por la cual las empresas no obtienen financiamiento es por la falta de información”. (VICTOR, 2011.)

La falta de mecanismos de comunicación empresarial, es otro de los problemas donde la recepción de la información se torna con inexactitud en las PYMES (pequeñas y medianas empresas), teniendo como resultado la carencia de información entre las diversas funciones que se realiza en cada una de las Pymes.

Partiendo de que uno de los problemas principales en las PYMES (pequeñas y medianas empresas) es la falta de información, han surgido un sin número de pymes con el propósito de generar empleo e ingresos económicos, aun

sin emplear las herramientas y procedimientos necesarios las han puesto en marcha, pero esto no basta puesto que los microempresarios piensan que la solución para llevar a cabo un proceso de eficiencia, es la automatización por sí sola, razón por la cual no es probable ya que por esto no se desarrollan las PYMES (pequeñas y medianas empresas), y por ende se crea una fuente resistente al cambio.

“si no hubiera algo de resistencia, el comportamiento organizacional tendría la característica de ser aleatoriamente caótico. La resistencia al cambio también puede ser una fuente de conflicto funcional”. (VÍCTOR, 2012.)

Las Pymes están destinadas a enfrentarse a desafíos permanentes que pueden llegar a constituir fuertes amenazas a su sobrevivencia en el mercado.

Los inconveniente más frecuentes que poseen las PYMES (pequeñas y medianas empresas) es la cultura que se han marcado y la cual han hecho que estas no puedan desarrollarse completamente, ya que muchos empresarios ignoran la importancia y los beneficios de la tecnología y como también la importancia de las comunicaciones empresariales, componentes necesarios de la competitividad en el mundo de los negocios y en muchas de las PYMES (pequeñas y medianas empresas).

Podemos recalcar que en muchos casos el Gerente es empírico y no tiene el hábito de capacitarse y actualizarse continuamente, lo cual es una exigencia de la sociedad comercial. Una microempresa que no se actualice tecnológicamente, está condenada a un atraso en la competitividad y productividad.

Con el transcurso del tiempo Milagro se ha convertido en un Cantón prospero que ha dado lugar al emprendimiento, creando Pymes que han servido de ayuda a la comunidad comercial.

El estudio del sector comercial en el Cantón de Milagro podrá determinar los factores que causan la falta de desarrollo de las pymes, algunos de estos

problemas son: falta de innovación, infraestructura inadecuada, escaso capital e inversión, escasa capacitación del personal, y maquinarias obsoletas.

Estas barreras atrasan su crecimiento, e impiden su desarrollo y evolución total, limitándose en sus actividades y en la utilización de sus recursos, logrando así la insatisfacción de los clientes. Esta realidad en el Cantón de Milagro alarga la posibilidad de poder expandirse a nuevos mercados nacionales e internacionales.

1.1.2 Delimitación del problema

El lugar donde se desarrollara nuestra investigación está delimitado de la siguiente manera:

País: Ecuador

Zona 5: Litoral

Provincia: Guayas

Ciudad: Milagro

Sector: Comercial

Periodo: 2015

1.1.3 Formulación del problema

¿Cuáles son las características de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cuáles son las características del capital humano de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5?

¿Cuáles son los tipos de productos o servicios que ofertan las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5?

¿Cuáles son las regiones que cubren las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5?

1.1.5 Determinación del tema

Características de las Pymes del sector comercial localizadas del Cantón Milagro localizadas en la zona 5.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

- ❖ Determinar las características de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5.

1.2.2 Objetivos específicos

- ❖ Determinar cuáles son las características del capital humano de las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5.
- ❖ Conceptualizar cuáles son los tipos de productos o servicios que ofertan las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5.
- ❖ Establecer cuáles son las regiones que cubren las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5.
- ❖ Evaluar las características de una Pymes del sector comercial del Cantón Milagro localizadas en la zona 5.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Justificación de la Investigación

El interés primordial de realizar este análisis es conocer cuáles pueden ser las posibles incidencias en la falta de información de las PYMES y así conocer sus características en el sector comercial en el Cantón de milagro , ya que esta investigación les generará muchos beneficios, como es la comprensión de los recursos necesarios para la administración de una Pyme, la forma de como adquirir y cómo implementar correctamente la información necesaria para su desarrollo, todo esto ayudará a que las PYMES puedan realizar informes más sólidos de su funcionamiento y así poder tomar mejores decisiones que permitan lograr la competitividad deseada en el mercado.

Podemos decir que la creación de las Pymes es una fuente generadora de ingresos y que cumple un rol fundamental en la economía y desarrollo del país, es por esto que es de mucha importancia poder ayudar en el cambio de su funcionamiento y su organización según sus actividades, para que así se conozcan las características de las Pymes en el sector comercial Milagreño.

Con este proyecto se busca generar un impacto favorable a las mejoras tecnológicas, capacitación del personal, innovación en sus maquinarias y mejor competitividad de las PYMES en el Cantón de Milagro. Por todo esto se podrá conocer a fondo como está la situación de las Pymes y los posibles cambios o decisiones a tomar para mejorar en todos los sentidos, favoreciendo a la comunidad micro-empresarial y llevándolas al buen camino como es el logro de sus objetivos.

Dándoles a conocer las características que tienen las pymes del Cantón de milagro, y así conseguir el cumplimiento de las expectativas del cliente, también se debe tener en cuenta las gestiones a seguir para poder estar legalmente constituida y así enfocarse en brindar el mejor servicio que satisfaga las necesidades del cliente.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedente Históricos

A nivel mundial la revalorización del Sector PYMES y de las PYMES como unidades productivas de pequeñas escala se dan a partir de los años 70 debido principalmente a cambios estructurales como el crecimiento de los servicios, es decir que el antiguo paradigma de que solo son empresas aquellas unidades de producción que producen bienes o tangibles cambia rotundamente desde que las facturaciones por servicios de consultorías empresariales, tratamientos clínicos, respaldo o soportes técnico y la valoración del conocimiento como factor como factor de producción de riqueza, empiezan a generar riqueza y valor agregado a los intangibles que con el tiempo se comienzan a valorizar como un activo tanto como las infraestructura o maquinarias en las principales economías, paralelamente el crecimiento de los productos informáticos en un contexto en que los cambios se dan día a día y que la obsolescencia se cuenta por segundos, 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. (DEYNOR CENTHY , 2003)

Como hemos observado el panorama competitivo las principales economías comienzan a desarrollar nuevas estrategias para dominar nuevos mercados y ganar nuevos segmentos, esto se refleja en el crecimiento económico de

Japón, Alemania, Los Tigres del Asia, Canadá y el mismo EEUU. (DEYNOR CENTHY , 2003)

Aunque el acceso al crédito en América Latina alcanza niveles comparables con los países industrializados, en la mayoría de los países hay indicios que actualmente existen proyectos PYMES que se dejan de financiar por altas tasas y por consecuencia la necesidad de tasas de retorno interno elevadas para la rentabilizarlos . El análisis de las fuentes de financiamiento disponible revela una escasez de crédito bancario que se traduce en una dependencia excesiva sobre los fondos propios con que cuentan en algunos casos los emprendedores. (DEYNOR CENTHY , 2003)

Las pymes están experimentando grandes cambios en los últimos años, en concreto el fenómeno de la globalización y la preocupación por el negocio y las ventas están favoreciendo la salida a los mercados exteriores y la puesta fuerte por estrategias de internacionalización para poder crecer y sobrevivir. (JUAN CARLOS ALCAIDE, BERNUES SERGIO, 2013)

La situación y desempeño de las PYMES de Ecuador en el mercado internacional según Marco Barrera, CAPEIPI, 2003, indica que en el país existió cerca de 15.000 empresas que fueron catalogadas como tales, y que generarían alrededor de 330.000 puestos de trabajo. Esta cifra que indudablemente esta subestimada, nos da una primera visión sobre la importancia que tienen las PYMES en la generación de empleo

Encontramos cerca de 2.500 empresas que cumplen con requisitos, y que por lo tanto consideraremos como PYMES. Si bien, pueden existir objeciones sobre la forma de clasificación, consideramos que este es un buen punto de partida para el análisis (de plano hemos eliminado el criterio del número de empleados, que es el más común en los países latinoamericanos, pues esta información en Ecuador no es confiable). En adelante, a no ser que se mencione lo contrario, el análisis estará basado en estas 2.500 empresas. (IDE, 2006)

El estudio de las Pymes sitúan que el 58% de las PYMES en nuestro país están concentradas en las actividades de manufactura y comercio, siendo

ampliamente mayoristas aquellas empresas de esta última con el 41% del total del año 2004 (dentro del sector comercial, tiene mayor peso las actividades al por mayor con 24%, al por menor con 14%, y los establecimientos y restaurantes con el 2%). Otro sector de localización importante para las PYMES, con el 14% de participación, es el de “Finanzas, seguros y servicios profesionales”, en el cual se agrupan cantidad de empresas que brindan diferentes servicios. (IDE, 2006)

Al igual que Perú y Colombia, las Pymes del Ecuador, están en su gran mayoría ubicadas en las dos grandes ciudades: Quito y Guayaquil, el 48% del total se encuentran en la capital, y el 37% en el puerto principal. El número restante se esparce en forma reducida por varias provincias del país, entre las que se puede renombrar Azuay el 5%, El Oro 3%, Manabí y Tungurahua 2% cada una. (IDE, 2006)

La situación económica que las ventas del conjunto de Pymes del Ecuador, han generado una tendencia progresiva desde el año 2000, hecho que puede estar claramente vinculado con la recuperación económica que se vio en el país, después de la aceptación de la dolarización.

A pesar de todos los problemas y las trabas que impiden el adecuado desarrollo de la actividad de las Pymes, no queda duda que existe de inversión necesaria para montar una empresa de pequeño tamaño, permite que muchos emprendedores tengan sus propios negocios y contribuyan al incremento de la economía.

Las grandes empresas, que tienen mayor tecnología, acceso a recursos financieros y en general mejores procesos productivos, deberán comenzar a colaborar con las empresas de menor tamaño, para generar mejores prácticas empresariales, de las que todos puedan beneficiarse. (IDE, 2006)

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, Universidad Estatal de Santa Elena, y Escuela Politécnica de Latacunga proyectos que hablan sobre PYMES, 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: Modelo de Gestión Administrativas para las PYMES en la Parroquia Rural José Luis Tamayo del Cantón salinas de la Provincia de Santa Elena

Autor: Ignacio George Villagómez Tumbaco

Año: 2013

Institución: Universidad Estatal de Santa Elena

Tipo De Trabajo: Obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas.

PROBLEMÁTICA: ¿Cómo inciden las relaciones en la gestión administrativas de las PYMES en la Parroquia rural del José Luis Tamayo del Cantón Salina?

OBJETIVO: Determinar la incidencia de las relaciones protocolarias en la gestión administrativa, mediante la aplicación de técnicas de evaluación a diferentes negocios, orientadas al diseño de un modelo de gestión para las PYMES de la parroquia José Luis Tamayo del Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.

HIPÓTESIS: La incidencia de las relaciones protocolarias mejorara la gestión administrativa de las PYMES en la parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas, Provincia de Santa Elena.

METODOLOGIA: En la aplicación de los diferentes instrumentos de investigación con la certeza sobre los resultados provoquen la idoneidad y factibilidad para elaborar la presente propuesta nos permitirá tomar la decisión de establecer los parámetros para mejorar la situación de las PYMES en este sector. Las

herramientas metodológicas serán los medios que de una u otra forma documentara los problemas, las causas y las posibles soluciones de la problemática considerado a los actores de la muestra de la población. Dentro de las herramientas metodológicas la entrevista a los diferentes actores de las PYMES proporciona la información suficiente para conformar las conclusiones sobre los resultados obtenidos que requiere esta propuesta.

(Ignacio George Villagomez Tumbaco, 2013)

TITULO: La Nueva Matriz Productiva y su Incidencia en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las Pymes del Cantón Milagro, 2014-2015.

AUTORES: Márquez Aristega Jennifer Karolina,
Morales Barros Andrea Viviana.

AÑO: 2015

INSTITUCION: Universidad Estatal de Milagro “UNEMI”

TIPO DE TRABAJO: Obtención al Título de Ingeniero Comercial

PROBLEMÁTICA: En el caso de Ecuador sus problemas económicos radican en la baja del precio del petróleo, disminución de envío de dinero del extranjero, y la alza de precio de productos; sus empresas deben enfrentar una serie de obstáculos y problemas relacionados con las PYMES, especialmente porque la economía se basa en inversión y proyectos, en relación a una matriz productiva que privilegio a las importancias y llevando al país a exportaciones que consistían en inversiones.

OBJETIVO: Determinar de qué manera la Nueva Matriz Productiva Incide en el Fortalecimiento de los Procesos de las Pymes del Cantón Milagro, 2014-2015. Con la aplicación de una investigación que aplique técnicas de recolección de datos de primer orden, para aportar al sector productivo de la zona.

HIPOTESIS: La Política de sustentaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro.

METODOLOGIA: nos permitió analizar cada uno de los objetivos del problema para así acceder a las causas y efectos que existen en la relación de cada una de las variables. Este tipo de investigación se aplicó en el presente proyecto para indagar sobre las causas y efectos que tiene la Matriz Productivas en las PYMES y tratar de solucionar los problemas que existen.

CONCLUSIONES: Los productos y servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro no manejan un alto nivel de competitividad como respuesta a no poseer procedimientos de trabajo que les permita mejoras en el aspecto productivo por lo tanto desconocen los beneficios que tiene la matriz productiva sobre los sectores que se están priorizando para el desarrollo de la economía.

(Márquez Jennifer, Morales Andrea, 2015)

TITULO: Evaluación del uso de la tics en el Desempeño de las PYMES ubicadas en la zona urbana de la Ciudad de Latacunga.

AUTOR: Dra. Martha Cecilia Hidalgo Arias

Ing. Carol Elisa Proaño Pérez

Ing. Marco Vinicio Sandoval Cárdenas

AÑO: 2011

INSTITUCION: Escuela Politécnica del Ejercito

TIPO DE TABAJO: Obtención del Título de Magister en Gestión de Empresas

OBJETIVO: Los objetivos de la investigación que se plantean para el análisis de las Tecnologías de Información y Comunicación en las pequeñas y medianas empresas de Latacunga.

HIPOTESIS: Se puede lograr mejorar la productividad en la Gestión de las pequeñas y medianas empresas de Latacunga mediante el uso adecuado de Tecnología de la Información y Comunicación

METODOLOGIA: Como se ha mencionado con anterioridad “en el Ecuador no existe una Ley específica que ampare y regule a las PYMES (pequeñas y medianas empresas)”, por ello resulta un tanto difícil definir las con exactitud; pero para el presente proyecto, sus autores han considerado el siguiente concepto “En términos generales se entiende por PYME; a las empresas con ventas y volúmenes de producción moderados y que no cuentan con altos capitales y tampoco disponen de un número de personal elevado”

CONCLUSIONES: Con respecto a la generación de riqueza por grupo productivo en las PYMES en el Ecuador, se destacan el sector alimenticio, el de textiles y confecciones, el de maquinaria y equipos, el de producto químico, madera y muebles, papel e imprenta, cuero y calzado y el de minerales no metálicos.

(Dra. Martha Hidalgo, Ing. Carol Proaño, Ing. Marco Vinicio, 2011)

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:

LIBRO III

Del Desarrollo Empresarial de las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas, y de la Democratización de la Producción.

TÍTULO I

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa

CAPITULO I

Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y
Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.-

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o

servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

CAPITULO II

De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
- b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;
- c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;

- d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;
- e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;
- f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
- g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
- h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
- i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
- j. Las demás que establezca la Ley.

CAPÍTULO III

De los Mecanismos de Desarrollo Productivo

Art. 55.- Compras públicas.- Las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones. Para fomentar a las MIPYMES, el Instituto Nacional de Compras Públicas deberá incentivar y monitorear que todas las entidades contratantes cumplan lo siguiente:

- a. Establezcan criterios de inclusión para MIPYMES, en los procedimientos y establecidos por el Sistema Nacional de Contratación Pública;
- b. Otorguen todas las facilidades a las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar, de manera oportuna;

- c. Procurar la simplificación de los trámites intervenir como proveedores del Estado; y, para
- d. Definan dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las MIPYMES.

El Instituto Nacional de Compras Públicas mantendrá un registro actualizado de las compras realizadas a la economía popular y solidaria y a las MIPYMES y divulgará estos beneficios a la ciudadanía, así como los planes futuros de compras públicas a efectuarse por el Estado y sus instituciones. Las mismas obligaciones y parámetros técnicos para las compras inclusivas se deberán aplicar para beneficiar a los actores de la economía popular y solidaria.

CAPÍTULO IV

Del Registro Único de MIPYMES y Simplificación de Trámites

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente. Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código.

De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES.

Únicamente, para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las

MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

(Código Orgánico de la Producción, Comercio, e Inversiones, 2010)

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS RESOLUCION SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010

Para efectos del registro y preparación de estados financieros, la Superintendencia de Compañías califica como Pequeñas y Medianas Entidades (PYMES), a las personas jurídicas que cumplan las siguientes condiciones:

- Monto de activos inferiores a CUATRO MILLONES DE DÓLARES;
- Registren un valor bruto de ventas anuales de HASTA CINCO MILLONES DE DÓLARES; y,
- Tengan menos de 200 trabajadores (personal ocupado). Para este cálculo se tomará el promedio anual ponderado.
- Se considerará como base los estados financieros del ejercicio económico anterior al período de transición.

(SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS RESOLUCION SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010, , 2011)

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Tratamiento tributario de las PYMES

Para fines tributarios las Pymes de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cual sea el caso podrá encontrar información específica para cumplir con sus obligaciones tributarias escogiendo las opciones personas naturales o sociedades

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS.TRATAMIENTO TRIBUTARIO DE LAS PYMES, 2014)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración: Acciones respectivas al funcionamiento exitoso de cada una de las áreas de la empresa con el propósito de organizarlas y dirigirlas a la misión de la misma.

Actividad económica: Proceso que genera el intercambio de bienes y/o servicios para cumplir con las necesidades de las personas, es una fuente de trabajo que brinda muchos beneficios según la actividad económica que realice.

Capacitación: Proceso educativo a corto plazo, se utiliza un procedimiento planeado y organizado para adquirir conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para incrementar la eficiencia y eficacia en el logro de los objetivos propuestos.

Características: Conjunto de cualidades que ayudan a la identificación inmediata de un sujeto, objeto o condición que lo definen como tal.

Clientes: Individuo, sujeto o entidad que adquieren bienes o servicios brindados por una empresa. La empresa debe tener en cuenta las necesidades, expectativas y gustos de cada cliente para así poder satisfacerlos plenamente.

Competencia: En el ámbito de la economía es un contexto que aparece cuando los actores económicos "empresas" tiene la libre opción de participar en el mercado a través del conjunto de la oferta y demanda de bienes y/o servicios que ofrecen las empresas.

Comercio: Negocio que realiza una persona o conjuntos de personas. Comprar o vender productos y servicios entre otros, con el objetivo de lograr un ingreso sustancial a su vida comercial.

Cultura: Conjunto de costumbres, creencias, religiones, tradiciones y expresiones que caracterizan a una sociedad determinada dotada de diversas opiniones e ideas.

Desarrollo: Proceso de crecimiento o cambio que puede darse a través de una serie de actividades, acciones o situaciones que se pueden presentar en determinadas ocasiones, el desarrollo es una evolución que siempre tiene un margen positivo que puede ser medible en términos cuantitativos o cualitativos.

Expectativas: Esperanza de un individuo ante la posibilidad de poder adquirir lo que se propuso.

Eficacia: Capacidad o habilidad para emplear los recursos necesarios y así obtener los resultados deseados que beneficien las actividades a desarrollarse.

Información: Conjunto de datos estructurados por el pensamiento del ser humano, forman elementos de comunicación dando significado a las cosas u objetos el cual también maneja información de la naturaleza y su entorno para tomar mejores decisiones.

Inversión: Medio financiero para emplear un capital en cualquier tipo de actividad o negocio con el propósito de incrementarlo durante un lapso de tiempo determinado.

Mercado: Lugar donde se realiza transacciones e intercambios de bienes y/o servicios, puede implicar un nivel de competencia entre los participantes existentes partiendo del conjunto de oferta y demanda.

Objetivo: Finalidad que se marca una persona, empresa u organización, la cual deben estar dirigidas al uso correcto de los recursos necesarios y así poder cumplir con el objetivo propuesto.

Productividad: conjunto de los factores necesarios que se ha implementado para que la empresa llegue a una mayor rentabilidad.

Producción: Producir, fabricar, crear en el tiempo establecido los bienes que serán expuestos al mercado los cuales estos generaran fuentes de trabajos e ingresos.

Presupuesto: Estimación de cierta cantidad de dinero con la que se cuenta para poder realizar las transacciones o actividades pertinentes que la empresa u organización ha planteado durante un determinado tiempo.

Proceso: Conjunto de acciones o actividades mutuamente sistematizadas con el propósito de transformarlas a un resultado esperado.

Pymes: Pequeñas y medianas empresas, que se caracterizan por poseer ciertas restricciones una de ellas es la cantidad limitada de trabajadores, el presupuesto con el que cuentan es mucho más reducido y sus ganancias no tienen que sobrepasarse al límite establecido.

Recursos: Conjunto de habilidades humanas, naturales y tecnológicas, se puede decir que con esta correcta integración de recursos se aportan beneficios de suma importancia a la producción de bienes y servicios.

Resistencia al cambio: Proceso natural por la cual deben pasar todas las empresas, en términos más comunes es el temor a lo desconocido “nuevas actividades” o temor a la pérdida de ventajas o beneficios actuales.

Satisfacción del cliente: Experiencia que percibe un cliente frente a un producto o servicio que ha cumplido plenamente sus necesidades.

Servicio: Conjunto de actividades con el fin de cubrir las necesidades y exigencias de los clientes, toda empresa que brinde servicios debe tener la actitud del buen servir para así brindarle la satisfacción plena.

Tecnología: Conocimientos técnicos, y científicos que aportan al total desarrollo de la actual humanidad, la cual está cursando la era tecnológica generando un alto nivel de progreso social y económico.

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

- ❖ Las características de las pymes que encontramos en el sector comercial es la poca capacidad de negociación, la falta de innovación en la tecnología, la escasa inversión, lo cual esta se verá reflejada en crecimiento económico en el Cantón Milagro.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ El análisis de las características del capital humano es la escasa capacitación del personal de las Pymes en el sector comercial lo cual esto influirá en el proceso de las actividades que realizan las pymes en el Cantón Milagro.

- ❖ La conceptualización de los tipos de productos o servicios que ofertan las Pymes en el sector comercial permitirá elevar el nivel de competitividad en el Cantón Milagro.
- ❖ El establecimiento de las regiones que cubren las Pymes del sector comercial ayudará en la mejora de la producción en el Cantón Milagro.
- ❖ La evaluación de las características de una Pyme en el sector comercial ayudará a mejorar la administración de las pymes en el Cantón Milagro.

2.4.3 DECLARACIONES DE VARIABLES.

CUADRO 1. Declaración de variables

VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES
Mayor eficiencia	Capacitación al personal
Incremento productivo	Tecnología de punta
Competitividad	Fuentes de financiamiento

Fuente: Hipótesis del Proyecto

Elaborado por: Pablo Condo y Justin Pimbo

2.4.4 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

CUADRO 2. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	MEDIO DE VERIFICACION
Mayor eficiencia	Utilización correcta de los recursos necesarios para el logro de objetivos.	Incremento en el nivel de ventas.	Encuesta Entrevista
Incremento productivo	Nivel de producción que ha logrado el resultado deseado.	Índice de crecimiento económico.	Encuesta Entrevista
Competitividad	Competencia entre empresas para poderse posicionar en el mercado, ofreciendo actividades o estrategias similares.	Índice de Competitividad.	Encuesta Entrevista
Capacitación al personal	Proceso educativo que ayuda a obtener conocimientos, habilidades y técnicas.	Reducción de quejas de los clientes.	Encuesta Entrevista
Tecnología de punta	Desarrollo tecnológico que ayuda al progreso social y económico.	Nivel de satisfacción de los clientes.	Encuesta Entrevista
Fuentes de financiamiento	Entidades de ayuda para la obtención de recursos financieros necesarios para el logro de los objetivos.	Aumento en la inversión empresarial.	Encuesta Entrevista

Fuente: Hipótesis del Proyecto

Elaborado por: Pablo Condo y Justin Pimbo

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

En este capítulo se da a conocer la metodología que permitió realizar la investigación. Muestra los tipos de investigación, las técnicas, y procedimientos que fueron utilizados para desarrollar el trabajo de investigación, relacionado con el tema de investigación de las características de las Pymes del sector comercial localizadas en la zona 5 en el Cantón de Milagro la investigación es de campo y descriptiva, se aplicará diferentes maneras de investigación como se define a continuación:

Según su objetivo gnoseológico:

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es una forma de estudio que caracteriza un objeto de estudio o situación concreta. Este estudio describirá los factores que inciden en la investigación, para así poder evaluar los resultados que se obtengan relacionando las condiciones o situaciones que benefician a las Pymes del Cantón Milagro ayudando a reconocer las debilidades y fortalezas que ayudaran a obtener un mayor incremento productivo de las Pymes en el Cantón

Según su contexto:

Investigación De Campo

La investigación de campo recoge la información necesaria desde la fuente, es decir el contacto directo del lugar de los hechos que se encuentren en la investigación.

La ejecución de este proyecto se desarrollará a las Pymes del sector comercial localizadas en la zona 5 en el Cantón de Milagro, observando así más de cerca la realidad de los problemas a los que estas se enfrentan, con esto analizaremos la información recopilada mediante técnicas de investigación como es las entrevistas y encuestas.

Según la orientación temporal:

Investigación Cuantitativa

La investigación cuantitativa busca cuantificar los datos de la investigación realizada, por medio de análisis estadísticos.

Esta investigación permite obtener con claridad los datos recopilados ayudando a responder a las variables planteadas en el proyecto alcanzando una mejor perspectiva de la realidad.

Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa destaca la importancia de la función y el significado de los actos que se observan en las actividades que se realizan, también estima la importancia de la realidad que se divisa de tal modo que se puede reflejar en las ideas, emociones, situaciones, motivaciones y sentimientos. Permite analizar, interpretar y comprender la naturaleza de la realidad, por tanto la investigación cualitativa no se opone a la investigación cuantitativa sino que se integra para dar un resultado efectivo de los datos recopilados del proyecto.

3.2.2 Delimitación de la Población

El presente proyecto, como se indicó anteriormente está dirigido al sector comercial localizado en la zona 5 en el Cantón de Milagro, obteniendo 1277 Pymes.

3.2.3 Tipo de Muestra

Según el estudio realizado tenemos un tipo de muestreo no probabilístico porque se ha realizado una selección no probabilizado en el sector comercial localizado en la zona 5 en el Cantón de Milagro.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

En esta investigación tenemos una población finita ya que hemos podido determinar el tamaño real de la población, para poder sacar el número de la muestra aplicaremos la siguiente fórmula:

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

A continuación mostramos los datos para mostrar realizar la fórmula.

CUADRO 3. Valores para formular la muestra

n	Tamaño de la muestra	
N	Tamaño de la población	1277
p	Posibilidad de que ocurra algún evento	0,5
q	Posibilidad de que no ocurra algún evento	0,5
E	Error se considera el 5%	0,05
Z	Nivel de confianza, de que el 95%	1,96

Fuente: Delimitación de la población

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

Desarrollo del ejercicio

$$n = \frac{1277 (0,5)(0,5)}{\frac{(1277 - 1)0,05^2}{1,96^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1277(0,25)}{\frac{(1276)0,05^2}{38416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1277(0,25)}{\frac{3.190}{3.8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{1277(0,25)}{1.08038}$$

$$n = 295$$

3.2.5 Proceso de Selección

Este proceso radica en detallar o establecer el lugar exacto donde se realizará la encuesta, que como hemos mencionado anteriormente será en el sector comercial localizadas en la zona 5 en el Cantón de Milagro, ya que hemos encontrando por medio de este método investigativo el número de las Pymes establecidas en el Cantón.

Este proceso permitirá aclarar la información recopilada aplicando los instrumentos mencionados para así poder reconocer la situación actual que presentan las pymes debido a las tipos de servicios o productos que ofrecen.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

Con el propósito de conseguir la información necesaria para poder realizar el presente trabajo de investigación se utilizó los siguientes métodos y técnicas que permitieron obtener la mayor cantidad de datos necesarios relacionados con la problemática del estudio del proyecto, se pudo adquirir un mayor conocimiento que ayudó a que esta investigación sea dable.

3.3.1 MÉTODO TEÓRICO

Método Histórico – Lógico

Este método permite determinar la representación histórica en tanto de como se ha dado el problema y cómo ha evolucionado. Con esta información se podrá conocer y evaluar desde sus inicios a las Pymes, como han venido transformándose, y como ha sido la aceptación del mercado y los clientes para así poder posicionarse a nivel mundial y por ende en el país y en el Cantón de Milagro.

Método sintético

Este método se lo elige porque analiza cada una de las causas por las cuales no incrementa el nivel productivo y competitivo de las Pymes del sector comercial localizados en la zona 5 en el Cantón de Milagro como también podrá determinar los sucesos que esto provoca.

Método Inductivo – Deductivo

Esencialmente este método nos permitió analizar cada uno de los hechos revelados en la investigación, también nos ayudó a utilizar las herramientas lógicas ya que por medio de la muestra ayuda a establecer generalmente las características del análisis de las Pymes en el Cantón.

3.3.2 MÉTODO EMPÍRICO

Este método permite conocer la situación directa de los procesos el cual debe poseer varias cualidades que le den un carácter especial.

Utilizaremos el análisis de observación, con este método podremos identificar los problemas que incurren en las Pymes del Cantón para luego poder identificarlos y analizarlos.

3.3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

La Encuesta

Al diseñar las encuestas se describen los objetivos principales que queremos comprobar con los datos obtenidos de la investigación, cada pregunta será realizada con mucha importancia para así obtener respuestas claras y lógicas permitiéndonos evaluar y comprobar los objetivos y las hipótesis de la investigación.

La Entrevista

La entrevista encuentra lo importante y característico del tema de investigación, para poder realizar la entrevista se debe de poseer una guía de ayuda y saber muy a fondo del tema, es aconsejable que durante la entrevista se muestre una actitud segura de lo que se está preguntando, dando al entrevistado confianza para poder responder sinceramente a las preguntas que se le hagan.

4. PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

En el presente proyecto de investigación se utilizó las técnicas de: observación directa, entrevistas y encuesta, las que facilitaron la selección de información.

Por otra parte, las encuestas y entrevistas fueron dirigidas a al sector comercial localizadas en la zona 5 en el Cantón de Milagro creadas por un formulario de preguntas directamente vinculadas a demostrar la presencia del problema si este existiere. Estos datos obtenidos correspondientes a cada interrogante, se tabuló en el programa de Excel, expresándolos a través de gráficos estadísticos y cuadros de datos, de donde se realiza el respectivo análisis de resultados.

Con estos métodos de organización y descripción se pudo realizar una mejor interpretación de los resultados logrados.

CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Después de haber realizado el trabajo de campo el cual se elaboró en base al muestreo detallado en el capítulo anterior, se desarrolla la correspondiente presentación de los resultados obtenidos.

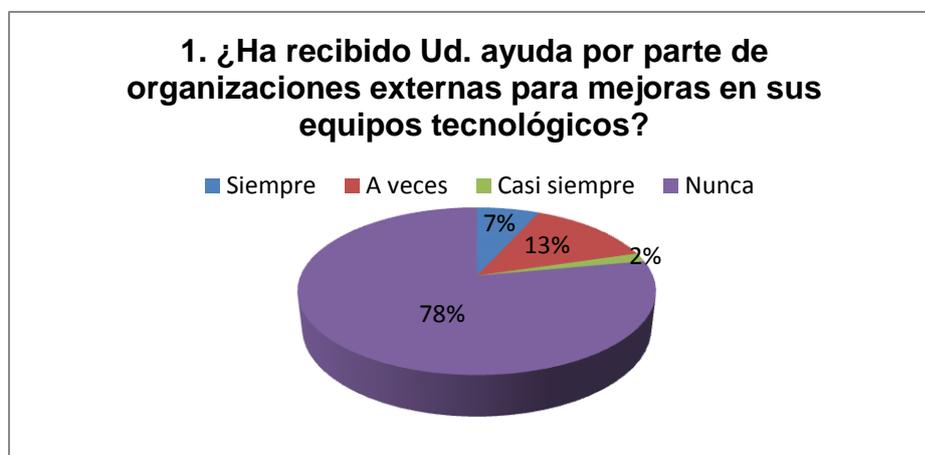
CUADRO 4. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	20	0,07
A veces	40	0,14
Casi siempre	5	0,02
Nunca	230	0,78
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 1. AYUDA DE ORGANIZACIONES EXTERNAS



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

La pregunta busca conocer si existe ayuda por parte de organizaciones externas para mejoras de los equipos tecnológicos de su pertenencia, en base a esto se puede evidenciar que el 78% de las Pymes no ha recibido ayuda por parte de organizaciones externas, pero podemos observar que el 14% a veces si ha recibido ayuda.

CUADRO 5. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	258	0,87
A veces	12	0,04
Casi siempre	25	0,08
Nunca	0	0,00
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 2. COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

Del 100% de las Pymes encuestadas el 87% respondió que sí afecta la falta de comunicación con los clientes al instante de satisfacer sus necesidades, mientras que el 9% dijo que puede darse casi siempre, con lo observado se puede decir que es de vital importancia la comunicación con el cliente.

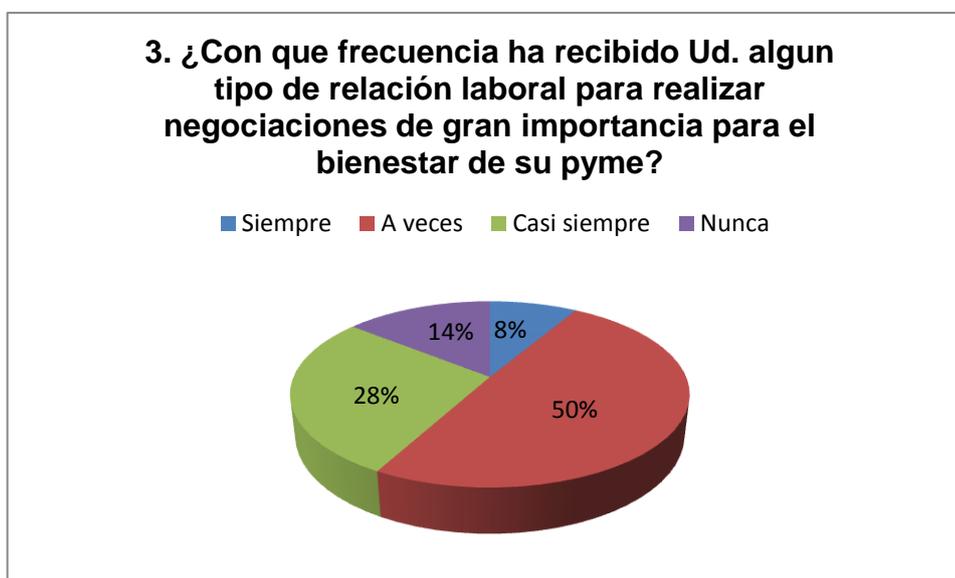
CUADRO 6. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	25	0,08
A veces	146	0,49
Casi siempre	82	0,28
Nunca	42	0,14
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 3. RELACION LABORAL PARA NEGOCIACIONES



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

Observando el gráfico podemos ver que el 50% de las Pymes respondieron que no han tenido ningún tipo de relación laboral para realizar negociaciones de gran importancia para el bienestar de su pyme, mientras que el 28% si han realizado negociaciones que ayuden al bienestar del negocio.

CUADRO 7.RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	25	0,08
A veces	23	0,08
Casi siempre	19	0,06
Nunca	228	0,77
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 4. PRESTAMOS POR PARTE DE ENTIDADES FINANCIERAS



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

En la representación gráfica que se observa que el 77% de las Pymes encuestadas respondió que nunca le han brindado préstamos para sus negocios y un 9% si ha recibido préstamos, con estos resultados podemos decir que no existe una ayuda por parte de entidades financieras publicas

CUADRO 8. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	16	0,05
A veces	54	0,18
Casi siempre	27	0,09
Nunca	198	0,67
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 5. ASESORÍA TRIBUTARIA POR PARTE DE MINISTERIOS



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

En esta pregunta el 67% de las Pymes encuestadas respondió que nunca han recibido ninguna asesoría tributaria, mientras que el 18% a veces si han recibido asesoría por parte de los Ministerios, pues sería de mucha ayuda recibir asesoría tributaria ya que se podría trabajar de manera correcta acatando las leyes correspondientes.

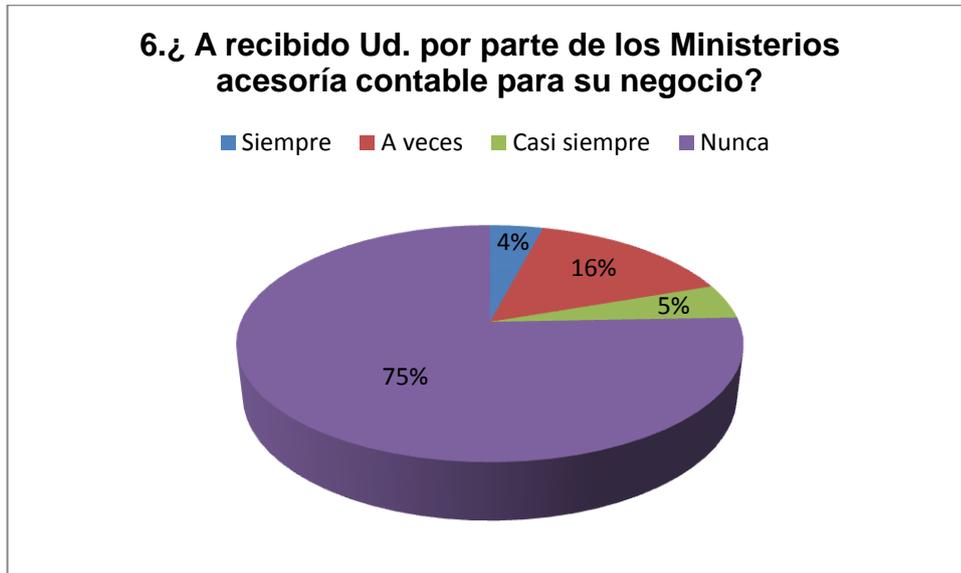
CUADRO 9. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	12	0,04
A veces	46	0,16
Casi siempre	14	0,05
Nunca	223	0,76
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 6. ASESORÍA CONTABLE POR PARTE DE MINISTERIOS



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

Observando el gráfico de los resultados de las encuestas a las Pymes del Cantón Milagro vemos que el 75% nunca ha recibido por parte de los Ministerios asesoría contable y un 16% si a veces ha recibido asesoría contable.

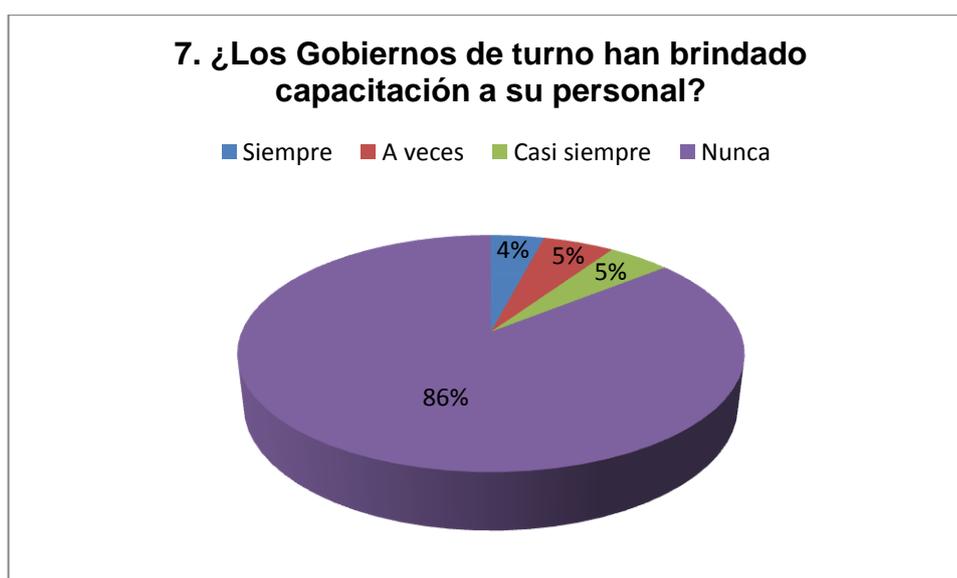
CUADRO 10. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	12	0,04
A veces	16	0,05
Casi siempre	14	0,05
Nunca	253	0,86
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 7. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL POR PARTE DE MINISTERIOS DE TURNO



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

En esta pregunta las Pymes del Cantón Milagro respondieron que el 86% no ha recibido por parte de los Gobiernos de turno capacitación a su personal y a veces y casi siempre el 5% si han recibido capacitaciones a su personal.

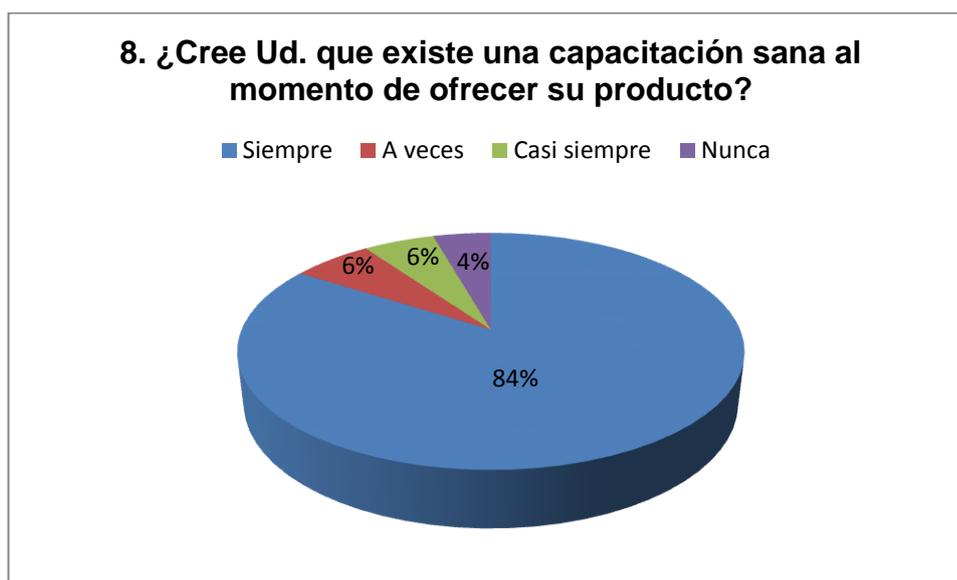
CUADRO 11. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	248	0,84
A veces	18	0,06
Casi siempre	16	0,05
Nunca	13	0,04
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 8. CAPACITACIÓN SANA AL OFRECER EL PRODUCTO



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

Según la representación gráfica podemos evidenciar que 84% de las Pymes del Cantón de Milagro respondió que siempre existe una capacitación sana al momento de ofrecer su producto, en base a estos datos podemos decir que si debe de existir una capacitación sana para el cliente para así poder satisfacer sus necesidades.

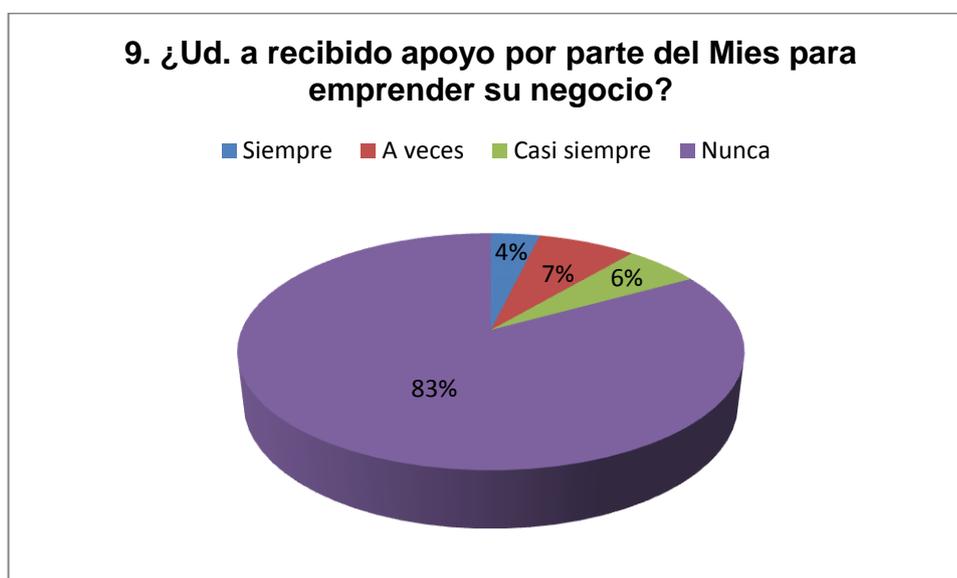
CUADRO 12. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	11	0,04
A veces	22	0,07
Casi siempre	17	0,06
Nunca	245	0,83
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 9. APOYO POR PARTE DEL MIES PARA EMPRENDER EL NEGOCIO



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

El 83% de las Pymes del Cantón Milagro dijeron que no han recibido apoyo por parte del Mies para emprender sus negocios, puesto que si serviría de ayuda su apoyo ya que así se podría mejorar en sus negocios y alcanzar un mejor nivel de competitividad, mientras tanto solo el 7% dijo que si ha recibido apoyo por parte del Mies y les ha servido de provecho para poder lograr lo planeado.

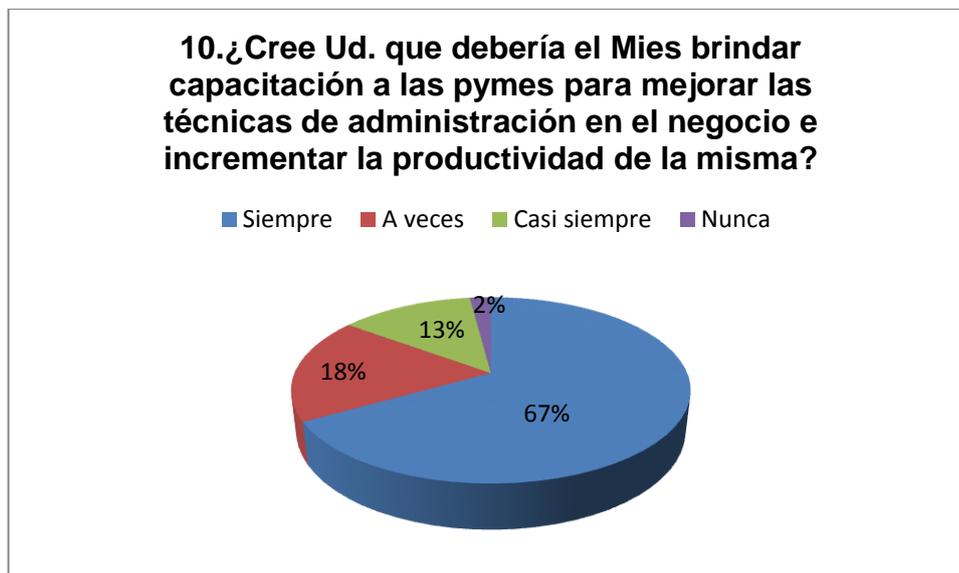
CUADRO 13. RESULTADOS DE ENCUESTAS

ALTERNATIVAS	RESULTADO	%
Siempre	197	0,67
A veces	54	0,18
Casi siempre	38	0,13
Nunca	6	0,02
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

FIGURA 10. CAPACITACIÓN PARA MEJORAR LAS TÉCNICAS DE ADMINISTRACIÓN E INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD



Fuente: Encuesta a las Pymes del Cantón Milagro.

Elaborado por: Pablo Condo Chávez y Sanny Pimbo Uriarte

Según lo observado en el gráfico podemos decir que el 67% de las Pymes encuestadas en el Cantón Milagro respondieron que si debería el Mies brindar capacitación a las Pymes del Cantón, ya que así se ayudaría a adquirir nuevos conocimientos de cómo saber implementar las técnicas necesarias para poder incrementar la utilidad del negocio.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

En este punto de mucha importancia poder exponer que tenemos la plena seguridad que la información recopilada del proyecto óptimo y real, debido a que las respuestas obtenidas por las encuestas realizadas a las Pymes del sector comercial del Cantón Milagro son claras y concisas.

Estas técnicas nos han ayudado a obtener conocimientos e información esencial el cual nos servirá de útil ayuda para poder defender y sustentar nuestro proyecto.

Según las respuestas que recolectamos de las encuestas realizadas a las Pymes del Cantón encontramos múltiples factores que nos describen que no existe un interés primordial por parte de ningún ente público en brindar apoyo al microempresario, el cual no cuenta con conocimientos esenciales para el buen funcionamiento de su negocio, pero si hay conciencia de parte de los microempresarios que si existirá ayudas como: apoyo por parte de instituciones financieras públicas, capacitaciones y asesorías tributarias y contables, se podría obtener un mejor funcionamiento de las actividades y un incremento favorable de sus utilidades.

Mediante este análisis esperamos poder mejorar el funcionamiento de las Pymes del Cantón, generando beneficios tanto para la comunidad como para los microempresarios, y así poder hacer de estas fuertes fuentes generadoras de ingresos, que marquen a nuestro dulce Cantón como un ejemplo de superación laboral y bienestar comunitario, produciendo así un mejor nivel de competitividad dentro del mundo comercial.

4.3 RESULTADOS

La información que hemos obtenido por medio de las encuestas realizadas a las Pymes del sector comercial en el Cantón Milagro, nos han servido de mucha ayuda proporcionándonos los datos suficientes los cuales contribuyen a la realización del proyecto de investigación.

Según la información obtenida de las encuestas los microempresarios dieron a conocer que sus Pymes están en un Nivel medio, por lo que las organizaciones externas están más adaptadas a la innovación, donde muchos tienen ese desconocimiento de idea para ejercer su producción en lo que respecta a la Pymes en el Cantón Milagro.

Podemos decir que existe un alto porcentaje en que la tendencia brindada hacia los clientes es muy buena en aprovechar la oportunidad para llevar la productividad en un nivel más alto frente a sus competidores.

Y así con toda la información adquirida podemos concluir que las Pymes se encuentran en un nivel intermedio ya que no existe un apoyo continuo por parte de organizaciones externas las cuales estén prestas a ayudar con la realización de capacitaciones que permitan mejorar en las funciones de sus actividades y la calidad del producto o servicio que brinda cada una de las Pymes del Cantón para así lograr cubrir las expectativas y la satisfacción plena de los clientes.

4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS

CUADRO 14. Verificación de hipótesis

HIPOTESIS	VERIFICACIÓN
Mayor eficiencia	Considerando las respuestas obtenidas por medio de las encuestas, podemos darnos cuenta que si existiera la asesoría necesaria, el funcionamiento de las Pymes tendría una mayor eficiencia en las actividades que realiza.
Incremento productivo	Con los datos obtenidos podemos decir que las asesorías por parte del Mies las Pymes lograrían un incremento en las utilidades de sus negocios.
Competitividad	Según los resultados, los dueños de las Pymes dicen que si hubiera un apoyo por parte de entes públicos se lograría llegar a un óptimo nivel de competitividad en el Cantón.
Capacitación al personal	Muchos de los dueños de las Pymes opinaron que es de mucha importancia llevar una capacitación continua para así poder cumplir con las exigencias del cliente.
Tecnología de punta	Las respuestas dadas nos reflejan que es necesario recibir capacitaciones por parte organizaciones externas para así adquirir nuevos conocimientos lo cuales ayuden a la mejora de sus equipos tecnológicos.
Fuentes de financiamiento	Es de útil ayuda poder acceder a préstamos financieros otorgados por entidades públicas, ya que esto ayudará a que las Pymes puedan realizar sus actividades sin ningún inconveniente por falta de capital de trabajo.

Fuente: Hipótesis del proyecto

Elaborado por: Pablo Condo Chavez y Justin Pimbo Uriarte

5. CONCLUSIONES

Las Pymes del sector comercial en el Cantón Milagro 2014 – 2015 de acuerdo a la necesidades que los administradores del sector comercial, es necesario buscar implementar soluciones que ayude a la supervivencia de las Pymes dentro del mercado ante una competencia muy desleal.

Mediante un estudio realizado en el sector comercial se pudo determinar que el Cantón Milagro es uno de los cantones donde posee una gran influencia de sectores comerciales muy competitivos en donde el aspecto productivo es muy bueno; pero a la vez desconocen poseer procedimientos de trabajos que les permita mejorar sus labores productivas.

Las Pymes del Cantón Milagro actualmente tienen modelos basados a experiencia mas no en el conocimiento de emprendimiento, si no en mantener un nivel de productividad alta.

6. RECOMENDACIONES

Las Pymes del Cantón Milagro deben realizar estrategias de innovación generando crecimiento para ver la competencia y para la mejora de servicios que proporciona las Pymes, para así poder satisfacer las necesidades en el mercado y poder fidelizar los clientes.

Fortalecer el nivel de conocimiento antes de emprender las Pymes en el sector comercial que existe en Cantón Milagro.

Capacitar y dar a conocer las nuevas oportunidades que desee ofrecer las identidades públicas otorgadas por el estado para las Pymes.

Proporcionar información tributaria y contable para las Pymes antes de invertir su capital este en menor riesgo

ANEXOS



Anexo 1: Formato de las encuestas a las Pymes.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

Objetivo: El siguiente cuestionario tiene la finalidad de reconocer las características de las Pymes del sector comercial en el Cantón. De tal manera con las respuestas obtenidas podremos tener una idea que nos guiará al propósito de la Investigación. "Características de las Pymes del sector comercial localizadas en la zona 5 en el Cantón de Milagro periodo junio 2014 a Junio 2015. "

Seleccione la respuesta oportuna a lo solicitado.

1. ¿Ha recibido Usted ayuda por parte de organizaciones externas para mejoras en sus equipos tecnológicos?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

2. ¿Considera Usted que la falta de comunicación con los clientes afecta al instante de satisfacer sus necesidades?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

3. ¿Con que frecuencia ha recibido Usted algún tipo de relación laboral para realizar negociaciones de gran importancia para el bienestar de su pyme?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

4. ¿Le han brindado a Ud. préstamos para su negocio por parte de entidades financieras públicas?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

5. ¿Ha recibido Ud. Por parte de los Ministerios asesoría tributaria para su negocio?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

6. ¿Ha recibido Ud. Por parte de los Ministerios asesoría contable para su negocio?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

7. ¿Los Gobiernos de turno han brindado capacitación a su personal?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

8. ¿Cree Ud. Que existe una capacitación sana al momento de ofrecer su producto?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

9. ¿Ud. a recibido apoyo por parte del Mies para emprender su negocio?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

10. ¿Cree Ud. que debería el Mies brindar capacitación a las pymes para mejorar las técnicas de administración en el negocio e incrementar la productividad de la misma?

a. Siempre	b. a veces	c. casi siempre	d. Nunca
------------	------------	-----------------	----------

Anexo 2: Formato de las entrevistas a los dueños de las Pymes.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

Objetivo: El siguiente cuestionario tiene la finalidad de reconocer las características de las Pymes del sector comercial en el Cantón. De tal manera con las respuestas obtenidas podremos tener una idea que nos guiará al propósito de la Investigación. "Características de las Pymes del sector comercial localizadas en la zona 5 en el Cantón de Milagro periodo junio 2014 a Junio 2015. "

Seleccione la respuesta oportuna a lo solicitado.

1. ¿Qué piensa Ud. al momento de referirnos sobre las Pymes?

La existencia de estas microempresas se produjo debido a las necesidades materiales y escasas de satisfacción de los clientes.

2. ¿Cómo describe a las Pymes del Cantón Milagro?

Las pymes han aportado mucho en el cantón ya que se han convertido en fuentes de trabajo para muchos desempleados los cuales buscan un ingreso que ayude en su hogar.

3. ¿Considera Ud. que la experiencia es un componente importante para el éxito de su negocio? ¿Por qué?

En muchas ocasiones la experiencia juega un papel importante en los negocios, pero una persona que no tiene experiencia también puede adquirir conocimientos con el día a día en las actividades que realiza.

4. ¿Qué opina sobre la experiencia laboral?

Opino que la experiencia es un elemento importante para los empresarios y microempresarios porque ayuda a realizar mejor las actividades.

5. Demuestra interés y atención cuando un cliente requiere información adicional sobre un producto en común.

Creo que es muy esencial ya que el cliente va a sentir que es importante, muchas veces estos factores pueden hacer que perdamos clientes.

6. Cuáles cree Ud. Que son sus fortalezas en su negocio

Pienso que unas de las fortalezas más importantes es la calidad de servicio y el trato que se le brinda al cliente.

- 7. Si un cliente reacciona de una manera no adecuada acerca del producto que Ud. ofrece. ¿Cuál sería su reacción y como lidiaría con ese cliente?**
Pues creo que siempre tiene que existir el diálogo, tener una actitud serena y tratar de remediar el problema.
- 8. ¿Su negocio cuenta con diversas áreas? Si es así que áreas le gustaría desarrollar más y cuál sería su motivo para perfeccionarla.**
Me gustaría desarrollar más el área de producción perfeccionar la calidad del producto ya que el cliente siempre busca lo mejor.
- 9. ¿Cree Ud. que las Pymes en el Cantón de Milagro aportan al crecimiento económico del Cantón?**
Pues si aporta mucho ya que es una fuente más de trabajo y por ende ayuda que se genere más ingresos a los hogares y se disminuya el desempleo en el cantón.
- 10. ¿Cómo evalúa las Pymes su competitividad en el mercado?**
Cada día las pymes quieren crecer más que otras ya sea cambiando precios, presentación o calidad de los productos para así tratar de obtener más clientes y ganar un posición sólida en el mercado.

Anexo 3: Fotos de las Encuestas realizadas a las Pymes del Cantón.



FIGURA 11. ENCUESTA A LOCAL DE ACCESORIOS PARA NIÑOS

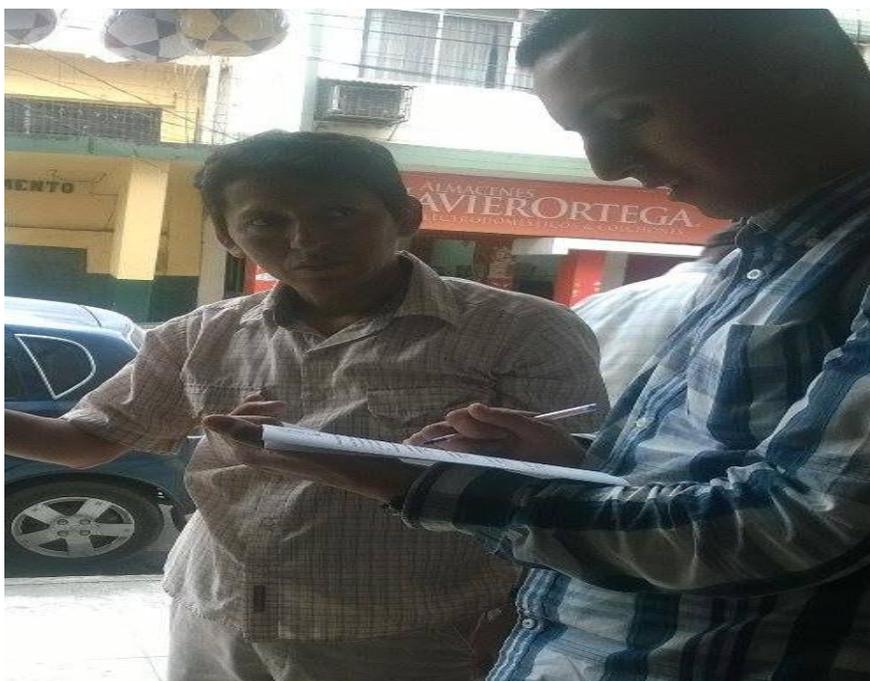


FIGURA 12. ENCUESTA A LOCAL DE CALZADO

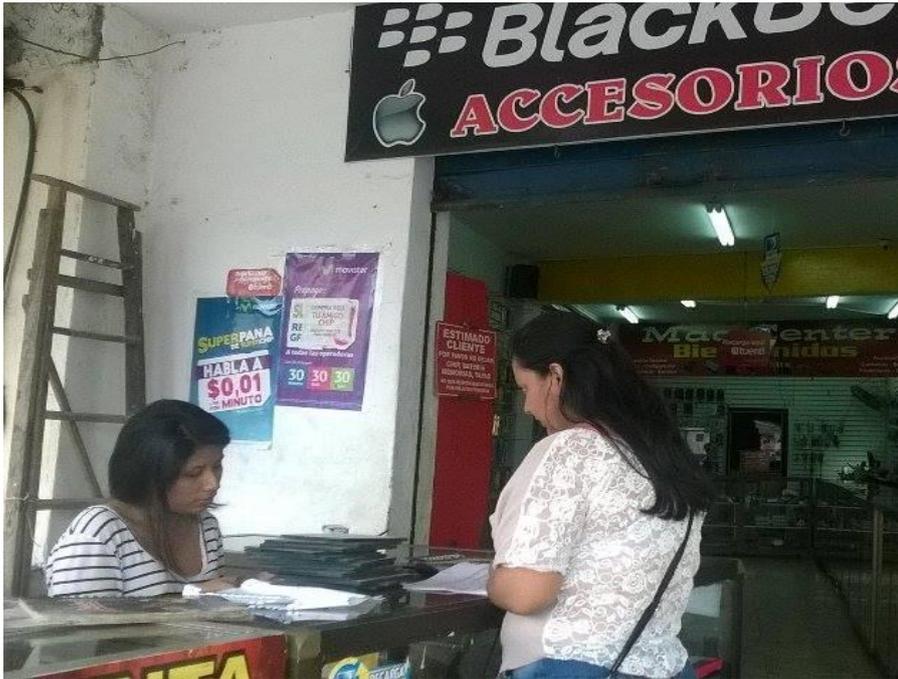


FIGURA 13. ENCUESTA A LOCAL DE ACCESORIOS TELEFONICOS



FIGURA 14. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL



FIGURA 15. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL



FIGURA 16. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL -PANADERIA



FIGURA 17. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL



FIGURA 18. ENCUESTA A LOCAL COMERCIAL -VARIOS

Anexo 4: Datos INEC.

INDICADORES
ECONÓMICOS

MILAGRO: Población Ocupada por Rama de Actividad



Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010

• Recaudación de impuestos:

En el 2012 el Impuesto a la Renta recaudado en el cantón MILAGRO representó el 0.6% del total de la provincia GUAYAS. Respecto al 2010 creció en 49.6%.

BIBLIOGRAFÍA

- Código Orgánico de la Produccion, Comercio, e Inversiones. (16 de Diciembre de 2010). *Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- DEYNOR CENTHY . (2003). *Fundacion para el desarrollo empresarial y humano- Infrome Pyme Region Arequipa 2002*. Arequipa.
- Dra. Martha Hidalgo, Ing. Carol Proaño, Ing. Marco Vinicio. (2011). Evaluación del uso de la tics en el Desempeño de las PYMES ubicadas en la zona urbana de la Ciudad de Latacunga. Latacunga, Ecuador.
- IDE. (Febrero de 2006). Obtenido de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-febrero-2006/736-analisis-y-ranking-de-pymes>
- Ignacio George Villagomez Tumbaco. (2013). Modelo de Gestión Administrativas para las PYMES en la Parroquia Rural José Luis Tamayo del Cantón salinas de la Provincia de Santa Elena.
- JUAN CARLOS ALCAIDE, BERNUES SERGIO. (2013). *Marketing y Pymes*. Madrid.
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. TRATAMIENTO TRIBUTARIO DE LAS PYMES. (2014). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS RESOLUCION SC.ICI.CPAIFRS.G.11.010, . (2 de Noviembre de 2011). *SMS LATINOAMERICA, SMS ECUADOR*. Obtenido de CONTADORES, AUDITORES Y ASESORES GERENCIALES: <http://blog.smsecuador.ec/2011/11/superintendencia-de-companias-resolucion-sc-ici-cpaifrs-g-11-010/>
- VICTOR, C. (15 de junio de 2011.). *El Economista*. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2011/06/15/las-frases-exito-las-pymes>
- VÍCTOR, I. A. (05 de 07 de 2012.). *Grandes pymes*. Obtenido de <http://www.grandespymes.com.ar/2012/05/07/resistencia-al-cambio-porque-se-da-y-como-gestionarla/>



Milagro, 18 de noviembre de 2015

Señor Ingeniero
Félix Villegas Yagual, MAE
 Decano de FCAC
 Presente

Señor Decano:

Para los fines legales consiguientes, certifico que se ha revisado la tesis, de los, **PABLO HERNAN CONDO CHAVEZ y SANNY JUSTIN PIMBO URIARTE** Egresados de la carrera de **INGENIERÍA COMERCIAL** con el Tema de Tesis Titulado **“ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS PYMES DEL SECTOR COMERCIAL DEL CANTON MILAGRO LOCALIZADAS EN LA ZONA 5”**, habiendo realizado las correcciones siguientes:

- 1.- Caratula
- 2.- Título del proyecto
- 3.- Pregunta 5 y 6 ortografía
- 4.- INEC
- 5.- Capitulo 2. Marco Referencial

Concluyendo la redacción de la tesis, la misma que ha sido revisada por el suscrito y el tribunal de sustentación.

Particular que ponemos a vuestro conocimiento, para los fines consiguientes.

Atentamente

ING. GUEVARA VIEJO FABRICIO
 PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

ING. VILLEGAS YAGUAL FELIX
 SECRETARIO DEL TRIBUNAL.

ING. ECHARTE FERNANDEZ MIGUEL
 VOCAL DEL TRIBUNAL

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

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