



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES

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

TÍTULO DEL PROYECTO
ESTUDIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y SU EFECTO EN
EL DESARROLLO DE LAS PYMES DEL CANTÓN SAN
JACINTO DE YAGUACHI, 2013 – 2014.

AUTOR (AS):
CAMPOS RODRÍGUEZ FILADELFIA MAGDALENA
MÉNDEZ ÁVILA ANDREA ROSELI

MILAGRO, 2015
ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL (A) TUTORA (A)

Por la presente hago contar que he analizado el proyecto de grado presentado por las **Srtas. ANDREA ROSELI MÉNDEZ ÁVILA Y FILADELFIA MAGDALENA CAMPOS RODRÍGUEZ**, para optar al título de Licenciada en Gestión Empresarial y que acepto tutoriar la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, marzo 2015

MSC. XIOMARA ZUÑIGA SANTILLAN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los autores de esta investigación declaramos ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica 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, marzo 2015

ANDREA MENDEZ ÁVILA
C.I 0919067355

FILADELFIA CAMPOS RODRIGUEZ
C.I 0922565205

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del Título de Licenciatura en Gestión Empresarial otorga el presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

NOMBRE DE LA EGRESADA: ANDREA ROSELI MENDEZ ÁVILA

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

NOMBRE DE LA EGRESADA: FILADELFIA MAGDALENA CAMPOS RODRÍGUEZ

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedicado a Dios ya que él ha sido, es y será aquel ser que mediante su guía me ayudado a cumplir con este objetivo muy importante en mi vida, siendo el mi fortaleza para superar los diversos obstáculos que se me han presentado, de la misma manera esforzándome con mucha constancia y perseverancia cumpliré todos mis objetivos futuros para mi desarrollo profesional y personal.

Lo dedico a mis padres Arturo Méndez y Rosa Avila, a mi abuela Rosa Fuentes, y a mi hija Carlita Pincay, ya que ellos han sido un espejo en el cual al verlos en el día a día se reflejaba mis ganas, mis fuerzas, mi entusiasmo por salir adelante en cada momento y ante cualquier adversidad, a ellos por darme esa motivación, ese apoyo que con sabios consejos han logrado que yo culmine con responsabilidad mi etapa de estudios, prometo ser siempre una mujer de bien con buenos valores, pensamientos y sentimientos que en mi hogar se me ha inculcado, cumpliré siempre con buenas acciones en la tierra en señal de agradecimiento a Dios por la vida, por la salud al igual por todas sus bendiciones derramadas en mi familia y demás seres queridos.

Andrea Roseli Méndez Avila.

DEDICATORIA

Toda mi gratitud en estas páginas que van dedicadas a mis queridos padres Alberto Campos Haz y Rocío Rodríguez Medina que siempre estuvieron conmigo dándome su apoyo incondicional, para juntos poder cumplir mi gran anhelada meta, sin la ayuda de ellos esto no hubiera sido posible.

De igual manera a mi adorada hija Yulianna Brito Campos, y a mi esposo Jonatan Brito Ulloa.

Filadelfia Campos Rodríguez.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por haber permitido que yo cumpla con mis metas que será de beneficio tanto para mí como para la sociedad porque aportando con conocimientos y buenas expectativas se lograra estructurar un mundo mejor.

Una inmensa gratitud a la Msc. Xiomara Zuñiga asesora de este proyecto por haber tenido esa gran paciencia y firmeza durante la realización del mismo, gracias por brindarme la satisfacción de trabajar junto a ella ya que adquirí a su vez más conocimientos que a futuro me servirá de mucho en mi vida profesional, gracias por todo, que Dios derrame siempre bendiciones.

Andrea Roseli Méndez Avila.

-

AGRADECIMIENTO

Doy gracias a Dios y la Virgen Santísima porque con su bendición he podido alcanzar mi sueño y meta, ya que sin su ayuda no hubiera sido posible.

Un profundo agradecimiento a mis padres, por siempre ser mis guías, por su apoyo, constancia y luchar junto a mí por alcanzar esta meta en mi vida.

También a mi esposo por su apoyo y ayuda incondicional en todo momento.

Filadelfia Campos Rodríguez.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR
Ing. Fabricio Guevara Viejó, 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 a la obtención del Título de Tercer Nivel, cuyo tema es **Estudio del Nivel de Desarrollo de la Pymes Del Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013 - 2014**, y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, marzo 2015

ANDREA MENDEZ ÁVILA

C.I 0919067355

FILADELFIA CAMPOS RODRIGUEZ

C.I 0922565205

ÍNDICE

ACEPTACIÓN DEL (A) TUTORA (A).....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ix
INDICE DE CUADROS.....	xiii
INDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Problematización	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
1.2.2 Objetivo General	5
1.2.3 Objetivos Específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
1.3.2 Justificación de la Investigación.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales.....	10
2.1.3 Fundamentación	14
2.2 MARCO LEGAL	33

2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	35
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	37
2.4.1 Hipótesis General.....	37
La Gestión Empresarial incide de forma muy significativa en el desarrollo de las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013-2014	37
2.4.2 Hipótesis Particulares	37
2.4.3 Declaración de las variables.....	37
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	38
CAPÍTULO III	39
MARCO METODOLÓGICO.....	39
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	39
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	40
3.2.1 Características de la Población.....	40
3.2.2 Delimitación.....	40
3.2.3 Tipos de Muestra.....	41
3.2.4 Tamaño de la Muestra.....	41
3.2.5 Proceso de selección.....	41
3.3.2 Técnicas e Instrumentos	43
3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	43
CAPÍTULO IV.....	44
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	44
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.....	44
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	54
4.3 RESULTADOS.....	54
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	55
CAPÍTULO V.....	56
PROPUESTA	56
5.1 TEMA.....	56
5.2 FUNDAMENTACIÓN	56
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	58
5.4 OBJETIVOS.....	59
5.4.1 Objetivo General.....	59

5.4.2 Objetivos específicos	59
5.5 UBICACIÓN.....	60
5.6 FACTIBILIDAD	61
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	62
5.7.1 Actividades	62
5.7.1.1 FODA del sector Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi	62
5.7.1.3 Operativización de las estrategias.	65
5.7.2 RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO	67
5.7.3 Impacto.....	68
5.7.4 Cronograma.....	69
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	70
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA	73

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Operacionalización de las variables	38
Cuadro 2. Sectores de la economía	40
Cuadro 3. Muestra dividida por sectores	41
Cuadro 4. Desarrollo de las PYMES	44
Cuadro 5. Satisfacción	46
Cuadro 6. Planificación	47
Cuadro 7. Recursos	48
Cuadro 8. Financiamiento	49
Cuadro 9. Tipo de mercado	50
Cuadro 10. Distribución	51
Cuadro 11. Uso de técnicas promocionales	52
Cuadro 12. Tecnología	53
Cuadro 13. Verificación de hipótesis	55
Cuadro 14. FODA	62
Cuadro 15. Matriz FO FA DO DA	63
Cuadro 16. Operativización de las estrategias	65
Cuadro 17. Estrategias	66
Cuadro 18. Cálculo de Costo - Beneficio	67
Cuadro 19. Costo-Beneficio	67
Cuadro 20. Cronograma	69

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Desarrollo de PYMES	45
Gráfico 2. Satisfacción	46
Gráfico 3. Planificación	47
Gráfico 4. Recursos	48
Gráfico 5. Financiamiento	49
Gráfico 6. Tipo de mercado	50
Gráfico 7. Distribución	51
Gráfico 8. Uso de técnicas promocionales	52
Gráfico 9. Tecnología	53
Gráfico 10. Croquis San Jacinto de Yaguachi	60

RESUMEN

El presente trabajo tiene por objeto fomentar el desarrollo de las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi, mediante el diseño de estrategias de gestión empresarial, en el cual sus beneficiarios directos serán los dueños de dichos negocios, este trabajo se distribuye en cinco capítulos:

En el Capítulo I se presentan los principales inconvenientes que actualmente están atravesando las Pymes del cantón, además la formulación y sistematización del, los objetivos de la investigación y su respectiva justificación para el desarrollo de la investigación. En el Capítulo II se efectúa la investigación de antecedentes referenciales sobre la gestión empresarial y las Pymes, asimismo se analiza diferentes trabajos para tomar como referencia en la ejecución de la investigación. También se realiza la fundamentación correspondiente al tema presentado, el marco legal al cual debe regirse el trabajo, y por último la definición de distintas palabras para la mejor comprensión de la investigación. Se presentan las hipótesis y su operacionalización. En el Capítulo III se detallan los tipos de investigación a emplear, la población que va a ser investigada y por consiguiente la muestra a la cual van dirigidas las diferentes técnicas de investigación. En el Capítulo IV se presentan los resultados de las encuestas efectuadas, mediante cuadros y gráficos estadísticos para un mejor entendimiento de los resultados. En el Capítulo V se presenta la propuesta para la solución de los problemas planteados en el capítulo 1, los objetivos de dicha propuesta, su factibilidad y la ejecución de sus actividades, además se muestran los gastos en los que posiblemente se pueden incurrir para su ejecución.

Palabras clave: Gestión Empresarial, Desarrollo, PYMES, Comercialización, Producto de Consumo Masivo.

ABSTRACT

The present work aims to promote the development of SMEs in the Canton San Jacinto de Yaguachi, by designing business management strategies, in which the direct beneficiaries will be the owners of such businesses, this paper is divided into five chapters.

In the Chapter I the main drawbacks that are currently facing PYMES the Canton, besides the formulation and systematization of the respective rationale for the development of research are presented. In the Chapter II referential background research on corporate governance and PYMES is effected also discusses different jobs to make reference in the implementation of research. The appropriate basis to issue presented is also performed, the legal framework which should govern the work, and finally the definition of different words for better understanding of research. Assumptions and their operation are presented. In the Chapter III types of research to be used, the population to be investigated and therefore the sample to which they are addressed different research techniques are detailed. In the Chapter IV the results of the surveys are presented, using statistical charts and graphs for better understanding of the results. In the Chapter V the proposal for the solution of the problems raised in Chapter 1, the objectives of this proposal, feasibility and implementation of its activities is presented, besides the expenses that may be incurred possibly for execution is.

INTRODUCCIÓN

Las PYMES en nuestro país son la base del desarrollo social, ya sea produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, razón por la que se establece como un actor primordial en la generación de riqueza y empleo.

En Ecuador las PYMES tienen como objetivo el desarrollo económico y social de sus pueblos, permiten dinamizar y proveer de empleo de factores productivos y de capital, de acuerdo a las condiciones de mercado, al tiempo que incentivan la industria nacional y disminuyen el índice de desempleo.

En Ecuador las PYMES representan el 93% de los establecimientos manufactureros del país generan el 54% de empleo de la Población Económicamente Activa y participan en el mercado con el 53% de la producción.

Otro de los objetivos de las PYMES es buscar consolidarse dentro del mercado, alcanzando un determinado nivel de rentabilidad a corto plazo, logrando que su sistema de objetivo sea de supervivencia, rentabilidad y altas tasas de crecimiento para lograr a masa crítica.

Mientras que las medianas empresas tienen que conseguir ser atractivas a posibles compradores, teniendo voluntad de permanecer en el negocio con el mayor grado de autonomía posible o por el contrario habrá abandonado el barco por haber llegado a la conclusión de que, con esa dimensión no puede hacer factible su empresa ni va a llegar a ser factible a la empresa ni va a conseguir pertenecer al sector.

La gestión empresarial es la base de toda empresa, procura el bienestar de toda la organización a través de la solución de los problemas que se presentan en el transcurso de la actividad económica a la que se dedica, razón por la cual este trabajo está orientado a la gestión de las Pymes a través del desarrollo de estrategias de gestión empresarial que objeto de fortalecer el desarrollo de este sector.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

San Jacinto de Yaguachi es un territorio de gran importancia histórica, tradicionalmente el imaginario colectivo está ligado a la producción agrícola de la costa y a la celebración religiosa de las festividades de San Jacinto, de allí que el cantón tenga presencia de actividades vinculadas fundamentalmente a la agricultura, al agro-comercio, agroindustria y comercio al por menor.

Las PYMES en nuestro país son la base del desarrollo social, ya sea produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, razón por la que se establece como un actor primordial en la generación de riqueza y empleo.

La gestión empresarial es la base de toda empresa, procura el bienestar de toda la organización a través de la solución de los problemas que se presentan en el transcurso de la actividad económica a la que se dedica.

Sin embargo en el cantón San Jacinto de Yaguachi existen ciertos problemas referentes a este tema como el desarrollo deficiente de la PYMES, lo cual se debe a una gestión empresarial ejecutada de manera incorrecta, ya que estas empresas son administradas por sus propios dueños y de forma empírica.

Otro de los problemas que presentan las PYMES es la insuficiencia de recursos propios, por lo tanto precisan de mayores recursos ajenos que la gran empresa, esto se debe a los problemas que presentan en el ámbito de la financiación, ya que tienen

dificultad para acceder a líneas de créditos de mediano y largo plazo y enfrentan tipos de intereses más elevados y plazos de amortización más cortos.

Además otro factor que perjudica la productividad de las PYMES en comparación con las grandes empresas es la escasa tecnología incorporada en los procesos productivos ya que dificulta la asimilación de conocimientos técnicos disponibles, servicios de desarrollo empresarial a los que las empresas grandes pueden acceder porque cuentan con más recursos y mejores posibilidades.

Las PYMES generalmente centran sus actividades solo en mercados locales, lo que los ha llevado a mostrar una escasa tradición exportadora debido a las grandes limitaciones para la distribución y promoción de sus productos.

Las PYMES generalmente inician sus actividades con objetivos claros y definidos porque realmente son buenos negocios pero su crecimiento es limitado ya que se enfrenta a un mercado dinámico que cada vez exige una gestión administrativa más eficiente y efectiva, para lograr de esta forma un desarrollo económico beneficio para el sector donde estas se desarrollan.

Las debilidades de las PYMES generalmente son la falta de conocimiento en el ámbito empresarial, la carencia de capital o de liquidez para crecer, insuficiencia de maquinaria y tecnología para sus procesos productivos, contables y administrativos, dificultad en los procesos de competencia, carencia de asesoría y programas específicos para PYMES, entre otros.

Pronóstico

El desarrollo de la PYMES en el Cantón San Jacinto de Yaguachi es deficiente de no encontrar una solución para los problemas presentados con anterioridad se corre el riesgo de que las empresas instaladas en esta parte del territorio nacional tengan un corto periodo de vida, lo que a su vez trae consigo la disminución de fuentes de empleo y la disminución de la actividad económica del país.

Control de pronóstico

Para mejorar el desarrollo de las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi es necesario efectuar estrategias de gestión empresarial que ayuden a la buena administración de pequeñas y medianas empresas.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: San Jacinto de Yaguachi

Sector: Urbano - Rural

Área: Gestión

Unidad de Estudio: PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

Tiempo: Se estudiarán los periodos 2013 – 2014 y la civilización con sus resultados podrán tener validez durante 3 años, caso contrario deberán ser reajustados y actualizados.

1.1.3 Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la gestión empresarial en el desarrollo de las PYMES en el Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013 - 2014?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera incide el acceso a financiamientos que tienen las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi?

¿Cómo influye la tecnología en la aplicación de conocimientos técnicos en las PYMES?

¿Cómo perjudica a las PYMES las limitaciones que presentan para la distribución y promoción de sus productos, en la ejecución de sus actividades comerciales?

1.1.5 Determinación del tema

Estudio de la Gestión Empresarial y su efecto en el desarrollo de las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013 – 2014.

1.2 OBJETIVOS

1.2.2 Objetivo General

Definir la incidencia que tiene la gestión empresarial en el desarrollo de las PYMES en el Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013-2014 a través de una investigación de los diferentes negocios que allí existen, para contribuir al crecimiento y desarrollo empresarial del cantón.

1.2.3 Objetivos Específicos

- ✓ Identificar los efectos del acceso a financiamiento que tienen las PYMES en los recursos con los que cuentan.

- ✓ Investigar cómo influye la tecnología en la aplicación de conocimientos técnicos en las PYMES.

- ✓ Analizar cómo perjudica a las PYMES las limitaciones que presentan para la distribución y promoción de sus productos en la ejecución de sus actividades comerciales.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.2 Justificación de la Investigación

Las PYMES suelen exponer un comportamiento económico dinámico y con una importante capacidad referente a la generación de empleo, es por esta razón que la importancia de esta investigación recae en el desarrollo de las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, razón por la que se convierte en un factor fundamental en la generación de riqueza y empleo, sin embargo la pequeña producción presenta problemas en el financiamiento, tecnología, recursos humanos, comercialización, diferenciación del producto, entre otros.

Con esta investigación se proyecta encontrar alternativas que mejoren la actividad productiva del Cantón, incrementando su calidad de vida, satisfaciendo sus necesidades y resolviendo problemas que se presentan en los diferentes negocios. El desarrollo de esta investigación surge con la necesidad de optimizar la gestión administrativa en las PYMES, además se cuenta con conocimientos necesarios para presentar un esquema de la solución que ayude a mejorar el crecimiento y el desarrollo de las mismas.

Lo más relevantes de la investigación es lograr que las PYMES adopten estrategias de gestión administrativa, brindándoles herramientas de gestión operativas y estratégicas que permitan mejorar la calidad, eficiencia y producción de la administración dentro de las PYMES. Promover y apoyar iniciativas de economía popular y solidaria y PYMES mediante mecanismos de asistencia técnica, circuitos económicos, aglomeración de economías familiares, sistemas de comercialización alternativa, fortalecimiento de la capacidad de negociación y acceso a financiamiento, medios de producción, conocimientos y capacidades, acorde a las potencialidades territoriales.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

Origen de la Gestión Empresarial

Aún en la actualidad existen dificultades para definir el origen de la historia de la administración, ciertos escritores, remontan el desarrollo de la misma a los comerciantes sumerios y a los egipcios, antiguos constructores de las pirámides o a los métodos organizativos de la iglesia y las milicias antiguas. Sin embargo, muchas empresas pre-industriales, dada su pequeña escala, no se sentían obligadas a hacer frente constantemente a las aplicaciones de la administración. Las innovaciones tales como la extensión de los números árabes entre los siglos V y XV y la aparición de la contabilidad de partida doble en 1494 suministraron las herramientas para el planeamiento y el control de la organización y de esta forma el nacimiento formal de la administración. No obstante es en el siglo XIX cuando surgen las primeras publicaciones donde se discutía sobre la administración de modo científico y la primera aproximación de un método que reclamaba urgencia dada la aparición de la revolución industrial.

Siglo XIX

Muchos piensas en la administración moderna como una disciplina que empezó como un vástago de la economía en el siglo XIX, los economistas clásicos, tales como Adam Smith y John Stuart Mill, brindaron un fondo teórico a la asignación de los recursos, a la producción y a la fijación de precios. Asimismo, innovadores como Eli Whitney, James Watt y Matthew Boulton, desarrollaron instrumentos técnicos de producción tales como la estandarización, procedimientos de control de calidad, contabilidad analítica y

planeamiento del trabajo. A finales del siglo XIX, León Walras, Alfred Marshall y otros economistas implantaron una nueva capa de complejidad a los principios teóricos de la administración

Pymes

“La realidad socioeconómica se remonta al estudio de la empresa en épocas muy antiguas, a finales del siglo XVII, con el desarrollo de la Revolución Industrial, cuando se ofrece un concepto moderno del mismo”.¹

Las pequeñas y medianas empresas denominadas PYMES, nacen de dos maneras que son:

1. Aquellas que tienen origen como empresas en las que se pueden diferenciar por su correcta estructura y una organización, en la que se mostró una labor remunerada y una administración empresarial. Gran parte de estas empresas se desarrollaron en el sector formal de la economía y de capital intensivo.
2. Aquellas que tuvieron un comienzo familiar establecidos por una administración que solo le interesó sobrevivir, sin tomar en cuenta temas importantes como la inversión y el coste de oportunidad del capital, que permita el crecimiento de las organizaciones.

La importancia de las PYMES dentro de la economía global en los años 50 y 60 durante la presencia del modelo en el que hubo sustitución de adquisiciones, tanto señalado como admirado por los distintos autores especializados”. El caso al que hacemos referencia mostró gran eficacia que les pudo permitir, elaborar un “proceso de aprendizaje” con significativos efectos, lo cual tendría ciertas limitaciones en organización, capacitación, escala, etc.

¹ SANCHIS, Johan; RIVEIRO, Domingo: *Creación y Dirección de las Pymes*, Editorial, pág. 1. 2009.

El bajo rendimiento productivo se vio perjudicado por las limitaciones expuestas anteriormente que obtuvieron un aspecto negativo como la peculiaridad de estas organizaciones, apartándolas de los niveles internacionales, adquiriendo como efecto que las mismas durante los 70, ciclo de desequilibrio macroeconómico, se preocuparan simplemente por sobrevivir, generándoles una profunda crisis que se extendió hasta la década de los 80.

Consecutivamente los cambios que vienen aconteciendo desde 1999 en lo referente a la estabilidad económica interna y la disponibilidad de financiamiento externo, parecen mostrar el comienzo de una nueva etapa para las PYMES, con ciertos obstáculos que aún deben superarse.

“La mayor parte de las empresas PYMES en el Ecuador, especulan que la solución para establecer un proceso de eficiencia, es la automatización por sí sola, pero si no está unida al “cómo hacerlo”, no funciona”.²

² MARCHÁN, Karina: *Análisis de competencias y habilidades para que un usuario utilice herramientas de inteligencia de negocios en las PYMES en Ecuador*, Tesis de grado para optar el título de Master en Sistema de Información Gerencial, Escuela de Ingeniería en Electricidad y Computación, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, 2009.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Para la ejecución del presente proyecto de investigación hemos tomado como referencia diferentes trabajos basados en la gestión empresarial de las PYMES en busca de distintos objetivos para mejorar su administración y rentabilidad:

La presente tesis, elaborada por las señoritas **Mejía Quizhpi Karina del Rocío y Valencia Naranjo Jenny Gabriela**, denominada **Auditoría de Gestión en PYMES**, en el **año 2012**, en la **Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas , Escuela de Contabilidad y Auditoría**, consiste en la elaboración de una Auditoría de Gestión para pequeñas y medianas empresas, la misma que permitirá entender que las PYMES componen un elemento determinante en la relación de la actividad económica y por ende a la generación de empleo. Con la información que el Auditor adquiere, puede jerarquizar las áreas críticas para profundizar el examen. Se debe considerar:

- El resultado de la evaluación del Control Interno
- El interés de los Directivos de la Organización
- Los resultados de otras auditorías.

El objetivo general de estudio de esta Auditoría de Gestión en PYMES, es que servirá como instrumento básico para determinar el grado de economía, efectividad y eficiencia en el uso de los recursos disponibles en la organización, decisiones de la gerencia, determinar el cumplimiento de los objetivos y metas formulados por la Gerencia, así como la elaboración de nuevas metas y satisfacer las necesidades de los clientes. Para el desarrollo de la tesis se ha recopilado información de acuerdo a lo requerido en el Manual de Auditoría de Gestión de la Contraloría General del Estado, en las Normas Ecuatorianas de Auditoría, en el libro de Auditoría de Gestión de Milton K. Maldonado y adicionalmente se hizo uso de criterios profesionales en el tema. Con la información sustentatoria recopilada en las fases de planificación y ejecución, el auditor señalará recomendaciones que permitan solucionar los problemas y sus consecuencias, para que los Administradores adopten las medidas pertinentes. El auditor podrá realizar inspecciones continuas para verificar el cumplimiento efectivo de las recomendaciones expuestas en el Informe Final de Auditoría de Gestión. Luego del desarrollo del tema se

llegó a la conclusión de que se logrará elevar el nivel de organización, administración y control de las operaciones que se efectúan dentro de la empresa y de esta forma permitirá lograr objetivos determinados con menor tiempo y costo, mejorando su competitividad y productividad.

El trabajo de investigación titulado **Mejoramiento de la gestión de las PYMES a través de un Sistema de Información Gerencial (SIG)**, efectuado en el año 2011 por los señores **Durango Pérez David Sebastián** y **Naranjo Galindo Fernando Javier**, de la **Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**, busca elaborar un diagnóstico de la situación actual sobre la administración de las PYMES, correspondientes al subsector de Elaboración de Productos Alimenticios y Bebidas, de la industria manufacturera en la ciudad de Quito. La encuesta efectuada a las compañías estuvo enfocada básicamente a conocer el desarrollo de los sistemas de información dentro de las áreas de producción, finanzas, recursos humanos y ventas principalmente; lo que nos permitió además lograr un conocimiento general del nivel tecnológico que tienen estas compañías, así como de las necesidades en cuanto a infraestructura tanto física como tecnológica para la implementación de un Sistema de Información Gerencial. Los Sistemas de Información Gerencial en la actualidad se constituyen como las herramientas que integran las operaciones de la empresa y que de forma oportuna ayudan a la alta gerencia a tomar decisiones basadas en hechos tangibles y no en apreciaciones empíricamente orientadas. El sector del Clasificador Internacional Industrial Único (CIIU) D19, que corresponde a curtido y adobo de cueros, fabricación de maletas, bolsos de mano, artículos de talabartería y marroquinería, y calzado, tiene una alta concentración en las provincias de Tungurahua, Azuay, Imbabura y Pichincha. Específicamente dentro del Distrito Metropolitano de Quito, hay 20 empresas entre pequeñas y medianas que pertenecen a este subsector, ubicadas en las zonas* de los parques industriales del norte y si de la ciudad, todo esto conforme a la base de datos proporcionada por la Superintendencia de Compañías. Las empresas investigadas fueron expuestas a encuestas, las cuales arrojaron como resultados que presentan un nivel tecnológico bajo, sus actividades productivas son ineficientes, además no cuentan con un sistema de información gerencial que les

permita mejorar la gestión financiera, administrativa y operativa. Entre las principales limitaciones para implementar un Sistema de Información Gerencial está el factor económico, razón por la que se busca alternativas viables para financiar la compra o licenciamiento de estos sistemas. Además este estudio como solución a los problemas encontrados propone el modelo de cubos de información, que representan fundamentalmente un subconjunto de datos almacenados que una vez procesados generarán información, que les permitirá a las PYMES del subsector D19 mejorar la competitividad de sus empresas y contribuyendo a su desarrollo sustentable con miras a incrementar su participación en el mercado nacional e internacional.

En el año 2013, el señor **Villagómez Tumbaco Ignacio George**, de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena**, de la **Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Administración**, efectuó una tesis denominada **Modelo de Gestión Administrativa para las PYMES en la parroquia rural José Luis Tamayo del Cantón Salinas de la Provincia de Santa Elena**, la cual consiste en diseñar un Modelo de Gestión Administrativa para las Relaciones Protocolarias de las PYMES en la parroquia José Luis Tamayo del cantón Salinas, como un modelo operativo viable para solucionar necesidades de este grupo social, es uno de los objetivos de la elaboración de este trabajo de tesis. Para su efecto se hizo uso del diseño de investigación cualitativa, documental y de campo que brindaron las pautas y características a la fundamentación de la propuesta, se emplearon las técnicas de encuesta y entrevista, de esta forma se optimizará las relaciones protocolarias en el sector comercial y turístico para su fortalecimiento. Este estudio se conforma de procesos que analizan la situación actual de las pequeñas y medianas empresas de la parroquia José Luis Tamayo, con el objetivo de entender su problemática actual para buscar soluciones que incrementen su competitividad. Este estudio se conforma de procesos que analizan la situación actual de las pequeñas y medianas empresas de la parroquia José Luis Tamayo, con el objetivo de entender su problemática actual para buscar soluciones que incrementen su competitividad. Al comienzo el informe de investigación y propuesta presenta un análisis situacional, jurídico, económico y político de las PYMES. Las demás secciones presentan varias soluciones y se opta por seleccionar una basándose en el modelo.

Con este trabajo se pretende que las PYMES identifiquen claramente cuáles deben ser las medidas que se deben tener en cuenta para promover la competitividad de sus negocios. De tal manera su cultura organizativa tiene una desventaja competitiva frente a las organizaciones que sí la tienen y la practican. Nuestra investigación cuenta con información que permite expresar una gran preocupación por la poca confianza en sus autoridades de turno y más aún de una desconfianza entre las Pymes formales que creen que los esfuerzos que se realice son en vano por no contar con el respaldo de aquellas instituciones que pueden fortalecer esta alternativa de progreso. Los encuestados de las Pymes no tienen claramente definida la dirección organizacional, tanto que existe una importante población que no cree que pueda haber un cambio en la matriz productiva de esta parroquia, no tienen una persona o autoridad que oriente el desempeño de los directivos de las Pymes y sus colaboradores; que promuevan una gestión organizacional, administrativa, coherente, muchas veces no escuchada y casi siempre olvidada

2.1.3 Fundamentación

PYMES

Definición

Las PYMES son toda unidad de explotación económica, urbanas o rurales efectuadas por personas naturales o jurídicas en actividades manufactureras con predominio de la operación de la maquinaria sobre la operación manual que se dedican a actividades de transformación de materias primas, insumos o de productos semielaborados en artículos finales o intermedios, actividades de comercialización de bienes y prestación de servicios.

Clasificación

No existe un criterio único para la clasificación de las PYMES; sin embargo, se considerará 16 grandes sectores de la economía según las cuentas Nacionales³, en donde se encuentran pequeñas y medianas empresas, tales como:

- a. Agricultura, ganadería, caza y selvicultura.
- b. Pesca.
- c. Explotación de minas y canteras.
- d. Manufacturas (excluye refinación de petróleo).
- e. Suministros de electricidad y agua.
- f. Construcción.
- g. Comercio al por mayor y menor.
- h. Hoteles y restaurantes.
- i. Transporte, almacenamiento y comunicaciones.
- j. Intermediación financiera.
- k. Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.
- l. Administración pública y defensa, planes de seguridad social y afiliación obligatoria.
- m. Enseñanza
- n. Servicios sociales y de salud.
- o. Otras actividades de servicios comunitarios sociales.

³ Cuentas Nacionales de la República del Ecuador, Vigente a Junio del 2009, Banco Central del Ecuador.

Importancia de las PYMES

- ✓ Requieren menores costos de inversión.
- ✓ Son factores claves para generar riqueza y empleo.
- ✓ Son flexibles para asociarse y enfrentar exigencias del mercado.
- ✓ Comprenden el sector que mayormente utilizan insumos y materias primas nacionales.
- ✓ Al dinamizar la economía, diluyen los problemas y tensiones sociales y mejoran la gobernabilidad.
- ✓ Mantienen alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria.
- ✓ Tienen posibilidades de obtener huecos de explotación para bienes no tradicionales generados en el sector.
- ✓ Son factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas.

Finalidad de las PYMES

En Ecuador las PYMES tienen como objetivo el desarrollo económico y social de sus pueblos, permiten dinamizar y proveer de empleo de factores productivos y de capital, de acuerdo a las condiciones de mercado, al tiempo que incentivan la industria nacional y disminuyen el índice de desempleo.

En Ecuador las PYMES representan el 93% de los establecimientos manufactureros del país generan el 54% de empleo de la Población Económicamente Activa y participan en el mercado con el 53% de la producción.

Otro de los objetivos de las PYMES es buscar consolidarse dentro del mercado, alcanzando un determinado nivel de rentabilidad a corto plazo, logrando que su sistema de objetivo sea de supervivencia, rentabilidad y altas tasas de crecimiento para lograr a masa crítica.

Mientras que las medianas empresas tienen que conseguir ser atractivas a posibles compradores, teniendo voluntad de permanecer en el negocio con el mayor grado de

autonomía posible o por el contrario habrá abandonado el barco por haber llegado a la conclusión de que, con esa dimensión no puede hacer factible su empresa ni va a llegar a ser factible a la empresa ni va a conseguir pertenecer al sector.

Sin embargo, cuando las empresas han tomado la decisión de venderse, su sistema de objetivos cambia a rentabilidad a corto plazo, altas tasas de crecimiento y supervivencia.

El mercado apreciará su presencia porque el crecimiento estará presente en sus objetivos y como a la empresa le interesa que la valoración que haga su posible comprador sea lo más alta posible comprador, la meta principal será la búsqueda de la rentabilidad a corto plazo.

Ventajas de las PYMES⁴

Las pequeñas y medianas empresas poseen una gran cantidad de ventajas y desventajas en su creación y en su desarrollo, dentro de las que tenemos las ventajas personales, esto hace referencia a que ser dueños de una pequeña empresa implica ser su propio jefe y tener independencia, es decir el mismo dueño toma las decisiones, elige las actividades que va a llevar a cabo, que trabajadores va a contratar y donde va a instalar su negocio, además de actuar como un elemento motivador.

- ✓ **Los costes.-** Evidentemente, las pequeñas y medianas empresas tienen menos empleados, esto implica sueldo, seguridad social, menos áreas o departamentos, encierra la parte de contabilidad, publicidad y recursos humanos, prefiriendo en algunas ocasiones la subcontratación de definidas actividades o el apoyo de amigos y familiares. Razón por la que se necesita menos dinero para poner en marcha una empresa y mantener una pequeña en comparación con una empresa grande.

⁴ QUIMINET: *¿Cuáles son las ventajas y desventajas en las Pymes?*, <http://www.quiminet.com/articulos/cuales-son-las-ventajas-de-las-pymes-2648172.html>, extraído el 6 de septiembre del 2014.

- ✓ **La flexibilidad.-** Las PYMES se adaptan con más rapidez a la demanda del mercado, su estructura organizacional es más simple y con menos niveles jerárquicos, razón por la que posee un número reducido de trabajadores, esto es de gran utilidad en atención a que la toma de decisiones se activa ampliamente. Su volumen de activos es asimismo reducido lo que les permite adaptar su producción a las exigencias de los clientes sin soportar la capacidad productiva que no es utilizada. Como por ejemplo, cuando empresas como McDonald's lanza un nuevo producto debe investigar qué es lo que quieren los investigadores, desarrollarlo y probarlo antes de su lanzamiento nacional o internacional, para una empresa como McDonald's este proceso puede tardar años, a diferencia de un fabricante de bocadillos local, desarrollaría y lanzaría un nuevo producto con más rapidez y menos requisitos.

Asimismo la flexibilidad es fuente de otras ventajas como la capacidad de adaptación e innovación. En el caso de las PYMES pueden actuar como auxiliares de las grandes empresas en la producción o en la distribución de servicios, el personal está más identificado con la cultura de la empresa, poseen proximidad y relación directa con el cliente, es posible cambiar de actividades en poco espacio de tiempo, debido a la flexibilidad de sus pequeñas estructuras organizacionales, manifiesta ausencia de conflictos por el control de la dirección y pueden distinguir la aportación directa del trabajador en las decisiones y procedimientos de la empresa con mayor posibilidad de éxito.

- ✓ **Enfoque.-** Las pequeñas empresas pueden desarrollar productos para grupos específicos de clientes o satisfacer una necesidad que no haya sido atendida por las grandes empresas en la producción o en la distribución de servicios, el personal está más identificado con la cultura de la empresa, poseen proximidad y relación directa con el cliente, es posible cambiar de actividades en poco espacio de tiempo, debido a la flexibilidad de sus pequeñas estructuras laborales.

- ✓ **Enfoque.-** Las pequeñas empresas pueden desarrollar productos para grupos específicos de clientes o satisfacer una necesidad que no han tenido las grandes empresas, las grandes compañías se ven obligadas a competir en mercados amplios para mantener su ventaja competitiva.

Desventajas de las PYMES

- ✓ **Tensión intensa.-** Por lo general los propietarios actúan como administradores, vendedores, almacenistas, contadores, operarios, entre otros, las horas invertidas en el negocio y la tensión física y psicológica que supone estar al tanto de todo puede terminar quemando al empresario.
- ✓ **Problemas financieros.-** Una PYME se encuentra en desventaja frente a una empresa grande a la hora de conseguir financiamiento. Si asiste a un banco, le exigirán garantías y le ofrecerán condiciones menos ventajosas que una empresa que tiene respaldo de un gran volumen de actividad y activos. Por ende las PYMES tienen que recurrir a la autofinanciación y al crédito comercial, habitualmente si la empresa trabaja siempre con los mismos proveedores y mantienen con ellos una relación de confianza, por lo general estos cobran a 30, 60 o 90 días, esto constituye una forma de crédito.
- ✓ **Administración deficiente.-** Un individuo capaz de concebir grandes ideas de negocio puede carecer de las habilidades, conocimientos y experiencias para tomar decisiones sobre contratación del personal, negociación con los clientes, administración financiera o control empresarial, estos son los factores que por lo general causan el fracaso de las PYMES.
- ✓ **Incapacidad para hacer frente al crecimiento.-** En cualquier negocio es necesario una evolución cuando este ha despegado con éxito, la actividad se va propagando y el dueño ya no puede abarcar por sí solo todas las tareas, es indispensable una delegación de responsabilidades, además el control de calidad es deficiente y en muchas empresas no existen, lo que genera una deficiente calidad de producto, hay un bajo rendimiento por lo cual no pueden

absorber costos de capacitación y actualización del personal y cuando lo logran, enfrentan problemas de fuga de personal capacitado y se encuentran en peligro de mantener un intenso crecimiento y lograr una internalización.

GESTIÓN EMPRESARIAL

La gestión empresarial se refiere a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente, encierra a las diferentes competencias que se deben tener para cubrir diferentes flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado.

El diseño de una empresa debe contar con una serie de conocimientos en distintas áreas que puedan avalar que las condiciones de existencia de la empresa se podrán efectuar en el tiempo. Una de las condiciones de existencia es determinar si la actividad ejecutada será rentable en diferentes contextos propios de la economía, porque para que una gestión determinada sea óptima y brinde buenos resultados no simplemente deberá efectuar mejor las cosas sino que deberá realizar mejor aquellas cuestiones que influyen directamente en el éxito y eso será posible a través de la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, den soluciones y nuevas estrategias, entre otras cuestiones.

Funciones de la Gestión Empresarial

Cuatro son las funciones primordiales que la administración debe cumplir para lograr una gestión eficiente que genere buenos resultados, la **planificación**, a partir de la que se combinarán los recursos en orden a generar nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la organización. Subsiguientemente tenemos la **organización**, vital a la hora de agrupar todos aquellos recursos con los que cuenta la organización para que luego de terminar una idea, promover el trabajo en conjunto y en línea para adquirir de ellos un óptimo aprovechamiento y así solamente esperas buenos resultados.

Como tercer punto tenemos la **comunicación**, se debe tener un buen nivel de comunicación entre los administradores y los colaboradores de la empresa, esto resulta

ser casi imprescindible si se intenta disponer de un buen clima de trabajo y así maximizar la eficacia. Como última función está el **control** de la gestión aplicado a la administración, porque solamente de esta forma será posible cuantificar el progreso que por ejemplo ha observado el personal referente a los objetivos que se definieron al inicio de una estrategia o de un plan.

Finalidad de la Gestión Empresarial

La finalidad de la gestión empresarial se enfoca en la constante necesidad de la sociedad de adquirir nuevos productos y servicios de calidad, el suministro de bienes y servicios es la obligación primordial de la empresa, para que una organización sea exitosa debe existir un nivel de armonía muy alto entre los integrantes de la misma, la armonía beneficia el funcionamiento interno de la organización y por ende aumenta la productividad.

El éxito de una correcta gestión dependerá de ciertos factores como la localización, la competencia, el acceso a las fuentes de financiamiento, la calidad del producto, los canales de distribución, no obstante el empresario puede crear su propio modelo de gestión, acomodándose a sus habilidades empresariales y recursos disponibles actuales y futuros.

Para el éxito de una empresa es necesario que un individuo desarrolle competencias, que esté apto para solucionar problemas y conseguir resultados de manera eficiente, el individuo que es competente puede brindar evidencias, es decir mostrar la posesión individual de un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que le permiten contar con una base para el desempeño eficaz dentro de una empresa y que le permita ejercer liderazgo.

Herramientas de Gestión Empresarial⁵

Son herramientas de gestión empresarial las técnicas o herramientas de administración o gestión que le ayudan a la empresa a hacer frente a los constantes cambios del mercado así que garantizar una posición competitiva en el mismo.

Entre las principales herramientas de gestión empresarial tenemos:

- ✓ **Empowerment o Empoderamiento.-** Es una herramienta de gestión que consiste en delegar, otorgar o transmitir poder, autoridad, autonomía y responsabilidad a los empleados o equipos de trabajo de una organización para poder tomar decisiones, resolver conflictos o realizar tareas sin necesidad de consultar u obtener la consentimiento de sus superiores.

Mediante el empowerment los trabajadores o los equipos de trabajo tienen mayor poder de decisión, mayor autoridad para la solución de conflictos, mayor autonomía en el desempeño de las funciones y mayor responsabilidad en la ejecución de las tareas, por los objetivos y por los resultados.

- ✓ **Outsourcing.-** También conocido como **subcontratación** o **tercerización**, es una técnica o herramienta de gestión que consiste en la contratación de terceros, es decir otras empresas, para efectuar actividades, funciones o procesos complementarios que no hagan parte del giro principal del negocio.

Mediante la aplicación del outsourcing transferimos actividades, funciones o procesos a empresas especializadas que puedan efectuarlos mejor que nosotros y a un menor costo, alcanzando así una mayor eficiencia y eficacia.

Asimismo, la aplicación permite concentrar las actividades, funciones o procesos primordiales que si formen parte del giro principal del negocio, alcanzando así una mayor calidad y competitividad.

⁵ KUME, Arturo: *Herramientas de gestión empresarial*, <http://www.crecenegocios.com/herramientas-de-gestion-empresarial/>, extraída el 7 de septiembre del 2014.

- ✓ **Benchmarking.-** Es una técnica o herramienta de gestión que consiste en el seguimiento de empresas similares o empresas líderes en el mercado, con el objeto de evaluar sus productos, servicios, procesos y demás aspectos, comparándoles con los de la propia empresa y con los de otras empresas, identificar lo mejor y adaptarlo a la empresa, añadiéndole mejoras.

Emplear el benchmarking no significa solamente espiar o copiar, sino tomar como referencia los mejores aspectos de otras empresas, incluyendo sus productos, servicios, procesos de trabajo, prácticas empresariales, políticas generales, métodos, etc., para después emplearlos en la empresa, pero siempre agregándole creatividad.

- ✓ **Downsizing.-** Es una técnica o herramienta de gestión que consiste en la reestructuración o reorganización de una empresa a través de la reducción de su tamaño en lo referente a estructura, procesos de trabajo, niveles jerárquicos y recursos humanos.

Emplear el downsizing podría involucrar por ejemplo eliminar un departamento que no aporte valor a la organización, hacer un proceso más corto y sencillo , otorgar mayor poder de decisión a los colaboradores o efectuar una reducción de personal.

- ✓ **Joint Venture.-** Es una herramienta de gestión que consiste en una asociación a largo plazo entre dos o más organizaciones que se unen para efectuar una alianza comercial con el fin de alcanzar un objetivo en común.

Mediante un joint venture las organizaciones involucradas podrían tener como objetivo la creación de un nuevo negocio, el desarrollo de un nuevo producto, la prestación de un servicio, el incursionar en un mercado extranjero, entre otras y para el logro del objetivo las organizaciones involucradas podrían aportar

recursos como materia prima, capital, personal, canales de distribución, tecnología, conocimiento del mercado entre otras.

- ✓ **Balanced Scorecard.-** Es una herramienta de gestión que consiste en un sistema de control basado en un software que ayuda a medir, mediante indicadores el desempeño global de una organización.

El balanced scorecard se concentra específicamente en la medición del cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización, como el cumplimiento del planeamiento estratégico y las estrategias, los factores principales que controla el balanced scorecard son las finanzas (los ingresos, los costos, entre otros), la calidad (el producto, la atención al cliente, etc.), los procesos internos y la capacitación del personal.

- ✓ **Reingeniería.-** También conocida como reingeniería de procesos es una técnica o herramienta de gestión que consiste en reinventar o rediseñar los procesos de una organización de un modo radical, de tal forma que sea capaz de conseguir mejoras extraordinarias en medidas críticas, así como costos, calidad, servicio y rapidez. La reingeniería es efectuar un cambio radical en la empresa, no es cambiar, modificar o mejorar lo que ya está instalado.
- ✓ **Calidad total.-** También definida como gestión de la calidad total, es una filosofía, cultura o estilo de gerencia que implica a todos los integrantes de una empresa en el mejoramiento continuo de la calidad en todos los aspectos de la organización. En la calidad total todos los integrantes de la empresa buscan optimizar la calidad de modo continuo y gradual, no solamente en los productos, sino además en todos aspectos de la organización como los trabajadores, los insumos, los procesos, la atención al cliente y los proveedores.

El financiamiento

El financiamiento es el mecanismo a través del cual una empresa o una persona adquieren recursos para un proyecto específico que puede ser obtener bienes y servicios, pagar a los proveedores, etc., mediante el financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

La particularidad principal es que estos recursos financieros son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno, gracias a un préstamo y sirven para complementar los recursos propios.

Existen distintas fuentes de financiamiento entre las que tenemos:

Según el plazo de vencimiento tenemos:

- **Financiamientos a corto plazo.-** En el cual el vencimiento es inferior a un año como:
 - Créditos comerciales
 - Créditos bancarios
 - Pagarés
 - Líneas de crédito
 - Papeles comerciales
 - Financiamiento a través de cuentas por cobrar
 - Financiamiento a través de inventarios

- **Financiamientos a largo plazo.-** En el cual el vencimiento es superior a un año como:
 - Hipotecas
 - Acciones
 - Bonos
 - Arrendamientos financieros
 - Ampliaciones de capital
 - Autofinanciación
 - Préstamos bancarios
 - Emisión de obligaciones

Según la procedencia:

- **Interna.-** Fondos que la empresa produce mediante su actividad y que reinvierten en la propia empresa.
- **Externa.-** Proceden de inversores, socios o acreedores.

Según los propietarios:

- **Ajenos.-** Forman parte del pasivo exigible, en algún momento deberán devolverse pues poseen fecha de vencimientos como los créditos o la emisión de obligaciones.
- **Propios.-** No tienen vencimiento.

Importancia del financiamiento

Un negocio o una empresa sin recursos de financiamiento se moverán con dificultad bajo el peso de su propia deuda. El financiamiento es el combustible sobre el cual marcha el negocio. Una empresa puede tomar distintas opciones para conseguir financiamiento y puede ser utilizada más de una opción. El financiamiento escogido dependerá del deseo de la empresa de estar endeudada, cuan solventes son los dueños del negocio en el momento en que el negocio fue fundado y la cantidad de dinero que una negocio o una empresa necesitarán para lanzar un producto por sí mismo mediante una variedad de eventos.

Ventajas de un buen financiamiento

La mayoría de las empresas hacen uso de cierto tipo de financiamiento en su negocio para pagar las adquisiciones más importantes o proporcionar fondos adicionales en tiempos lentos de recaudación de efectivo, las nuevas empresas suelen hacer uso de la financiación para pagar los gastos de puesta en marcha ya que el empresario no suele tener los fondos necesarios para emprender un negocio. Las empresas establecidas pueden hacer uso del financiamiento externo para expandir sus operaciones o para tomar nuevas oportunidades de negocios con la esperanza de aumentar la rentabilidad financiera.

- **Deuda.-** La financiación de la deuda tiene la ventaja de ser una opción ampliamente disponible para la mayoría de las empresas y puede ofrecer una amplia gama de opciones distintas para su uso comercial. Los dueños de negocios pueden hacer uso de una deuda a largo plazo para financiar la construcción y equipamiento, préstamos a corto plazo para nuevas oportunidades de negocios o líneas de créditos para que actúen como un amortiguador en caso de salidas altas de efectivo. Una vez que una empresa establece una relación con un banco, esta puede usar esto para tomar ventaja y adelantar las operaciones de su empresa en el entorno empresarial.
- **Equidad.-** El financiamiento de equidad es a menudo la inversión de capital de riesgo en su empresa. Las empresas pueden usar la financiación de capital a su favor, ya que habitualmente no requieren pagos mensuales. Gran parte de los inversionistas permitirán a la empresa pagar el préstamo luego de un número determinado de años, permitiendo a la empresa obtener el máximo provecho de los fondos sin el estrés de los pagos por adelantado. Los dueños de negocios también pueden establecer un amplio grupo de inversionistas para asegurarse de que tengan suficiente capital para las operaciones comerciales.

Instituciones que dan financiamiento a las PYMES en Ecuador

- **La Corporación Financiera Nacional (CFN)** lanzó un proyecto de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas como parte de un programa denominado Programa Progresar, el cual fue presentado oficialmente el 15 de abril. El proyecto llamado Fondo de Garantía, está destinado para los emprendedores que no disponen de las garantías exigentes por las instituciones financieras, para esto la CFN dispuso de un monto de 170 millones de dólares como parte del proyecto, mediante el cual los bancos, las cooperativas y otras instituciones aliadas al programa podrán otorgar créditos teniendo el aval de la CFN, hasta el mes de abril del 2014 solo se habían establecido acuerdos con el Banco del Pacífico y el Banco Rumiñahui.

- **El Banco Nacional de Fomento (BNF)** con el crédito 555 (hasta 5.000 dólares, 5 años plazo, 5% de interés anual) es una herramienta que puede apoyar a aquellos emprendedores de inversión en unidades de producción, comercio, servicio, ya sea en funcionamiento o por instalarse.
- Otras instituciones financieras del sector privado como la **Cooperativa 29 de Octubre, Credife de Banco Pichincha, Cooperativa Alianza del Valle.**

Tecnología

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y la satisfacción de las necesidades esenciales así como los deseos de la humanidad, es decir es el conjunto de saberes, conocimientos, habilidades y destrezas interrelacionadas con procesos para la construcción de artefactos naturales o artificiales que permitan la transformación del medio para cubrir anhelos, deseos, necesidades y compulsiones humanas.

La importancia de la tecnología va ligada por lo general a los usos prácticos que tenga. La tecnología está muy ligada al concepto de innovación, ya que siempre está en constante avance a través del desarrollo práctico de nuevas ideas concebidas por las disciplinas científicas.

La tecnología en las Pymes

La incorporación de nuevas herramientas se genera más por imitación que por planteamientos estratégicos. Se debe aprender a beneficiarse de la utilidad de la tecnología, las pequeñas empresas carecen de personal técnico capaz de diseñar, implantar y desarrollar aplicaciones de las tecnologías de la información. Todas las empresas manifiestan un gran interés por la información y las tecnologías relacionadas, no obstante desconocen la oferta tecnológica disponible, como acceder a la tecnología, como utilizarla y cuáles son los beneficios de su uso. Por lo general las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) se tratan de implementar en las grandes empresas

como una estrategia de negocio, pero las Pymes son aún más difíciles de convencer, debido a los costos que esta adaptación representa. Los pequeños negocios son administrados frecuentemente por sus dueños y el tomar una decisión sobre tecnología, cuando no es la actividad a la que se dedica es un proceso muy difícil porque no puede entender todos los beneficios que representa este cambio. Asimismo como el desconocimiento de los costos y los beneficios, tampoco se conocen las opciones disponibles o como elegir mejor el software y el hardware necesario para cada empresa, particularmente con un departamento o al menos una persona encargada dentro de la empresa exclusivamente a esta actividad. Adquirir una mejor comunicación y un mejor control, son algunas de las posibilidades que brindan la adquisición de tecnologías de información, en ciertos casos se ve como una ventaja competitiva a futuro, pero en otros son un arma para que los competidores no saquen del mercado a las pequeñas empresas.

Beneficios de la tecnología en las Pymes

Las Pymes cuentan con ventajas importantes como:

- La agilidad de adaptación al cambio
-
- Cercanía al mercado local
- Creciente externalización
- Capacidad de crecimiento
- Programas de apoyo
- Rapidez en los procesos
- Reducción de costos
- Mejor servicio
- Publicidad
- Aumento de ventaja competitiva

La Distribución

La distribución es aquel conjunto de actividades que se efectúan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final y que tiene por objeto hacer llegar el bien o servicio hasta el consumidor final. La distribución comercial es responsable de que acreciente el valor tiempo y el valor lugar poniéndola a disposición del cliente en el momento y lugar en que la necesita o desea comprarla.

Tipos de canales de distribución

- **Canales de distribución para productos de consumo.-** Este tipo de canal se divide en cuatro tipo de canales:
 - **Canal directo.-** No tiene ningún nivel de intermediarios, por lo tanto el fabricante o el productor desempeña la mayor parte de las funciones de mercadotecnia tales como la comercialización, el transporte, el almacenaje y la aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.
 - **Canal detallista.-** Contiene un nivel de intermediarios, un claro ejemplo de los detallistas o minoristas son las tiendas especializadas, almacenes, supermercados, hipermercados, gasolineras, etc., en los cuales el productor cuenta con una fuerza de ventas que es la encargada de hacer contacto con los minoristas que venden los productos al público y hacen los pedidos.
 - **Canal mayorista.-** Contiene dos niveles de intermediarios, los mayoristas y los minoristas, este tipo de canal es utilizado para la distribución de productos como medicinas, ferretería, alimentos de gran demanda, debido a que los fabricantes no cuentan con la capacidad de hacer llegar los productos a todo el mercado consumidor.

- **Canal agente/intermediario.-** Contienen tres niveles de intermediarios, el agente intermediario, que por lo general son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales, los mayoristas y los detallistas o minoristas.

Intensidad de la distribución

- **Distribución extensiva.-** Es el tipo de distribución que trata de abarcar el mayor número posible de puntos de venta, sin filtrados por segmento de mercado ni hacer ninguna otra diferenciación; es la opción que le garantiza una mayor difusión y una más amplia disponibilidad de cara al consumidor, aunque ello va en deterioro del margen comercial, es recomendable en la comercialización de productos básicos o de primera necesidad como productos de alimentación, limpieza, higiene, entre otros.
- **Distribución intensiva.-** Es el tipo que busca distribuir su producto en puntos de una rama comercial equivalente, es recomendable para productos como los de perfumería, libros, material escolar, entre otros.
- **Distribución selectiva.-** Es el tipo de distribución que brinda la posibilidad como responsable del producto de restringir el número de puntos de distribución, ya sea en base a criterios geográficos, prácticos o relacionados con la imagen de la empresa y la filosofía y valores que desea proyectar; es recomendable para productos que buscan potenciar su marca y diferenciarse particularmente de la competencia, estos pueden ser artículos de viaje, artículos de deporte o electrodomésticos pequeños.
- **Distribución exclusiva.-** Es el tipo de distribución que escoge cuidadosamente a un limitado número de puntos de venta, consiguiendo aumentar el prestigio de su firma y optimizar su posición en el mercado, es la opción que le brinda un mayor control y un margen mayor, es recomendable para productos de un rango de precios superior al resto, artículos muy particulares por su diseño o por lo

exclusivo de sus prestaciones, como pueden ser los relojes o los accesorios de alta gama.

Promoción

La promoción se refiere a una serie de técnicas integradas en el plan de marketing, cuya finalidad consiste en lograr una serie de objetivos específicos mediante distintos estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado, el principal objetivo de la promoción es ofrecer al consumidor un incentivo para la compra o adquisición de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce a un aumento puntual de las ventas.

Importancia de la promoción de ventas

La promoción de ventas es una herramienta primordial, ya que nos permite informar o persuadir al mercado referente a los productos o servicios que se ofrecen, trabaja en conjunto con la publicidad, las relaciones públicas y las ventas personales para poder efectuar o ejecutar los objetivos o metas establecidos.

La mezcla promocional y sus elementos

Se la puede definir como un programa de la comunicación de mercadeo en donde existe la combinación de técnicas promocionales que un empresa utiliza para comunicar, informar y persuadir al cliente y a las personas interesadas sobre la empresa, sus productos y sus ofertas para el logro de los objetivos organizacionales.

Los elementos de la venta promocional son:

- **La venta personal.-** Es la presentación oral y directa de un producto un servicio a un cliente potencial de la empresa que vende, se puede dar la venta personal cara a cara o por teléfono y puede estar orientada a una persona de negocios o a un consumidor final.
- **La publicidad.-** Es el uso que hace un patrocinador, bien definido, de cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o

servicios, con el objeto de informar, convencer, y recordar a los consumidores el producto servicio o la empresa.

- **La promoción de ventas.-** Es el conjunto de incentivos de corto plazo para estimular las compras o ventas de un producto o servicio, es decir que es la constituida por las actividades encaminadas a cambiar el comportamiento del consumidor de un modo inmediato, brindándole una compensación o satisfacción para ese cambio de comportamiento.
- **Las relaciones públicas.-** Constituyen una herramienta gerencial cuyo objeto es influenciar de forma positiva en las actitudes hacia la empresa, sus productos y sus políticas, por esta razón, conforman una amplia serie de acciones comunicativas que contribuyen a crear actitudes y opiniones positivas respecto a una empresa y a sus productos ante los clientes, los prospectos, los accionistas, los empleados, la comunidad local y el gobierno.
- **La publicidad no pagada o publicity.-** Es un modo especial de relaciones públicas que incluyen noticias o reportajes sobre una empresa o sobre sus productos, comunica un mensaje impersonal que llega a la audiencia masiva mediante los medios masivos de comunicación. Los elementos que la distinguen de la publicidad son: que no se paga, la empresa que la recibe no tiene control sobre esta y como aparece en forma de noticia su credibilidad es mayor que la publicidad.

2.2 MARCO LEGAL

NIIFS para Pymes

De acuerdo a lo determinado por el Superintendente de Compañías mediante Resolución No. 06.Q.IC.004 de 21 de agosto del 2006, publicada en el Registro Oficial No. 384 de 4 de Septiembre del mismo año, adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF” y determinó que su aplicación sea obligatoria por parte de las compañías y entidades sujetas al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, para el registro, preparación y presentación de estados financieros a partir del 1 de Enero del 2009;

Que mediante Resolución No. ADM 08199 de 3 de Julio de 2010, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 378 de 10 de Julio del 2010. El Superintendente de Compañías ratificó el cumplimiento de la Resolución No. 06.QICI.004 de 21 de agosto del 2006;

Que es necesario viabilizar el pedido del gobierno nacional de prorrogar la entrada en vigencia de las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF”, para permitir que los empresarios del país puedan enfrentar de manera óptima los posibles impactos de la crisis financiera global;

Que el Art. 433 de la Ley de Compañías faculta al Superintendente de Compañías para expedir regulaciones, reglamentos y resoluciones que considere necesarios para el buen gobierno, vigilancia y control de las compañías sometidas a su supervisión; y,

En ejercicio de sus atribuciones conferidas por la ley,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Establecer el siguiente cronograma y aplicación obligatoria de las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF” por parte de las Compañías y entes sujetos al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías:

1. Aplicarán a partir del primero de enero del 2010: Las Compañías y los entes sujetos y regulados por la Ley de Mercado de valores, así como todas las compañías que ejercen actividades de auditoría externa.

Se establece el año 2009 como periodo de transición; para tal efecto, este grupo de compañías y entidades deberán elaborar y presentar sus estados financieros comparativos con observancia de las Norma Internacionales de Información Financiera “NIIF” a partir del ejercicio económico del año 2009.

2. Aplicarán a partir del 1 de enero del 2011: Las Compañías que tengan activos totales iguales o superiores a US\$4'000.000,00 al 31 de Diciembre del 2009; las compañías Holding o tenedoras de acciones, que voluntariamente hubieren conformado grupos empresariales; las Compañías de economía mixta y las que bajo forma jurídica de Sociedades constituya el Estado y Entidades del Sector Público; las sucursales de compañías extranjeras estatales, para estatales, privadas o mixtas, organizadas como personas jurídicas y las asociaciones que estas formen y que ejerzan sus actividades en el Ecuador.

Se establece el año 2010 como periodo de transición; para tal efecto, este grupo de compañías y entidades deberán elaborar y presentar sus estados financieros comparativos con observancia de las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF” a partir del ejercicio económico del año 2010.

3. Aplicarán a partir del 1 de enero del 2012: Las demás compañías no consideradas en los grupos anteriores.

Se establece el año 2011 como periodo de transición; para tal efecto este grupo de compañías deberán elaborar y presentar sus estados financieros comparativos con observancia de las Normas Internacionales de Información Financiera “NIIF”, a partir del año 2011.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración.- Es la ciencia social y técnica que está encargada de planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los recursos humanos, financieros, materiales, tecnológicos, etc., con el objeto de mejorar los beneficios.

Calidad.- Es la percepción que el cliente tiene, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer necesidades.

Conocimiento técnico.- Dominio de técnicas o reglas de trabajo.

Desarrollo.- Es el proceso de evolución, crecimiento y cambio de un objeto, persona o situación determinada en condiciones específicas.

Desarrollo empresarial.- Proceso a través del cual el empresario y sus colaboradores adquieren fortalecen habilidades y destrezas, que favorecen el manejo eficiente y eficaz de los recursos de la empresa.

Eficacia.- Capacidad de lograr el efecto que se espera o que se desea tras la ejecución de una acción.

Eficiencia.- Hace referencia al uso racional de los medios para lograr un objetivo predeterminado.

Estrategia.- Conjunto de acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se lleva a cabo para alcanzar un fin determinado.

Financiamiento.- Es el mecanismo a través del que un individuo o una organización adquieren recursos para la ejecución de un proyecto determinado, que puede ser obtener bienes y servicios, pagar proveedores, etc.

Gestión.- Guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los objetivos que se desean lograr.

Gestión empresarial.- Es la actividad empresarial que mediante distintas personas especializadas, buscará optimizar la productividad y la competitividad de una empresa o negocio.

Herramientas de Gestión.- Se comprende por herramientas de gestión todos los sistemas, aplicaciones, soluciones de cálculo, metodologías, entre otros que ayudan a la gestión de una organización o empresa, para actividades como el registro de datos en cualquier área o departamento de la organización, el control y mejora de los procesos organizacionales y la consolidación de datos y toma de decisiones.

Hipótesis.- Es una proposición que nos permite definir relaciones entre los hechos, su valor radica en la capacidad para definir más relaciones entre los hecho y explicar el por qué se generan.

Mercado competitivo.- Que puede competir en un mercado adecuadamente sin quedar en desventaja frente a los demás.

Mercado local.- Es el grupo de personas habitantes de una región, municipio, estado o localidad que tiene una necesidad determinada y cuenta con las características requeridas para consumir un producto específico.

Pymes.- Conjunto de pequeñas y medianas empresas que acorde a su volumen de ventas, capital social. Cantidad de trabajadores y su nivel de producción o activos, presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Recursos.- Elementos disponibles que aportan cierto beneficio para resolver una necesidad o para llevar a cabo una empresa.

Tecnología.- Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos utilizados en un campo o sector determinado.

Variables: Característica que al ser medida en distintos individuos es susceptible de adoptar distintos valores.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La Gestión Empresarial incide de forma muy significativa en el desarrollo de las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013-2014

2.4.2 Hipótesis Particulares

El acceso a financiamiento incide económicamente sobre los recursos que poseen los Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

La tecnología influye operativamente en la aplicación de conocimientos técnicos en las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

Las limitaciones de distribución y producción afecta drásticamente la ejecución de las actividades comerciales de las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

2.4.3 Declaración de las variables

Variable Independiente: Gestión empresarial

Variable Dependiente: Desarrollo

Variable Independiente: Financiamiento

Variable Dependiente: Recursos

Variable Independiente: Tecnología

Variable Dependiente: Conocimientos técnicos

Variable Independiente: Limitaciones de distribución y producción

Variable Dependiente: Actividades Comerciales

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADOR	INSTRUM.
Hipótesis General			
V.I. Gestión empresarial	Actividad empresarial que a través de diferentes personas especializadas buscará optimizar la productividad y la competitividad de una empresa o negocio.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de crecimiento y desarrollo empresarial. Número de estrategias empresariales implementadas por las PYMES. 	Encuesta
V.D. Desarrollo	Proceso de evolución, crecimiento y cambio de un objeto, persona o situación determinada en condiciones específicas.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de cumplimiento de objetivos. Nivel de rentabilidad. 	Encuesta
Hipótesis Particulares			
V.I. Financiamiento	Es el mecanismo mediante el cual un individuo o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico.	<ul style="list-style-type: none"> Número de PYMES que han accedido a financiamientos en este último año. Nivel de activos de la empresa. Nivel de apalancamiento. 	Encuesta
V.D. Recursos	Elementos disponibles que aportan ciertos beneficios para resolver una necesidad o para llevar a cabo una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de rentabilidad de la empresa Número de activos productivos. Nivel de valoración de los activos productivos. 	Encuesta
V.I. Tecnología	Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos utilizados en un campo o sector determinado.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de aplicación de tecnologías en proceso. 	Encuesta
V.D. Conocimientos técnicos	Dominio de técnicas o reglas de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> Número de PYMES que poseen y aplican tecnologías. 	Encuesta
V.I. Actividades Comerciales	Es el grupo de personas habitantes de una región, municipio, estado o localidad que tiene una necesidad determinada y cuenta con las características necesarias para consumir un determinado producto.	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de cumplimiento de objetivos. Número de segmentos atendidos por las PYMES. 	Encuesta

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Problematicación.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El tipo y diseño de investigación es documental, se caracteriza por el uso de documentos en donde se efectuó un estudio a través de herramientas investigativas que sirven para recolectar, seleccionar, analizar y presentar resultados coherentes.

Descriptivo.- La investigación descriptiva se ocupa de la descripción de datos y características de una población. El objetivo es la adquisición de datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos similares. Los estudios descriptivos raramente involucran experimentación, ya que están más preocupados con los fenómenos que ocurren naturalmente que con la observación de situaciones controladas.

Hay muchas herramientas disponibles para el investigador interesado en los estudios descriptivos de caso pueden proporcionar análisis sobre una sola persona o evento, mientras que las series de casos pueden conjuntar múltiples casos en un solo reporte. En la investigación médica, los estudios de predominio describen la salud de las poblaciones, mientras que un científico social puede confiar en una mezcla de observación y etnografía si tiene cuidado con no afectar el fenómeno bajo observación. La investigación en archivos, basándose en el análisis de registro y datos preexistentes, puede usarse para estudiar materias donde el campo de trabajo no es práctico.

La investigación descriptiva consiste principalmente en caracterizar un fenómeno o una situación concreta indicando sus rasgos más particulares, es decir que mediante este tipo de investigación se conoce situaciones, costumbres y actitudes sobresalientes de los empresarios.

Correlacional.- Tiene como objetivo medir el grado de relación existente entre dos o más conceptos en un argumento en particular y que tienen una relación con el objeto a ser investigado en este caso las Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi.

Explicativa.- Este tipo de investigación va más allá de una descripción de conceptos ya que su propósito es explicar razones causales del por qué existen problemas en la administración de los negocios del cantón San Jacinto de Yaguachi.

De Campo.- Mediante este tipo de investigación se obtiene datos por medio de los instrumentos aplicados, a través de estos se analizará a los pequeños y medianos empresarios del cantón.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la Población

La población integrada por las PYMES del cantón Yaguachi; las mismas que suman 28 de acuerdo al Censo Poblacional del INEC 2010 y está dividido por diferentes sectores:

Cuadro 2. Sectores de la economía.

POBLACIÓN POR PARROQUIAS	
Manufactura	2
Comercio	1
Servicios	25
TOTAL	28

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

3.2.2 Delimitación

La población se caracteriza por ser finita y está dividida por sectores de la economía: Manufacturera (2 establecimientos económicos), Comercio (1 establecimiento económico), Servicios (25 establecimientos económicos), suman un total de 28 establecimientos económicos, según datos del Censo Poblacional del año 2010.

3.2.3 Tipos de Muestra

En este estudio se efectuará la muestra probabilística, se encuentra estratificada por parroquias para determinar el número de personas a quienes estarán dirigidas las encuestas, tomadas en base al criterio personal de las investigaciones.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

No se tiene muestra, ya que se trabajará con la población.

3.2.5 Proceso de selección

La investigación está dirigida a aquellas personas que deseen participar voluntariamente en el proceso de estudio, para una mejor aplicación se efectuará el siguiente muestreo, tomando como referencia la división por parroquias.

Cuadro 3. Muestra dividida por sectores.

POBLACIÓN POR SECTORES		
SECTOR	PEQUEÑAS	MEDIANAS
Manufactura	2	
Comercio	1	
Servicios	21	4
TOTAL	24	4

Elaborado por: Campos Filadelfia, Méndez Andrea

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos Teóricos

Analítico – Sintético.- Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. La física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas.

Es útil al momento de abordar la información ya que se hace de un modo sistematizado desglosando cada una de las partes de la misma, es muy factible al momento de efectuar el marco teórico.

Hipotético – Deductivo.- Un investigador propone una hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos o de principios y leyes mas generales. En el primer caso arriba la hipótesis mediante procedimientos inductivos y en segundo caso mediante procedimientos deductivos. Es la vía primera de inferencias lógicos deductivos para arribar a conclusiones particulares a partir de la hipótesis y que después se puedan comprobar experimentalmente.

Es uno de los métodos científicos más frecuentes, se trata de observar, registrar y analizar los hechos o fenómenos que están siendo investigados, es muy útil en el planteamiento de las hipótesis.

Método lógico.- Consiste en inferir de la semejanza de algunas características entre dos objetivos, la probabilidad de que las características restantes sean también semejantes. Los razonamientos analógicos no siempre son válidos.

Este método permite relacionar las variables independientes con las variables dependientes, al punto de darle sentido a las hipótesis planteadas y saber cómo deberá medirse el éxito de la propuesta que se pretende implementar.

Método histórico.- Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetivos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Mediante este método se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento y los diferentes periodos de la historia.

Este método comprende el conjunto de técnicas, métodos o procedimientos utilizados para manejar fuentes primarias, investigar sucesos pasados, relevantes referentes a la población del Cantón San Jacinto de Yaguachi, esto se efectuará mediante fuentes documentales que tengan referencia con el progreso y desarrollo del sector económico del cantón.

3.3.2 Técnicas e Instrumentos

Método Empírico

El método empírico es el de la observación ya que a través de este se logrará determinar que el problema central de la investigación es la gestión aplicada a las Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi.

Técnica

La técnica aplicada es la Encuesta, a través del Cuestionario como instrumento, en un universo de muestras determinadas, con el objetivo de verificar información, serán efectuadas a base de preguntas cerradas, efectuadas del mejor modo para que sea de fácil entendimiento por los encuestados y así de esta forma lograr obtener datos cuantitativos útiles para la investigación.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Los datos que se presentarán en el proyecto de investigación van a ser elaborados mediante el programa Microsoft Excel, a través de tablas, cuadros y gráficos, todo esto con el objetivo de obtener una mejor apreciación de la información que se recogerá en el proceso de trabajo de investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Con el objeto de conseguir información veraz de parte de la población objeto de estudio se ha tomado en consideración la aplicación de las técnicas investigativas como la encuesta y los resultados se reflejarán a través de cuadros y gráficos estadísticos y serán aplicadas a los habitantes del cantón ya que en su gran mayoría están dedicadas al comercio.

1. Considera que el nivel de desarrollo de su PYME es:

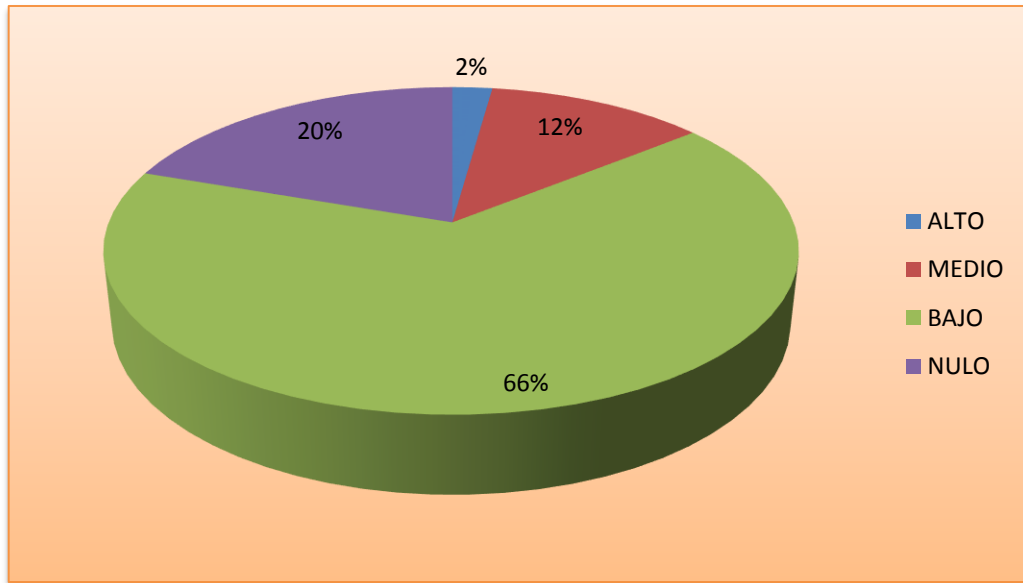
Cuadro 4. Desarrollo de las PYMES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
ALTO	6	2%
MEDIO	33	12%
BAJO	181	66%
NULO	54	20%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 1. Desarrollo de PYMES



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

La población encuestada considera en un 2% que el nivel de desarrollo de su Pyme es alto, el 33% considera que su nivel de desarrollo es medio, el 66% considera que su nivel de desarrollo es bajo y un 20% considera que su nivel de desarrollo es nulo.

2. ¿Se siente satisfecho con los logros obtenidos por su PYME?

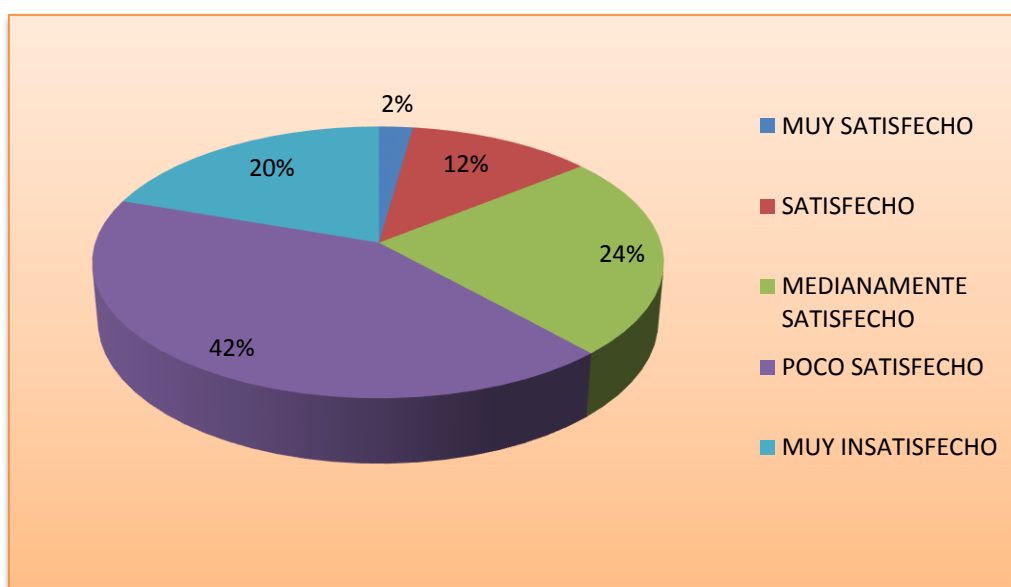
Cuadro 5. Satisfacción.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
MUY SATISFECHO	6	2%
SATISFECHO	33	12%
MEDIANAMENTE SATISFECHO	66	24%
POCO SATISFECHO	115	42%
MUY INSATISFECHO	54	20%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 2. Satisfacción.



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

El 2% de los encuestados se sienten muy satisfechos con el logro obtenido por su Pyme, el 12% se siente satisfecho, el 24% está medianamente satisfecho con lo que han logrado con su empresa, el 42% se siente poco satisfecho y un 20% está muy insatisfecho con los logros obtenidos por su Pyme.

3. ¿Su PYME es gestionada en base a una planificación bien definida?

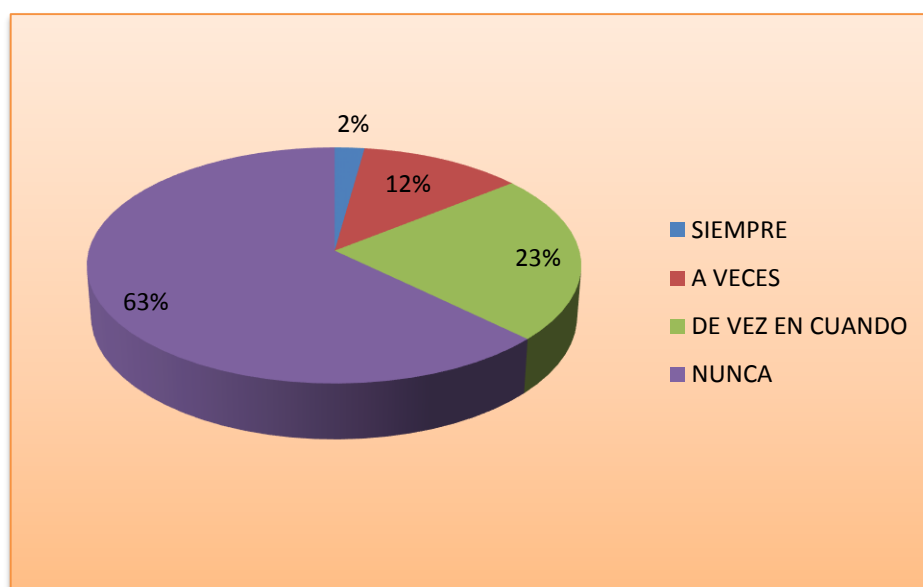
Cuadro 6. Planificación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
SIEMPRE	6	2%
A VECES	33	12%
DE VEZ EN CUANDO	63	23%
NUNCA	172	63%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 3. Planificación



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

Los encuestados manifiestan que un 2% que siempre gestiona su Pyme en base a una planificación bien definida, un 12% indica que a veces planifica las actividades, el 23% responde que de vez en cuando planifica las actividades y un 63% indica que nunca gestiona su Pyme en base a una planificación bien definida.

4. Considera que la cantidad de recursos que posee es:

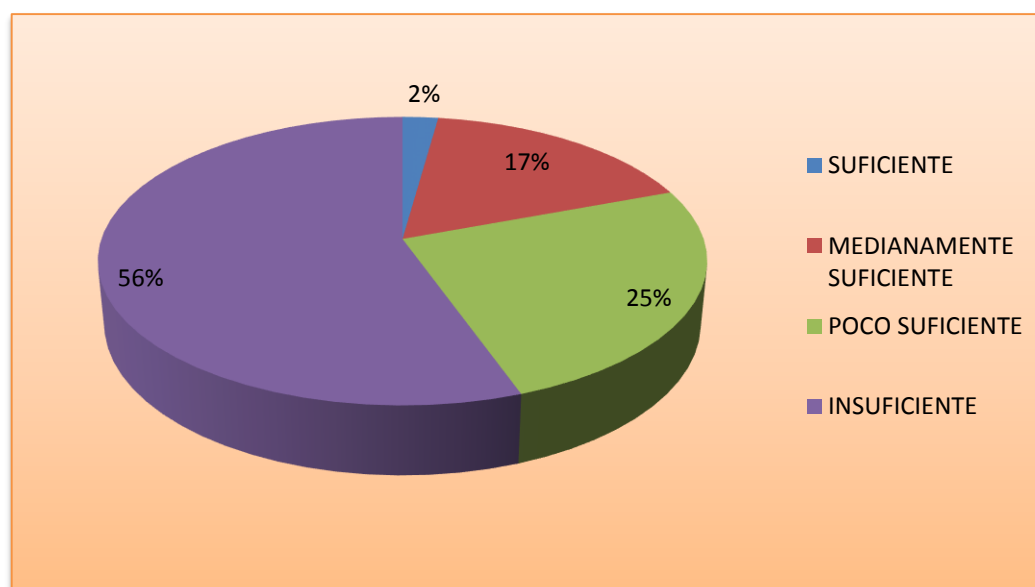
Cuadro 7. Recursos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
SUFICIENTE	6	2%
MEDIANAMENTE SUFICIENTE	47	17%
POCO SUFICIENTE	69	25%
INSUFICIENTE	152	55%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 4. Recursos



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de encuestas.

Lectura interpretativa

El 2% de los encuestados consideran que la cantidad de recursos que poseen es suficiente, el 17% medianamente suficiente, el 25% considera que los recursos son poco suficiente, el 55% manifiesta que los recursos que poseen son insuficientes.

5. Cuándo ha requerido financiamiento, el acceder a él ha sido:

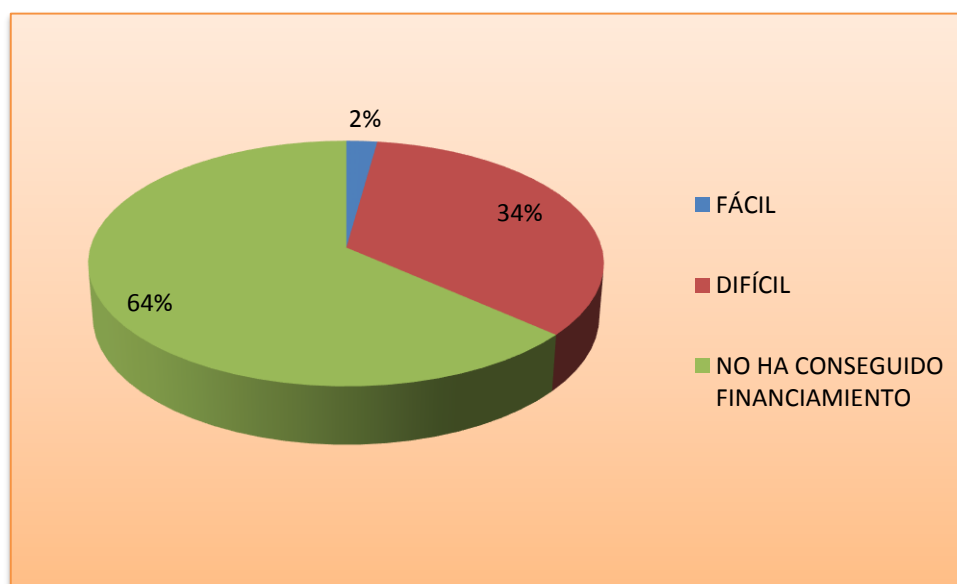
Cuadro 8. Financiamiento

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
FÁCIL	6	2%
DIFÍCIL	94	34%
NO HA CONSEGUIDO FINANCIAMIENTO	174	64%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 5. Financiamiento



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

Para la población encuestada el acceder a algún tipo de financiamiento ha sido de fácil acceso para un 2% de la población, para el 34% de la población el acceso al financiamiento ha sido difícil y para el 64% no ha conseguido financiamiento para la mejora de sus procesos.

6. La actividad de su negocio se centra en:

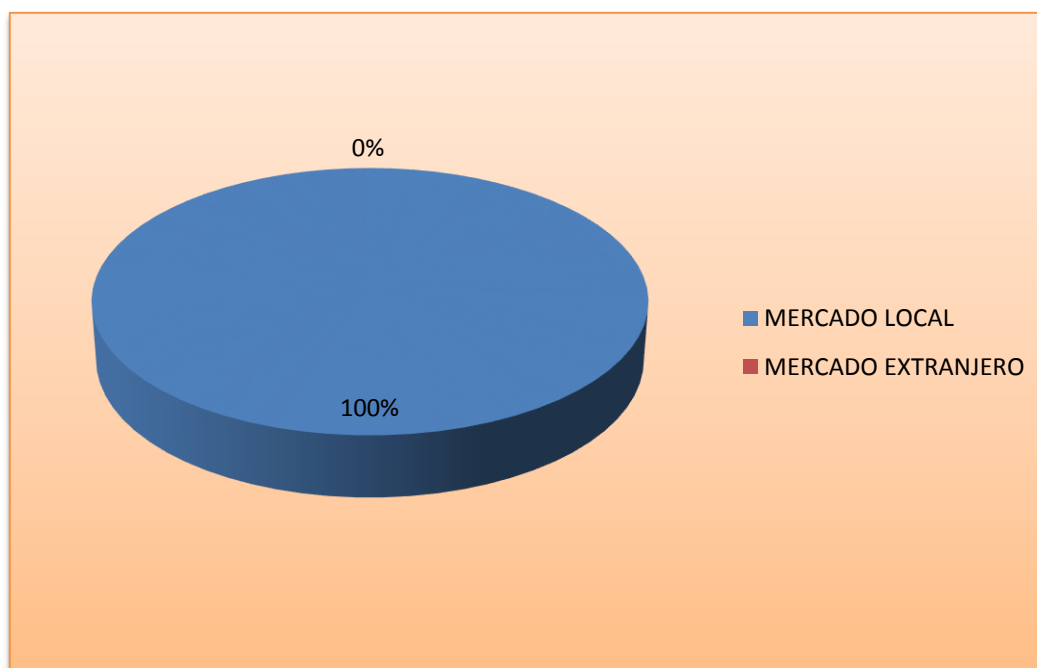
Cuadro 9. Tipo de mercado.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
MERCADO LOCAL	274	100%
MERCADO EXTRANJERO	0	0%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 6. Tipo de mercado.



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

Para el 100% de los encuestados la actividad del negocio se centra en el mercado local, esto es generado por las limitaciones que presentan las Pymes para la distribución de sus productos y para su promoción.

7. La actividad de distribución de su PYME es:

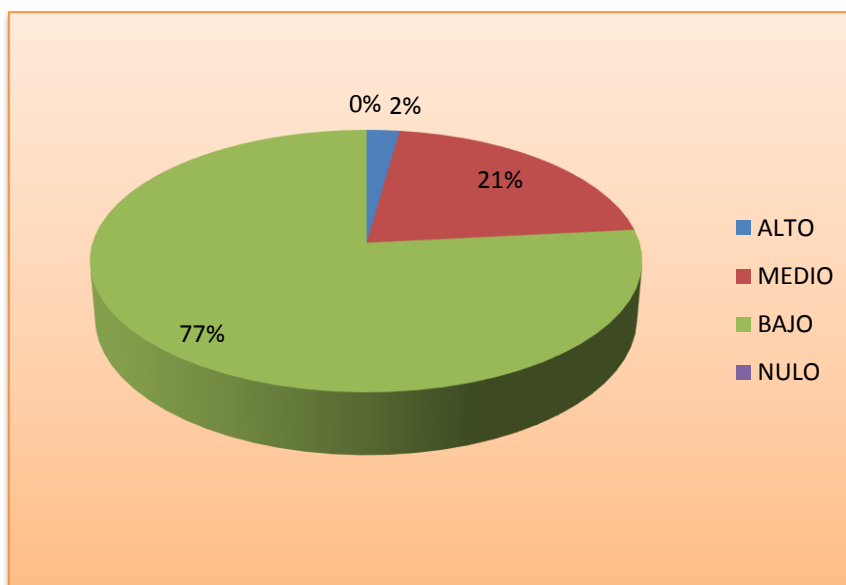
Cuadro 10. Distribución.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
ALTO	6	2%
MEDIO	58	21%
BAJO	210	77%
NULO	0	0%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 7. Distribución.



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

Para el 2% de la población la actividad de distribución de su Pyme es alta, el 21% considera que su actividad de distribución es media y el 77% considera que es baja.

8. ¿Utiliza técnicas promocionales para atraer a los clientes?

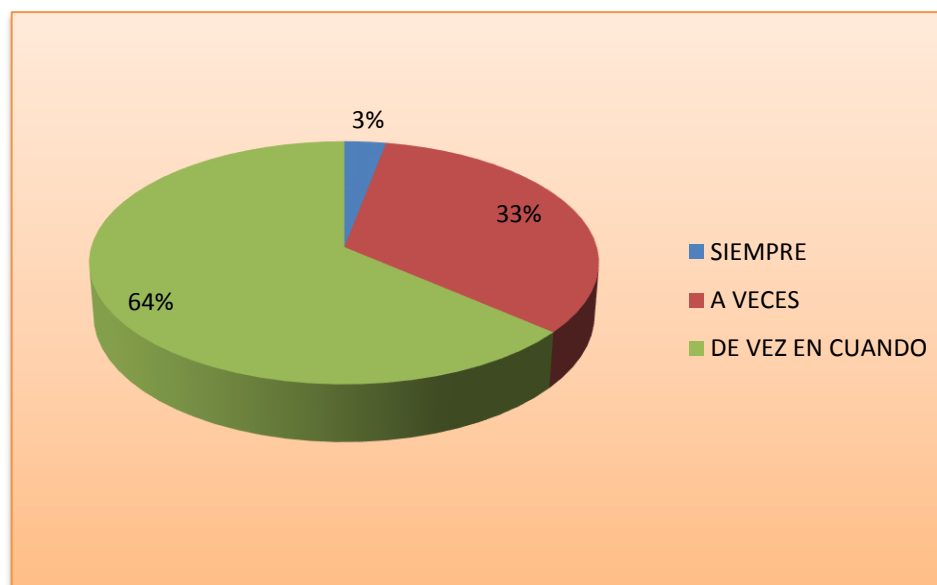
Cuadro 11. Uso de técnicas promocionales.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
SIEMPRE	6	2%
A VECES	67	24%
DE VEZ EN CUANDO	128	47%
NUNCA	73	27%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Gráfico 8. Uso de técnicas promocionales.



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

El 2% de las personas encuestadas manifiestan que siempre utilizan técnicas promocionales para atraer a los clientes, el 24% indica que a veces hace uso de las técnicas promocionales, un 47% que lo hace de vez en cuando, y un 27% indica que nunca hace uso de las técnicas de promoción de ventas.

9. ¿Su PYME maneja alguna tecnología?

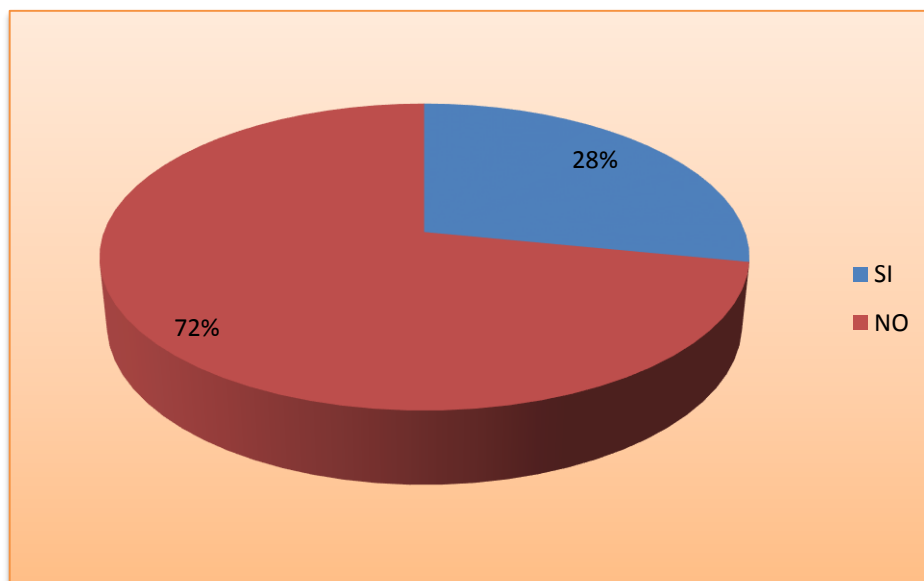
Cuadro 12. Tecnología.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS ABSOLUTAS	FRECUENCIAS RELATIVAS
SI	77	28%
NO	197	72%
TOTAL	274	100%

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultado de la encuesta.

Gráfico 9. Tecnología.



Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

Lectura interpretativa

El 28% de los encuestados manifiesta que si maneja algún tipo de tecnología en su Pyme, mientras que un 72% indica que no hace uso de la tecnología para la optimización de los procesos en su Pyme.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

El cantón San Jacinto de Yaguachi es el centro de estudio del presente trabajo investigativo, el cual se enfocará en el sector de las Pymes para analizar su gestión y el desarrollo de estas, ya que actualmente han presentado ciertas deficiencias como el acceso a financiamientos, la carencia de tecnología, las limitaciones que tienen este tipo de empresas para la distribución y promoción de sus productos, razón por el cual se ha profundizado el análisis de las falencias presentadas con anterioridad con el objeto de identificar las causas que los han generados.

Las Pymes son toda unidad de explotación económica, urbanas o rurales efectuadas por personas naturales o jurídicas en actividades manufactureras con predominio de la operación de la maquinaria sobre la operación manual que se dedican a actividades de transformación de materias primas, insumos o de productos semielaborados en artículos finales o intermedios, actividades de comercialización de bienes y prestación de servicios.

4.3 RESULTADOS

La encuesta efectuada permitió conocer lo siguiente:

- Que la mayor parte de los encuestados considera que el nivel de desarrollo de su Pyme es bajo.
- Que no están totalmente satisfechos con los logros obtenidos por su Pyme.
- Que gran parte de las Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi no están siendo gestionadas en base a una planificación bien definida.
- Que la cantidad de los recursos que poseen la mayor parte de las Pymes es insuficiente.
- Asimismo manifestaron que este tipo de empresas si presentan dificultades al momento de acceder a algún tipo de financiamiento.

- La actividad de los negocios establecidos se centra solamente en mercados locales.
- La actividad de distribución de las Pymes del cantón es baja.
- La mayoría de este tipo de empresas no hace uso de técnicas promocionales para atraer a los clientes.
- De la misma forma indicaron que la mayor parte de este tipo de empresas no maneja ningún tipo de tecnología.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 13. Verificación de hipótesis.

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
H.G. La Gestión Empresarial incide en el desarrollo de las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013-2014	De acuerdo a la encuesta en la pregunta 1 indica que el desarrollo de las Pymes es bajo en un 66%, en la pregunta 2 indica que un total de 62% no se siente satisfecho de los logros obtenidos, y en la pregunta 3 se evidencia que las pymes no son gestionadas en base a una planificación bien definida.
H. 1 El acceso a financiamiento incide a los recursos que poseen los Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi.	Acorde a la pregunta 4 los dueños o administradores de las Pymes del cantón consideran que los recursos son poco suficientes en un total del 80%, y en la pregunta 5 el 94% manifiesta que el financiamiento es de difícil acceso para este tipo de empresas.
H. 2 La tecnología influye en la aplicación de conocimientos técnicos en las Pymes de Cantón San Jacinto de Yaguachi.	En la pregunta 9 se verifica la siguiente hipótesis ya que un 72% de los encuestados indican que en su pyme no hacen uso de la tecnología.
H. 3 Las limitaciones de distribución y producción afecta a la ejecución de las actividades comerciales de las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi.	En la pregunta 6 se evidencia que el 100% de las Pymes centran sus actividades en el mercado local, en la pregunta 7 indican que la actividad de distribución es baja para el 77% de los encuestados, y en la pregunta 8 se verifica que pocas son las empresas que utilizan técnicas de promoción para atraer cliente.

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Resultados de la encuesta.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL PARA LAS PYMES DEL CANTÓN SAN JACINTO DE YAGUACHI, A FIN DE FORTALECER SU DESARROLLO

5.2 FUNDAMENTACIÓN

Gestión Empresarial

La gestión empresarial se refiere a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable económicamente, encierra a las diferentes competencias que se deben tener para cubrir diferentes flancos de una determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado.

El diseño de una empresa debe contar con una serie de conocimientos en distintas áreas que puedan avalar que las condiciones de existencia de la empresa se podrán efectuar en el tiempo.

Una de las condiciones de existencia es determinar si la actividad ejecutada será rentable en diferentes contextos propios de la economía, porque para que una gestión determinada sea óptima y brinde buenos resultados no simplemente deberá efectuar mejor las cosas sino que deberá realizar mejor aquellas cuestiones que influyen directamente en el éxito y eso será posible a través de la reunión de expertos que ayuden a identificar problemas, den soluciones y nuevas estrategias, entre otras cuestiones.

Funciones de la Gestión Empresarial

Cuatro son las funciones primordiales que la administración debe cumplir para lograr una gestión eficiente que genere buenos resultados, la **planificación**, a partir de la que se combinarán los recursos en orden a generar nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la organización.

Subsiguientemente tenemos la **organización**, vital a la hora de agrupar todos aquellos recursos con los que cuenta la organización para que luego de terminar una idea, promover el trabajo en conjunto y en línea para adquirir de ellos un óptimo aprovechamiento y así solamente esperas buenos resultados.

Como tercer punto tenemos la **comunicación**, se debe tener un buen nivel de comunicación entre los administradores y los colaboradores de la empresa, esto resulta ser casi imprescindible si se intenta disponer de un buen clima de trabajo y así maximizar la eficacia.

Como última función está el **control** de la gestión aplicado a la administración, porque solamente de esta forma será posible cuantificar el progreso que por ejemplo ha observado el personal referente a los objetivos que se definieron al inicio de una estrategia o de un plan.

Estrategias

Las estrategias son un conjunto de actividades planificadas metódicamente en el tiempo que se ejecutan para conseguir un determinado fin o misión; es decir son los métodos que se utilizan para efectuar algo.

¿Cómo se diseñan las estrategias?

La identificación de los problemas y las prioridades son un paso previo al diseño de las estrategias. Este análisis permite clarificar cuáles son los objetivos, los problemas a los que se tiene que responder y cómo hacerlo. La formulación permitirá priorizar las

acciones, para alcanzar la optimización de los recursos con vistas a lograr los objetivos del desarrollo de cualquier mercado potencial.

Las tareas que se deben ejecutar para el diseño de una estrategia son:

- Organización de la información obtenida en el diagnóstico de la situación.
- Establecimiento de objetivos que se desean lograr.
- Identificación del mercado al que se dirige.
- Desarrollo de las líneas o propuesta de actuación.
- Distribución de los recursos disponibles para cada propuesta.
- Identificación del papel que debe desempeñar el mercado objetivo afectado.
- Identificación de los posibles interlocutores.

El objeto del diseño de una estrategia es plasmar ¿qué hace la empresa?, ¿cuándo se hace?, ¿cómo se hace?, ¿quién lo hace?, ¿quién lo financia?, y ¿quién lo gestiona?

5.3 JUSTIFICACIÓN

Actualmente toda empresa debe ser competitiva, solo así se conseguirá establecer en los mercados actuales, donde existe gran rivalidad competitiva entre las empresas, es por esta razón que las empresas deben elegir la mejor estrategia empresarial a seguir, debido a que es de gran importancia para lograr el éxito, ya que ninguna empresa puede estar compitiendo sin misión, sin objetivos, sin metas y sin las estrategias requeridas para conseguir dichos objetivos.

La estrategia es la dirección y el alcance de una empresa a largo plazo. Lo que logrará ventajas para la empresa mediante la configuración de los recursos en un entorno

cambiante, para enfrentar a las necesidades de los mercados y cumplir las expectativas de los dueños o administradores de las empresas.

La aplicación de estrategias de Gestión Empresarial para las Pymes del Cantón Yaguachi, logrará mejorar la competitividad de este tipo de empresas, a través de una buena toma de decisiones, del estudio del entorno de la empresa y su competencia y la fijación de límites de la misma, ya que estas estrategias buscan adaptar a la empresa a su entorno logrando así la optimización de los recursos y el posicionamiento en el mercado.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

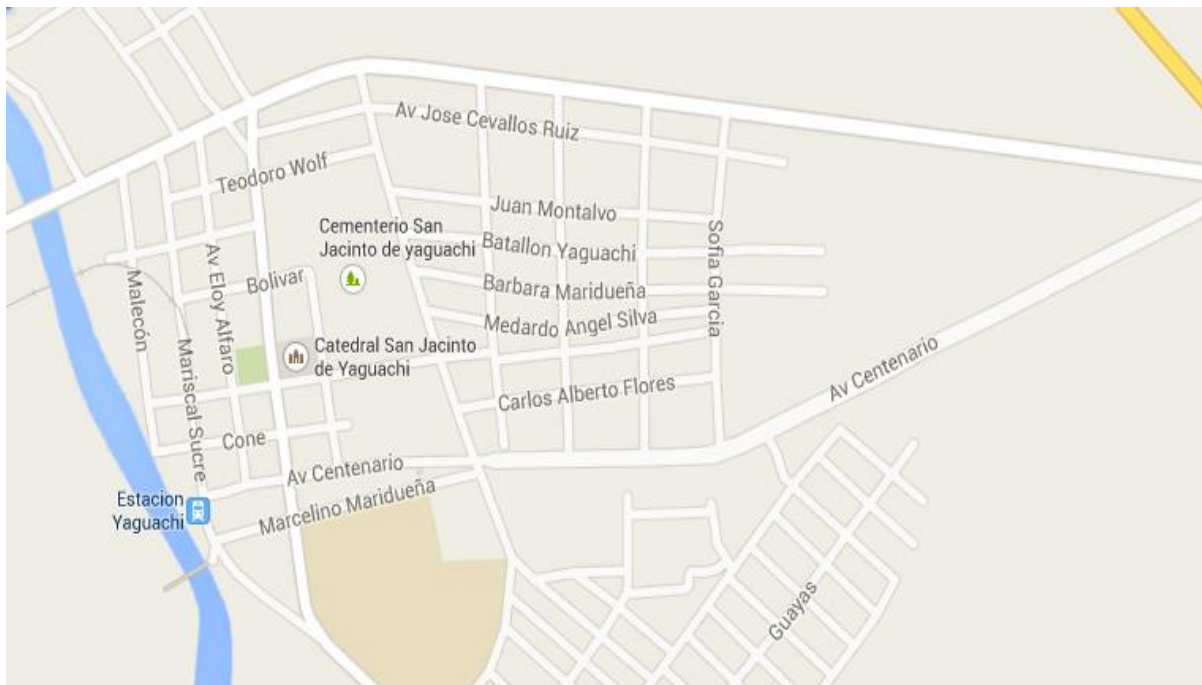
Diseñar estrategias de gestión empresarial para las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi, a fin de fortalecer su desarrollo y contribuir con el progreso de la localidad.

5.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un FODA general de la situación del sector Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi.
- Operativizar las estrategias del FODA.
- Definir los recursos necesarios para poner en práctica las estrategias.
- Desarrollar el costo de las estrategias y proyectar sus beneficios.

5.5 UBICACIÓN

Gráfico 10. Croquis San Jacinto de Yaguachi.



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/@-2.0979017,-79.6950026,16z?hl=>

El Cantón San Jacinto de Yaguachi se encuentra en la costa del Ecuador y debido a ello es un sector con poca variabilidad en su Geografía, este cantón cuenta con una red fluvial que desempeña un papel muy importante en el crecimiento del cantón, así como la productividad del suelo.

Los habitantes del cantón San Jacinto de Yaguachi basan su economía en la agricultura, el comercio y la ganadería.

El cantón San Jacinto de Yaguachi está situado al centro este de la provincia del Guayas, limita al norte con los cantones Samborondón y Jujan; al sur con el cantón Naranjito; al este con los cantones Milagro, Marcelino Maridueña, El Triunfo y al oeste Durán y Samborondón.

Cuenta con tres parroquias rurales, Cone también conocido como Yaguachi Viejo, Virgen de Fátima, Pedro J. Montero conocido como Boliche.

5.6 FACTIBILIDAD

Factibilidad Administrativa

La propuesta planteada es factible ya que es una opción que permitirá a las Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi, generar una mayor cantidad de demanda al hacer uso de estrategias de gestión empresarial que permitan fortalecer el desarrollo de este tipo de empresas.

Factibilidad legal

El artículo 284 de la Constitución de la República del Ecuador prescribe que uno de los objetivos de la política económica es incentivar la producción nacional, la productividad y la competitividad sistemática, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 311 de la Constitución. Las iniciativas de servicio de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del estado, en la medida que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria; el artículo 319 de la Constitución, consagra el deber del estado de promover las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población, alentando a la producción que aseguren el buen vivir de la población, alentando a la producción para que esta satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional, el artículo 1 del decreto ejecutivo N° 2639, publicado en el Registro Oficial 547 de 18 de marzo del 2005, que declara política de estado, el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas y su programa integral de desarrollo; es por esta razón que el Ministerio de Industrias y Productividad lleva adelante el proyecto integral para el fomento productivo y competitivo para las micro, pequeñas y medianas empresas, con el objeto de mejorar las condiciones y capacidades de las Pymes en el Ecuador.

Factibilidad presupuestaria

Presupuestariamente es factible la implementación de las estrategias para Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi, ya que este tipo de empresas deberán ser más proactivas y comenzar a invertir en estrategias teniendo presente que el retorno sobre la inversión permitirá el crecimiento y desarrollo de sus negocios.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Se plantearán estrategias con el objeto de fortalecer el desarrollo de las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi, para el efecto del diseño de las estrategias se realizó la identificación de los problemas y las prioridades, para de este modo clarificar los objetivos, los problemas a los que hay que responder y cómo hacerlo.

5.7.1 Actividades

5.7.1.1 FODA del sector Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi

Cuadro 14. FODA

ASPECTOS INTERNOS	
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negocios rentables. • Flexibilidad frente a los cambios. • Facilidad de obtener información de la competencia. • Personal con conocimiento de manejo tecnológico. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente tecnología • Capital de trabajo escaso • Infraestructura limitada. • No se cuenta con equipos de tecnología de la comunicación. • Ventas locales o regionales y en muy pocos casos nacionales. • Barreras emocionales de los clientes internos y propietarios de las Pymes.
ASPECTOS EXTERNOS	
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedad de segmentos de mercado que consumen diversos tipos de productos y servicios. • Fácil obtención de materias primas. • Apoyo del Estado al Sector Micro empresarial. • Cambios de mentalidad en la Gestión de pequeños negocios. • Tecnología de la comunicación. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia. • Dependencia de proveedores. • Emprendedores no profesionales. • Cultura de no hacer uso de la tecnología.

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea

Fuente: Análisis situacional.

Matriz FO FA DO DA

Cuadro 15. Matriz FO FA DO DA

<p style="text-align: center;">ASPECTOS INTERNOS</p> <div style="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; height: 200px; margin: 0 auto;"></div> <p style="text-align: center;">ASPECTOS EXTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Negocios rentables. • Flexibilidad frente a los cambios. • Facilidad de obtener información de la competencia. • Personal con conocimiento de manejo tecnológico. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente tecnología • Capital de trabajo escaso • Infraestructura limitada. • No se cuenta con equipos de tecnología de la comunicación. • Ventas locales o regionales y en muy pocos casos nacionales. • Barreras emocionales de los clientes internos y propietarios de las Pymes.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variedad de segmentos de mercado que consumen diversos tipos de productos y servicios. • Fácil obtención de materias primas. • Apoyo del Estado al Sector Micro empresarial. • Cambios de mentalidad en la Gestión de pequeños negocios. • Tecnología de la comunicación. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Invertir capital en una mayor cobertura de mercado. • Invertir en capacitar al personal • Emplear herramientas de gestión. • Utilizar herramientas de tecnología de comunicación para difundir su actividad. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener convenios con los proveedores. • Optimizar el uso de recursos. • Adquirir equipos de tecnología. • Mejorar la infraestructura a fin de ofrecer un mejor servicio al cliente. • Acceder a los créditos que promueven las entidades crediticias del estado.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia. • Dependencia de proveedores. • Emprendedores no profesionales. • Cultura de no hacer uso de la tecnología. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar la diferenciación en sus productos y/o servicios para sobresalir de la competencia. • Contratar asesoría especializada bajo el sistema de outsourcing. • Fomentar una cultura organizacional de pertenencia y manejo de la tecnología. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reinversión en el negocio. • Buscar alianzas con otras PYMES con las cuales pueda trabajarse a manera de clústeres.

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

5.7.1.2. Detalle de las estrategias:

- Invertir capital en una mayor cobertura de mercado.
- Invertir en capacitar al personal
- Emplear herramientas de gestión.
- Utilizar herramientas de tecnología de comunicación para difundir su actividad.
- Mantener convenios con los proveedores.
- Optimizar el uso de recursos.
- Adquirir equipos de tecnología.
- Mejorar la infraestructura a fin de ofrecer un mejor servicio al cliente.
- Acceder a los créditos que promueven las Entidades crediticias del Estado.
- Implementar la diferenciación en sus productos y/o servicios para sobresalir de la competencia.
- Contratar asesoría especializada bajo el sistema de outsourcing.
- Fomentar una cultura organizacional de pertenencia y manejo de la tecnología.
- Reinversión en el negocio.
- Buscar alianzas con otras PYMES con las cuales pueda trabajarse a manera de clúster

5.7.1.3 Operativización de las estrategias.

Cuadro 16. Operativización de las estrategias.

ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RECURSOS	COST	RESULTADOS	RESPONSABLE	INDICADORES
Invertir capital en una mayor cobertura de mercado.	Variedad de stock	Stock	1500	Mayor demanda	Dueño del negocio	Cantidad de dinero invertido
	Mejoramiento de servicio a clientes		200			
Invertir en capacitar al personal	Seminarios	Capacitaciones	500	Clientes satisfechos	Dueño del negocio	Cantidad de dinero invertido en nuevas actividades
Emplear herramientas de gestión.	Reingeniería de procesos	Procesos	0.00	Aumento de la productividad	Dueño del negocio	Cambios efectuados en los procesos
	Empowerment					
Acceder a los créditos que promueven las Entidades crediticias del Estado.	Crédito bancario	Crédito	50	Inversión en el crecimiento del negocio	Dueño del negocio	Crédito bancario
Implementar la diferenciación en sus productos y/o servicios para sobresalir de la competencia.	Comercialización de una nueva línea	Línea de productos	950	Actualización administrativa.	Dueño del negocio	Contratación de capacitación y asesoría
	Seminarios		150			
Fomentar una cultura organizacional de pertenencia y manejo de la tecnología.	Capacitaciones	Material de capacitación	1200	Sistematización de las operaciones del negocio	Dueño del negocio	Mejor utilización de equipos tecnológicos
	Sistemas de control		500			
Utilizar herramientas de tecnología de comunicación para difundir su actividad.	Medios de comunicación	Periódico o prensa escrita	1000	Publicidad al negocio	Dueño del negocio	Incremento de clientes.
Mantener convenios con los proveedores.	Mayor beneficios	Proveedores	0.00	Mejor relación laboral	Dueño del negocio	Incremento de proveedores
Optimizar el uso de recursos.	Disminución de desperdicios y mercaderías dadas de baja.	Mercaderías	100	Mejor utilización de los recursos	Dueño del negocio	Mejor manejo de recursos
Mejorar la infraestructura a fin de ofrecer un mejor servicio al cliente	Renovado lugar de trabajo	Infraestructura	2500	Clientes mejores atendidos	Dueño del negocio	Clientes contentos
Contratar asesoría especializada bajo el sistema outsourcing.	Contratación de expertos	Expertos	1300	Reducción y / o control del gasto de operación	Dueño del negocio	Disposición de personal altamente capacitado
Reinversión en el negocio.	Reinversión de utilidades	Utilidades	0.00	Aumento de capital	Dueño del negocio	Actividad productiva
Buscar alianzas con otras PYMES con las cuales pueda trabajarse a manera de clúster.	Alianza estratégica	Convenios	0.00	Máximo provecho a los recursos que disponen	Dueño del negocio	Alcanzar competitividad
Adquirir equipos de tecnología	Adquisición de equipos de cómputo	Equipo de cómputo	1500	Mejor producción	Dueño del negocio	Abaratar costos

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Fuente: Análisis de la situación.

5.7.1.4. Acciones estratégicas aplicadas a PYMES: Caso arroceras del Cantón San Jacinto de Yaguachi.

Nombre del negocio: Industria Arroceras la Ecuatoriana

Descripción de la actividad: Realiza pilado de arroz, brinda servicio de alquiler de cosechadora de arroz.

Ubicación: Ferroviaria s/n Km 21 Vía Yaguachi-Duran. Parroquia San Jacinto de Yaguachi.

Número de empleados: 10 empleados

Reporte de las utilidades del año 2013

\$15183.21

Reporte de los costos del año 2014

\$109796.02

Cuadro 17. Estrategias

Estrategias	Actividades	Costos
1. Invertir capital en una mayor cobertura de mercado	Variedad de Stock	\$1500
	Mejoramiento de servicio al cliente	\$200
2. Fomentar una cultura organizacional de pertenencia y manejo de la tecnología	Capacitaciones	\$1200
	Sistemas de Control	\$500
3. Utilizar herramientas de tecnología de comunicación para difundir su actividad	Medios de Comunicación	\$1000
4. Mejorar la infraestructura a fin de ofrecer un mejor servicio al cliente	Renovado lugar de trabajo	\$2500
TOTAL		\$6900

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

5.7.2 RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO

Cuadro 18. Cálculo del Costo – Beneficio:

Años	Utilidades	Incremento/Decrecimiento
2013	\$15183.21	
2014	\$109796.02	\$94612.81
2015 (proyección)	\$139440,95	\$29644.93

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

Se proyecta que al implementar las estrategias, la utilidad del 2015 tendrá un incremento del 27% en relación al año anterior; es decir, con el 2014.

Cuadro 18. Costo- Beneficio:

Beneficio obtenido con las estrategias	\$29644.93
Costo de las Estrategias	\$6900
Beneficio	\$22744.93

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

5.7.3 Impacto

El diseño de estrategias de gestión empresarial traerá beneficios al sector Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi, ya que el trabajo efectuado está orientado a este sector, con el objeto de fortalecer su desarrollo.

Los principales beneficiarios serán los dueños de los negocios, ya que esta propuesta trae consigo beneficios económicos con su ejecución.

En lo social, la población del cantón San Jacinto de Yaguachi, particularmente los clientes tendrán el beneficio de recibir un mejor servicio de atención al cliente, ya que con la mejora de los procesos, mejoran los servicios.

Así mismo debemos mencionar, que el cantón San Jacinto de Yaguachi verá un desarrollo local en lo que respecta a su economía y fuentes de empleo con la nueva implementación del parque industrial que será construido en dicho cantón.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 20. Cronograma

ACTIVIDAD	MESES													
	MAYO	JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE			
Planteamiento del problema	■													
Formulación del problema y sistematización	■													
Diseño de los objetivos de investigación y su justificación		■	■											
Elaboración de antecedentes y del marco teórico			■	■	■									
Diseño de la hipótesis y operacionalización de variables			■	■	■									
Elaboración del marco metodológico				■	■									
Población y cálculo de muestra						■	■							
Aplicación de instrumentos de recolección de datos						■	■							
Análisis de los resultados							■	■						
Verificación de las hipótesis								■						
Tema de propuesta									■	■				
Fundamentación y justificación de la propuesta									■	■	■			
Establecimiento de actividades de la propuesta									■	■				
Proyección del costo del diseño de las estrategias										■				
Fijación de lineamientos para el control del plan												■	■	
Conclusiones y recomendaciones													■	■

Elaborado por: Campos Filadelfia y Méndez Andrea.

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

La propuesta planteada deberá ser evaluada con el objeto de tomar las medidas necesarias en caso de que las estrategias no estén brindando los resultados esperados, de este modo se asegura el cumplimiento de los resultados que se buscan con el diseño de las estrategias de gestión.

Para evaluar la propuesta, se consideraron los siguientes parámetros:

- Nivel de desarrollo (productividad y competitividad) de las Pymes.
- Información integrada.
- Estudio de mercado.
- Liquidez del negocio
- Número de líneas de productos que manejan las PYMES

CONCLUSIONES

Partiendo del análisis de las condiciones actuales de las Pymes del cantón San Jacinto de Yaguachi, las limitaciones más comunes que se presentan para este sector, y el beneficio que este tipo de empresas trae para la economía del país, a través de la propuesta planteada, se llega a las siguientes conclusiones:

- Las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi presentan un nivel de desarrollo deficiente en relación a otro tipo de negocios que maneja un mayor poder económico esto como resultado de una débil gestión empresarial.
- Actualmente las Pymes del Cantón San Jacinto de Yaguachi no mantienen una infraestructura adecuada, esto se debe a que no han financiado la forma de mejorar su establecimiento para promover así un mejor servicio.
- Los factores tecnológicos y técnicos de las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi son débiles, por lo tanto esto está influyendo en los niveles de productividad y la eficiencia laboral de quienes la integran.
- En cuanto aspecto de distribución y promoción de los productos, las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi manejan actividades comerciales que carecen de creatividad lo que está limitando el poder ampliar su mercado.

RECOMENDACIONES

- Es importante que las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi implementen actividades basadas en la gestión empresarial, de esta forma podrán trabajar a nivel estratégico obteniendo mayores rendimientos económicos.
- Se recomienda que las PYMES hagan usos de las líneas de crédito que actualmente se están otorgando en el Sistema Financiero Privado e incluso por Entidades Estatales, esto les permitirá mejorar su sistema de infraestructura y por ende el servicio que otorgan a sus clientes.
- Las PYMES del Cantón San Jacinto de Yaguachi tienen que incrementar aspectos de tecnología y aspectos técnicos para mejorar el nivel de productividad y eficiencia laboral, entre estos aspectos serían la adquisición de sistemas de cómputo para el trabajo y de programas que permita organizar sobre todo la parte contable y tributaria.
- Es importante las actividades de distribución y de promoción, por lo tanto se aconseja que se marquen rutas para la distribución de productos en caso de que la PYME lo maneje bajo este sistema y que mejore la forma en que los productos están dispuestos en los puntos de venta, para una facilidad en la distribución al cliente.
- En cuanto a promociones se aconseja efectuar promociones en venta y publicidad de bajo costo, esto captará la atención del mercado y fidelizará a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

- ✓ Cuentas Nacionales de la República del Ecuador, Vigente a Junio del 2009, Banco Central del Ecuador.
- ✓ GARZÓN, Manuel: *El desarrollo organizacional y el cambio planeado*, Universidad del Rosario, Bogotá, 2005.
- ✓ KUME, Arturo: *Herramientas de gestión empresarial*, <http://www.crecenegocios.com/herramientas-de-gestion-empresarial/> , extraída el 7 de septiembre del 2014.
- ✓ MARCHÁN, Karina: *Análisis de competencias y habilidades para que un usuario utilice herramientas de inteligencia de negocios en las Pymes del Ecuador*, Tesis de grado para optar el título de Master en Sistemas de Información Gerencial, Escuela de Ingeniería en Electricidad y Computación, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil, 2009.
- ✓ MUÑOZ, Rosa y NEVADO, Domingo: *El desarrollo de las organizaciones del siglo XXI: ética, responsabilidad social, gestión de la diversidad y gestión del cambio*, Especial Directivos, Madrid, 2007.
- ✓ QUIMINET: *¿Cuáles son las ventajas y desventajas en las Pymes?*, <http://www.quiminet.com/articulos/cuales-son-las-ventajas-de-las-pymes-2648172.html>, extraído el 6 de septiembre del 2014.
- ✓ SANCHIZ, Johan y RIBEIRO, Domingo: *Creación y Dirección de Pymes*, Díaz Santos S.A., Edición Ilustrada, Madrid, 1999.
- ✓ SOTO, Eduardo y DOLAN, Simón: *Las Pymes ante el desafío del siglo XXI: Los nuevos mercados Globales*, Cengage Learning, México, 2004.

- ✓ Definición de los Métodos Teóricos
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ABaXnadIBc4J:www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm+&cd=4&hl=es-419&ct=clnk&gl=ec#sthash.0KdXJQxq.dpuf>

- ✓ ¿Cuál es el significado del método Descriptivo en la investigación?
http://www.ehowenespanol.com/significado-del-metodo-descriptivo-investigacion-sobre_135646/

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE PROBLEMATIZACIÓN

Tema	Problema	Formulación	Obj. General	Hipótesis	Variable	Indicadores	Preguntas
ESTUDIO DEL NIVEL DE DESARROLLO DE LAS PYMES DEL CANTÓN SAN JACINTO DE YAGUACHI, 2013 - 2014.	Desarrollo de las PYMES	¿Qué incidencia tiene la gestión empresarial en el desarrollo de las PYMES en el cantón San Jacinto de Yaguachi, 2013 - 2014?	Definir la incidencia que tiene la gestión empresarial en el desarrollo de las PYMES, en el cantón San Jacinto de Yaguachi, a través de una investigación de los diferentes negocios que allí existen, para contribuir en el crecimiento y desarrollo empresarial del cantón.	El desarrollo de las PYMES del cantón San Jacinto de Yaguachi es deficiente, debido a que la gestión empresarial ha sido efectuada de forma inadecuada.	V.I. Gestión empresarial	Nivel de crecimiento y desarrollo empresarial Número de estrategias empresariales implementadas por las PYMES.	¿Considera que el nivel de desarrollo de las PYMES es? ¿Se siente satisfecho con los logros obtenidos por su PYME?
					V.D. Desarrollo	Nivel de cumplimiento de objetivos Nivel de rentabilidad	¿La pyme es gestionada en base a una planificación bien definida?
	Problema	Sistematización	Obj. Específicos	Hipótesis	Variable	Indicadores	Preguntas
	Difícil acceso a financiamiento	¿De qué manera incide el acceso a financiamientos que tienen las PYMES en los recursos con los que cuenta?	Identificar los efectos que tiene el acceso a financiamiento que tienen las PYMES en los recursos con los que cuenta.	Existe insuficiencia de recursos propios en las PYMES, debido al difícil acceso que tienen para el financiamiento.	V.I. Financiamiento	Número de PYMES que han accedido a financiamiento en este último año Nivel de activos de la empresa Nivel de apalancamiento	¿Considera que la cantidad de recursos que posee es? ¿Cuándo ha requerido financiamiento él acceder a él ha sido?
				V. D. Recursos	Nivel de rentabilidad de la empresa Número de activos productivos Nivel de		

						valoración de los activos productivos.	
	Escasa tecnología	¿Cómo influye la tecnología en la asimilación de conocimientos técnicos en Las PYMES?	Investigar cómo influye la tecnología en la asimilación de conocimientos técnicos en las PYMES.	La escasa tecnología incorporada en los procesos productivos de las PYMES dificulta la asimilación de conocimientos técnicos disponibles.	V.I. Tecnología	Nivel de aplicación de las tecnologías en proceso.	¿La PYME maneja alguna tecnología?
					V.D. Conocimientos técnicos	Numero de PYMES que poseen y aplican tecnologías	
	Actividades solamente en mercados	¿Cómo perjudica a las pymes las limitaciones que presentan para la distribución y promoción de sus productos, en la ejecución de sus actividades comerciales?	Analizar como perjudica a las PYMES las limitaciones que presentan para la distribución y promoción de sus productos en la ejecución de sus actividades comerciales.	Las PYMES generalmente centran sus actividades en mercados locales, debido a las limitaciones para la distribución y promoción de sus productos.	V.I. Limitaciones	Número de PYMES que no han podido implementar mejoras por causa de restricciones económicas	¿La actividad de su negocio se centra en? ¿La actividad de distribución de su PYME es? ¿Utiliza técnicas promocionales para atraer a los clientes?
					V.D. Mercados locales	Nivel de cumplimiento de objetivos Número de segmentos atendidos por las PYMES	

ANEXO 2. ENCUESTA

ENCUESTA

LA PRESENTE ENCUESTA SE EFECTUA CON EL OBJETO DE TENER INFORMACIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO DEL CANTÓN SAN JACINTO DE YAGUACHI COMO REQUISITO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL.

1. ¿Considera que el nivel de Desarrollo de la Pymes?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

Nulo ()

2. ¿Se siente satisfactorio con los logros obtenidos por las Pymes?

Muy satisfecho ()

Satisfecho ()

Medianamente satisfecho ()

Poco satisfecho ()

Muy insatisfecho ()

3. ¿Su pymes es gestionada en base a una planificación bien definida?

Siempre ()

A veces ()

De vez en cuando ()

Nunca ()

4. ¿Considera que la cantidad de recursos es?

Suficiente ()

Medianamente suficiente ()

Poco Suficiente ()

Insuficiente ()

5. ¿Cuándo ha requerido financiamiento, el acceder a él ha sido?

Fácil ()

Difícil ()

No consiguió financiamiento ()

6. ¿La actividad de su negocio se centra en?:

Mercado local ()

Mercado extranjero ()

Ambos ()

7. ¿La actividad de Distribución de las Pymes es? :

Muy satisfecho ()

Satisfecho ()

Medianamente satisfecho ()

Poco satisfecho ()

Muy insatisfecho ()

8. ¿Utiliza técnicas promocionales para atraer a los clientes?

Siempre ()

A veces ()

De vez en cuando ()

Nunca ()

9. ¿La Pymes maneja alguna tecnología?

Si ()

No ()

ANEXO 3. FOTOGRAFÍAS DE ENCUESTAS A LAS PYMES DEL CANTÓN SAN JACINTO DE YAGUACHI









