



ENFOQUE INVESTIGATIVO

DESDE LA ADMINISTRACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL

TOMO II



Universidad de Guayaquil

**Enfoque investigativo desde la administración y el desarrollo
empresarial**

TOMO II

Compiladores

Melvin López Franco

Sunny Bores Froment

Primera edición, mayo 2017



Universidad de Guayaquil

Libro sometido a revisión de pares académicos.

Edición

Diagramación

Diseño

Publicación

Maquetación.

Grupo Compás

Cámara Ecuatoriana del Libro - ISBN-E:978-9942-750-91-4

Guayaquil - Ecuador



ENFOQUE INVESTIGATIVO

DESDE LA ADMINISTRACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL

TOMO II

Prólogo

Iniciamos esta compilación con la investigación de Teresa Meza y Marlene Montesdeoca, la cual tiene una singular y notable importancia, pues si algo debe preocupar a una Universidad, es conocer cuál es el destino que dentro de la sociedad tiene el recurso humano formado en sus aulas, es decir, aquel producto que la institución entrega a la colectividad que son sus profesionales. La Responsabilidad Social es un tema de relevancia en el medio, al ser una temática de influencia social y empresarial de la actualidad es loable conocer el origen de su contexto, según informes la responsabilidad social se acentúa a partir de la segunda mitad del siglo XX, tras la experiencia de haber tolerado dos guerras mundiales, se desarrolla una emergencia de nuevos movimientos sociales de signo radical y se enfatiza la implantación de procesos de reconstrucción social inmediata.

Luego encontramos *Emprendimiento para el manejo de los desechos sólidos en Guayaquil*, investigación que se realizó con la finalidad de mejorar el medio ambiente del sector urbano, prevenir la salud y optimizar la estética del cantón. Con los resultados de esta investigación se dará a conocer la correcta manipulación de los desechos sólidos, además de obtener un reaprovechamiento óptimo de los mismos.

Resaltamos de igual manera el aporte de Mélvín López y Julio Terranova, en donde se establece a las MIPYMES como asociaciones solidarias y su importancia radica en que garantiza el mercado laboral mediante la descentralización de la mano de obra, permite la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor, presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura, son unidades familiares que permiten una relación más estrecha entre el empleador y el empleado.

ÍNDICE

PYMES RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: PRÁCTICAS LABORALES COMO OPORTUNIDAD EN LA INCLUSIÓN LABORAL EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN GUAYAQUIL. Ing. Teresa Meza Clark, Mgs, Ing. Marlene Montesdeoca Peralta, Mgs

6-13

EMPRENDIMIENTO PARA EL MANEJO DE LOS DESECHOS SÓLIDOS EN GUAYAQUIL Ing. Jahaira Paola Buñay Cantos, Mgs Ing. Cinthia Maritza Legarda Arriaga, Mgs

14-30

PRINCIPALES FACTORES QUE SE RELACIONAN CON EL ÉXITO COMPETITIVO DE LAS MIPYME EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL Ing. Melvin Leonardo López Franco, Mgs, Ing. Julio Enrique Terranova Mera, Mgs

31-41

POLITICAS DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LAS PYMES, Ing. Álvaro Rivera Guerrero, Mgs, Econ. José Gonzalo Narváez Cumbicos, Mgs

42-47

EL EFECTO DEL CRECIMIENTO DEL PIB SOBRE LOS INGRESOS TRIBUTARIOS Ing. Alfredo Marcel Yagual Velástegui, Mgs. Ing. María Teresa Mite Albán, Mgs

48-56

LAS HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS Y EL MARKETING EN EL DESARROLLO MICRO-EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO, 2015 Ing. Lovato Torres, Sofía Georgina , Mgs., Ing. Christian Moreno Rodríguez, Mgs

57-73



PYMES responsabilidad social empresarial: prácticas laborales como oportunidad en la inclusión laboral en las Instituciones de Educación Superior en Guayaquil.

**Ing. Teresa Meza Clark , Mgs
Docente Universidad de Guayaquil
Ing. Marlene Montesdeoca Peralta, Mgs
Docente Universidad de Guayaquil**

Resumen

La inclusión laboral, es una opción de responsabilidad social que va más allá del cumplimiento de las obligaciones que establece la ley y contribuye a dinamizar la balanza económica. Involucra de manera activa y participativa, en los distintos procesos que generan los sectores industrial, financiero y comercial de nuestra economía.

Se pretende especificar e identificar las dificultades que las PYMES en Guayaquil encuentran la hora de incorporar acciones de responsabilidad social en sus modelos de negocio, tales como falta de información, recursos, medios o herramientas de trabajo, con la finalidad de hacerlas avanzar en su camino hacia la sostenibilidad.

Es necesario cohesionar y poner en común las buenas prácticas e iniciativas novedosas en materia de RSE, a través del desarrollo de la presente Guía, que tiene por finalidad principal familiarizar a las PYMEs con el concepto de Responsabilidad Social, informándolas, sensibilizándolas y poniendo a su disposición herramientas y metodologías para incorporar la RSE para prácticas laborales en las Instituciones de Educación Superior.

Palabras Clave: Balanza Económica, Inclusión Laboral, Prácticas laborables, PYMEs, Responsabilidad Social Empresarial.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial no es una cultura de la filantropía, no se busca que las empresas se conviertan en casas de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Esto implica que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico.

La Responsabilidad Social Empresarial es el rol que le toca jugar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social y el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución, de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tenido un campo de incidencia muy importante en la última década a nivel empresarial y ha escalado desde el concepto de defensa del trabajador hasta la conservación del medio ambiente, por tal motivo se hace necesaria la investigación sobre la aplicación de dichas prácticas en las pequeñas y medianas empresas por parte de las Instituciones de Educación Superior.

Esta investigación tiene una singular y notable importancia, pues si algo debe preocupar a una Universidad, es conocer cuál es el destino que dentro de la sociedad tiene el recurso humano formado en sus aulas, es decir, aquel producto que la institución entrega a la colectividad que son sus profesionales. Para nuestra Universidad es satisfactorio encontrar que un porcentaje del 88% considera que la formación recibida en la Universidad es la indicada, como también es grato saber que un porcentaje del 86% está incorporado al mercado ocupacional, siendo en esta parte relevante el que el 58% estén ejerciendo su profesión y un 42% lo hacen en ocupaciones que no corresponden a su profesión, lo cual se justifica, si estamos conscientes que uno de los grandes problemas del mundo contemporáneo es sin duda la falta de demanda de recursos humanos para un trabajo estable, que según estudios autorizados y confiables de cada 10 personas que se incorporen a la población económicamente activa, sólo 3 tienen posibilidades reales de incorporarse a plenitud al mercado laboral, en el caso de los egresados o profesionales de nuestra Universidad, en un 55% han sido absorbidos por el sector privado y en un 45% por el sector público, debiendo advertirse que dentro del porcentaje que laboran en sector privado el 17% lo hace por cuenta propia, lo cual evidencia que la tesis de fomentar una mentalidad emprendedora no es ajena al pensamiento de los profesionales formados en nuestros claustros.

Desarrollo

La Responsabilidad Social es un tema de relevancia en el medio, al ser una temática de influencia social y empresarial de la actualidad es loable conocer el origen de su contexto, según informes la responsabilidad social se acentúa a partir de la segunda mitad del siglo XX, tras la experiencia de haber tolerado dos guerras mundiales, se desarrolla una emergencia de nuevos movimientos sociales de signo radical y se enfatiza la implantación de procesos de reconstrucción social inmediata. (SILVA, Erika Charvet, , 2000)

Como lo menciona el autor, se plantea un cambio de mentalidad y de actitud en los movimientos sociales e influencia al sector empresarial, se considera que las personas son partícipes de la evolución económica y social del mundo, forman grandes y pequeñas organizaciones con fines en común, que brindan un beneficio a la sociedad.

Desarrollar una actividad económica responsable, se ha transformado en prioridad corporativa al fomentar iniciativas de estrategias con bases en la RSE, a la vez se genera un valor agregado en la esencia empresarial, contribuye con el entorno en el cual se desarrollan las actividades productivas a tal punto de poder priorizar la defensa del medio ambiente, se puede mejorar la apreciación positiva de la imagen de la organización en la mente del consumidor y por último, formar parte del desarrollo de objetivos que fortalezcan la filosofía empresarial.

“La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades, ocasionan en la sociedad y en el medio ambiente, un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad”. (SCHVARSTEIN, Leonardo,, 2003)

“La única responsabilidad social de los gerentes es aumentar al máximo las utilidades obtenidas por la empresa para sus accionistas, destacando además que el comportamiento socialmente responsable es más propio de las personas que de las organizaciones”. (FRIEDMAN, Milton, 1970)

La empresa, al ser constituida por seres humanos, consolida en su creación ciertos valores, emociones, expectativas y propuestas de cambio del entorno en el cual se practique su esencia laboral, desde este punto la empresa no es un ente aislado y hermético, por lo contrario, se genera una sinergia vinculante de los individuos con sus propósitos productivos aplicables en el sector al cual pertenecen, así: “La sociedad espera que las organizaciones presten servicios, que ofrezcan y ayuden al crecimiento de la comunidad”. (ETKIN, Jorge Ricardo, 2009)

Las falta de un sistema integral de pasantías pre profesionales incide en la adecuada formación de los nuevos profesionales economistas que demanda el mercado laboral ecuatoriano. La vinculación teórico practica constituye un elemento fundamental del proceso educativo en la educación superior, genera las primeras experiencias reales, para la toma adecuada de decisiones. El estudio busca evaluar cómo se vienen desarrollando las pasantías pre profesionales en las Instituciones de Educación Superior en Guayaquil, realizar un estudio comparativo de las experiencias de unidades académicas similares y proponer alternativas al actual sistema.

El presente trabajo de investigación busca realizar una evaluación integral al sistema de pasantías pre profesionales que deben realizar los estudiantes a partir del tercer semestre de las Instituciones de Educación Superior en Guayaquil y su incidencia en el desarrollo de competencias laborales, para identificar los problemas que se presentan y realizar una reingeniería que contemple los aspectos: académicos, organizativos, legales y de infraestructura, que permitan al futuro profesional insertarse al mercado laboral con un mínimo de experiencia práctica.

Entre las principales causas por los que las pasantías preprofesionales no se vienen desarrollando adecuadamente podríamos mencionar:

- ✓ Falta de una normativa específica para los pasantes.
- ✓ Poca importancia que se brinda a la vinculación teórico práctica.
- ✓ Falta de personal docente especializado en pasantías.
- ✓ Las pasantías no están vinculadas a la malla curricular.
- ✓ Escasa vinculación de la institución con la empresa pública y privada.
- ✓ No existe una estructura organizativa específica que se encargue de los pasantes.
- ✓ Falta de recursos financieros.
- ✓ Falta de promoción institucional.
- ✓ Poca motivación de los alumnos para realizar las pasantías.
- ✓ Gran oferta de pasantes de aéreas afines frente a la poca demanda de empresas

La realización de pasantías pre profesionales, se constituye en un elemento fundamental en la formación del futuro economista y deben contemplarse los créditos académicos necesarios en la malla curricular. Los bajos niveles de empleo de los egresados podrían deberse a la falta de una mayor vinculación con la empresa en general, para adquirir más experiencia al enfrentarse a problemas reales que se presentan en el entorno organizacional de una determinada empresa o sector productivo.

La tendencia de las universidades latinoamericanas hoy en día es darle mayor énfasis a la vinculación teórico práctica, por lo que en muchas universidades las pasantías son parte del currículo y tienen créditos establecidos.

Todos los aspectos relacionados a esta actividad académica deben estar considerados: vinculación, seguimiento y evaluación de los pasantes. Esto implica tener una estructura organizativa, con recurso humano especializado. El estudio pretende contribuir significativamente con este objetivo, tomado en consideración las experiencias positivas de otras unidades académicas locales, nacionales e internacionales.

En el Ecuador existen experiencias importantes sobre pasantías preprofesionales de varias universidades particularmente de las instituciones de educación superior privada.

El desarrollo progresivo que tienen los estudiantes en la universidad es significativo para el desempeño en el mundo laboral, y parte de este importante proceso y de la vinculación universidad - empresa son las pasantías pre profesionales, las cuales permiten al estudiante poner en práctica los conocimientos adquiridos y desarrollar sus competencias, importantes para el ejercicio profesional. Del mismo modo les permite introducirse en el campo profesional y conocer también el contexto de trabajo

Algunos destacan que las pasantías desarrollan ciertas habilidades como: adaptación a diversas situaciones y contextos, sensibilización ante los problemas comunitarios, profesionales conocedores de la actitud para con sus semejantes y conocimiento íntegro de los valores. Por otro lado, estos estudios indican que en las universidades no siempre está establecido un sistema de evaluación, y tampoco hay un seguimiento al pasante en cuanto a su aprendizaje durante las pasantías.

La universidad en la que se desarrolla el presente estudio (llamada UAH para conservar su anonimato) tiene un programa de pasantías que forma parte de la malla curricular de cada carrera. Con las pasantías se propone dos objetivos para el desarrollo profesional de sus estudiantes:

- Permitir al estudiante conocer los contextos reales y la naturaleza del trabajo en su profesión.
- Crear espacios en los que el estudiante forme sus primeros vínculos con quienes más tarde serán sus empleadores reales. En este último sentido los programas de pasantías se integran con el programa de inserción laboral.

La UAH es una institución de Educación Superior privada, ubicada en Guayaquil y cuenta con tres facultades. Esta investigación se realizó en la facultad que ofrece carreras relacionadas a Educación y Recursos Humanos cuyo diseño curricular incluye a las pasantías pre profesionales como uno de los requisitos para la obtención del título de pregrado

El mundo profesional demanda de sus empleados competencias no solo de tipo profesional, sino también genéricas, las que son una combinación dinámica de las capacidades que tienen los seres humanos, recurriendo a sus recursos personales, para resolver de manera eficaz las tareas de la vida cotidiana. Es el rol de las universidades el preparar a sus estudiantes para su inserción en el mundo laboral, y una de sus funciones es desarrollar las competencias que les serán requeridas. Como explica (Buenahora, M. 2002): “no puede desestimarse la importancia del sector educativo, las reformas curriculares acorde a las necesidades del medio y donde no impere la parte teórica sino la práctica en los estudiantes universitarios para el desarrollo de competencias indispensables”.

El programa de pasantías pre profesionales de las universidades, promueve que el alumno viva una experiencia laboral real, y aplique sus aprendizajes; se constituye en una oportunidad ideal para desarrollar las competencias necesarias para su futuro desempeño profesional. Las instituciones de Educación Superior necesitan conocer aquellas competencias genéricas importantes para el ejercicio profesional según la perspectiva de los empleadores para optimizar el espacio de pasantías y orientarlo hacia el desarrollo de competencias genéricas, es decir, lograr la preparación exigida actualmente en el mundo laboral. Además necesitan tener información acerca de las contribuciones que pueden hacer las organizaciones para facilitar este proceso.

La congruencia que se logre entre los perfiles profesionales y el mercado de trabajo, determinará en buena medida la calidad que las prácticas profesionales de un egresado tengan, y los niveles de desempeño que adquiera en el campo ocupacional específico en que se encuentra, propiciando con ello el cumplimiento de las

expectativas académico-ocupacionales, se habla entonces de la satisfacción profesional-laboral del egresado.

Conocer las ocupaciones y las condiciones de trabajo de los egresados y graduados universitarios, es de trascendental importancia, pues, por lo general, se parte en forma acrítica del supuesto de que la simple posesión de un título universitario, le permite a su poseedor trabajar como profesionalista y ubicarse en la parte alta de la pirámide ocupacional, donde se reciben las mejores remuneraciones.

Posiblemente en el pasado esto pudo haber ocurrido, pero en los últimos años la llamada devaluación de las credenciales educativas ha implicado que muchas personas con estudios superiores deban trabajar sólo parcialmente en ocupaciones relacionadas con lo que estudiaron, o incluso trasladarse de lleno a otras actividades, cuyo desempeño no requiere contar con estudios superiores.

Entre la práctica curricular en la formación profesional se pretende determinar, desde el punto de vista de los egresados, las autoridades, docentes y estudiantes, el tipo de formación, de acuerdo con el plan de estudios, el desempeño de los profesores, metodologías utilizadas en el proceso de formación, procesos de investigación y otros indicadores (formación académica y pedagógica de los docentes, número de alumnos/aula, proceso de admisión, proceso de titulación, servicios administrativos, instalaciones, etcétera), que brinda la institución.

Metodología

La metodología que se aplicó para este trabajo investigativo es:

Método Analítico

El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. (Caimi, 2003, pág. 39)

Es el método que será utilizado en el momento del procesamiento de la información que ha sido recopilada durante la investigación del trabajo, la misma que nos permitirá extraer los elementos fundamentales para fundamentación del trabajo.

Método deductivo

“Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56).

Este método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro.

Conclusión

La práctica curricular no propicia el aprendizaje a partir de la construcción y reconstrucción del conocimiento y aplicaciones concretas, no ayuda a los estudiantes a desarrollar ciertas habilidades y destrezas para lograr un fácil aprendizaje y un mejor desempeño profesional.

Se concluye que la docencia resulta ser una ocupación alternativa para los profesionales de todas las carreras.

Además, se concluye que las acciones que desarrolla cada unidad académica relacionadas con prácticas y pasantías laborales, y trabajo de investigación constituyen aportes dispersos que dependen de iniciativas individuales de las personas. Se evidencia que en las unidades académicas no existe un proceso de sistematización de esas experiencias, lo cual representa una falencia en el proceso de formación profesional.

Se señala como factor de mayor incidencia en la inserción laboral, la falta de experiencia laboral, por lo que es urgente que en cada carrera se ejecuten verdaderos programas de desarrollo laboral en los centros de trabajo (pasantías) con la finalidad de que los estudiantes a lo largo de todo el proceso de formación profesional desarrolle habilidades y destrezas técnicas. Hay que generar en todo momento del proceso de formación con la utilización de diversas estrategias, momentos de aprendizajes a través de la práctica y aplicaciones en casos reales o simulados.

Referencias bibliográficas

- Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Buenahora, M. 2002. (s.f.). *El entorno empresarial y el desarrollo de competencias*. Redalyc año/vol. 2 número 002. Universidad de La Sabana Chía, Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74120209>. Colombia. .
- Caimi, M. (2003). *DISCURSO DEL MÉTODO: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento Colihue Clásica*. Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- Caride, I. . (2 de Noviembre de 2008). "El internet gana usuarios en Ecuador". "*Diario El Comercio*", pág. 14.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Registro Oficial.
- ETKIN, Jorge Ricardo. (2009). *Gestión de la complejidad en las organizaciones*. p. 381. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.,.
- FRIEDMAN, Milton. (1970). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine.
- KOTLER, P. (2007). *Dirección de Marketing*, . Pearson decima edición.
- KOTLER, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing: Versión para Latinoamérica*. Mexico: Pearson Education de México S.A de C.V, décima primera edición,.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013). (s.f.). *Propuesta para la Atención Integral de Personas con Discapacidad*. Quito.

Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). (s.f.). Manual de Buenas Prácticas para la Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad. En CONADIS.. Ecuador.

Peña, E. (2012). "E-commerce y las tecnologías de información: el camino que aún le falta por recorrer a la economía ecuatoriana". Guayaquil: Camara de Comercio de Guayaquil.

Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Le. (2013). Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Ley de Discapacidades. En A. CONSTITUYENTE.

Renee O'Farrell . (2007). *La Voz de Houston*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/identificacin-del-mercado-objetivo-12241.html>

SCHVARSTEIN, Leonardo,. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones, Capítulo 2. Responsabilidad social, inteligencia social, p. 51*. México D.F: Ediciones Paidós Ibérica S.A., Primera edición, .

SILVA, Erika Charvet, . (2000). *Modelos Empresariales de Responsabilidad Social, Ecuador, p. 3*. Fundación Esquel.



EMPRENDIMIENTO PARA EL MANEJO DE LOS DESECHOS SÓLIDOS EN GUAYAQUIL

Ing. Jahaira Paola Buñay Cantos, Mgs
Docente Universidad de Guayaquil

Ing. Cinthia Maritza Legarda Arriaga, Mgs
Docente Universidad de Guayaquil

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló en la zona urbana de Guayaquil ubicada en la provincia del Guayas durante el período comprendido entre los años 2015-2016, el propósito de la presente investigación consistió proponer un emprendimiento para el manejo de desechos sólidos urbanos. Para ello fue necesario investigar el manejo de los desechos sólidos en las zonas urbanas, evaluar la contribución del manejo de desechos sólidos mediante la aplicación de encuestas a los habitantes y finalmente se propone el emprendimiento para el manejo de desechos sólidos para prevenir, controlar y mitigar los impactos ambientales negativos en la zona donde se realizó el estudio. La metodología utilizada fue un estudio del descriptivo y explicativo con un diseño de campo y documental. Los resultados obtenidos indican especialmente que los habitantes de Guayaquil desconocen los temas relacionados al cuidado ambiental como el reciclaje, su clasificación, tratamiento y disposición final; esto por la falta de educación ambiental, capacitación o campaña por parte de las autoridades de la ciudad. Como conclusión la propuesta de este emprendimiento vendría a cubrir una necesidad para la ciudad, sería una fuente de empleo y un negocio para los inversores.

Palabras clave: Emprendimiento, Manejo de desechos sólidos, Impacto ambiental.

INTRODUCCION

En Latinoamérica el problema de los desechos sólidos se va acrecentando con el devenir del tiempo, a medida que la población aumenta también lo hacen la cantidad de desechos sólidos que se van produciendo. Según datos de la Organización Panamericana de la Salud, (OPS, 2015) “El manejo inadecuado de los residuos sólidos produce múltiples impactos negativos sobre la salud de las personas y el medio ambiente”.

En el Ecuador los desechos sólidos han sido un inconveniente por la inadecuada recolección y disposición final de los mismos, provocando problemas ambientales y sociales. Los desechos que se producen a nivel de las ciudades y se disponen en botaderos a cielo abierto, representan una fuente significativa de contaminación del suelo, del agua y del aire, con un alto riesgo a la salud pública en el corto y mediano plazo. Según (SENPLADES, 2014).

Estimaciones del Ministerio del Ambiente (MAE, 2013) expresan que :“En el Ecuador se generan 4 millones anuales de toneladas de residuos”, siendo la Provincia del Guayas, formada por 25 cantones, la que más desechos genera, entre orgánicos, plásticos, cartón, vidrio y otros, lo cual no reciben el tratamiento apropiado y constituye un grave problema de salud.

Es así como el acuerdo ministerial 079 del Ministerio del Ambiente del Ecuador, en el Texto Unificado de Legislación Secundaria del Ministerio del Ambiente, Acuerdo Ministerial No. 061 indica que “En el marco de la gestión integral de residuos sólidos no peligrosos, es obligatorio para las empresas privadas y municipales el impulsar y establecer programas de aprovechamiento mediante procesos en los cuales los residuos recuperados, son reincorporados en el ciclo económico y productivo en forma eficiente, por medio del reciclaje, re-utilización, compostaje, incineración con fines de generación de energía, o cualquier otra modalidad que conlleve beneficios sanitarios, ambientales y/o económicos”. Es cada vez más relevante el tema del reciclaje, el cual se torna de carácter obligatorio para todas las entidades empresariales del país.

Sin embargo persisten problemas, como la falta de un servicio adecuado de recolección de los desechos sólidos en la ciudad de Guayaquil, lo que ocasiona acumulaciones sin control de la basura, se encuentran dispersas por calles, veredas, terrenos, sitios baldíos, carreteras, zonas de esparcimiento. Esto sucede a pesar que la comunidad esta consiente de los riesgos actuales que representa seguir ignorando el problema. También el manejo incorrecto de los desechos está estrechamente relacionados con la contaminación de los recursos naturales, ya no basta con el sistema tradicional tales como botaderos a cielos abiertos, quemarla o incluso vértelas en el mar, ríos o lagos, sistema que lleva al deterioro de la calidad de vida y genera impactos negativos en la estética de la ciudad.

Esta investigación propone crear un emprendimiento de manejo de los desechos sólidos que pretende orientar a la ciudadanía y al equipo encargado de llevar a cabo la

recolección y manejo de los desechos mediante la presentación de un proyecto basado en la creación de una empresa para el manejo integral: recolección, clasificación, almacenamiento y disposición final de los desechos sólidos en la zona urbana de Guayaquil implementando alternativas innovadoras, accesibles y de educación ambiental.

La creación de una empresa recicladora de los desechos sólidos generaría un cambio en la matriz productiva y un valor agregado a la economía del país. Una empresa recicladora aporta a la creación de empleos y la de planes de gestión ambiental, al ser el reciclaje el principal objetivo de este tipo de empresas.

La investigación es realizada con la finalidad de mejorar el medio ambiente del sector urbano, prevenir la salud y optimizar la estética del cantón. Con los resultados de esta investigación se dará a conocer la correcta manipulación de los desechos sólidos, además de obtener un reaprovechamiento óptimo de los mismos.

MATERIALES Y METODOS

El tipo de investigación que se utilizó es descriptivo y explicativo, con un diseño de campo y documental. Bajo el paradigma cuantitativo. De los métodos teóricos se usó el método deductivo, se pudo sintetizar o resumir la información obtenida en el marco teórico como son los tipos de residuos, como se recolecta, como se manipulan y como procesarlos y demás actividades de este negocio, para de esta manera definir los parámetros básicos y fundamentales a analizar con el método inductivo. Luego, por medio del método inductivo se ha podido deducir desde lo particular hacia lo general es decir conocer la situación actual del problema.

Para el desarrollo de este estudio se tomó en cuenta a la población de la zona urbana de Guayaquil donde se genera la mayor cantidad de desechos sólidos además de ser un sector comercial con un total de 20.000 habitantes, según los resultados del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012).

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula del muestreo proporcional finita del libro (Bernal Torres, 2000) porque la población es menor a 30.000 habitantes, es decir la población a investigar de la zona urbana es de 10.000 habitantes. Se calculó una muestra de 371 personas para la recolección de datos e información.

$$n = (N * P * Q) / E * Z$$

N= población.
P= probabilidad de ocurrencia.
Q= probabilidad de no ocurrencia.
E= error máximo admisible.
Z= nivel de confiabilidad.

<p>¿Qué porcentaje de error quiere aceptar? 2 5% es lo más común</p>	<p><input type="text" value="5"/> %</p>	<p>Es el monto de error que usted puede tolerar. Una manera de verlo es pensar en las encuestas de opinión, este porcentaje se refiere al margen de error que el resultado que obtenga debería tener, mientras más bajo por cierto es mejor y más exacto.</p>
<p>¿Qué nivel de confianza desea? 3 Las elecciones comunes son 90%, 95%, o 99%</p>	<p><input type="text" value="95"/> %</p>	<p>El nivel de confianza es el monto de incertidumbre que usted está dispuesto a tolerar. Por lo tanto mientras mayor sea el nivel de certeza más alto deberá ser este número, por ejemplo 99%, y por tanto más alta será la muestra</p>

<p>¿Cual es el tamaño de la población? 4 Si no lo sabe use 20.000</p>	<p>20000</p>	<p>requerida ¿Cual es la población a la que desea testear? El tamaño de la muestra no se altera significativamente para poblaciones mayores de 20,000.</p>
<p>¿Cual es la distribución de las respuestas ? 5 La elección más conservadora es 50%</p>	<p>50 %</p>	<p>Este es un término estadístico un poco más sofisticado, si no lo conoce use siempre 50% que es el que provee una muestra más exacta.</p>
<p>La muestra recomendada es de</p>	<p>371</p>	<p>Este el es monto mínimo de personas a testear para obtener una muestra con el nivel de confianza deseada y el nivel de error deseado.</p>

Para el análisis de las encuestas se utilizó el software estadístico IBM SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) versión 22 por su capacidad de manejar grandes cantidades de datos y su gestión de información en un entorno gráfico. Es una potente herramienta de tratamiento de datos y análisis estadísticos en el que se obtiene un resultado mucho más detallado, específico y exacto del objeto de estudio. El software SPSS dispone de una hoja de cálculo que permite la definición de variables actuando en las cabeceras de columnas para posterior registrar los datos en las filas

Los datos para la presente investigación son obtenidos por medio de encuestas en

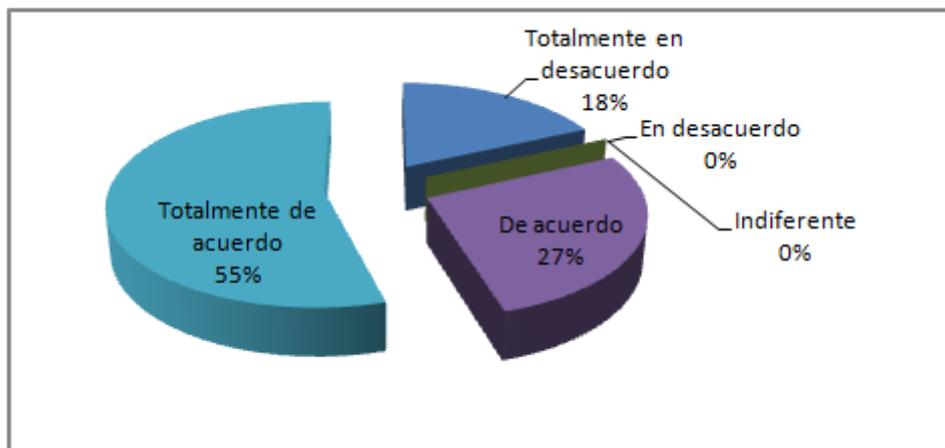
Concepto	Definición	Dimensión	Indicadores	Puntaje
Es una herramienta con una serie de procedimientos a seguir (recolección, almacenamiento, transferencia y transporte, procesado y disposición de desechos sólidos); con el fin de minimizar y aprovechar los desechos que se generan en un lugar bajo normas ambientales y técnicas.	Medidas correctivas	Clasificar los residuos, para su reutilización.	Sí; No	
Utilizar un servicio de recolección final y disposición de desechos sólidos.		Sí; No		
Identificación las fuentes de generación.		Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo		
Tratamiento y aprovechamiento de los desechos sólidos.		Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo		
Variable Independiente: Plan de manejo integral de desechos solidos		Uso de contenedores para reciclaje.	Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo	
Medidas preventivas		Acudir a capacitaciones sobre cuidado ambiental.	Sí; No	
Participar en actividades para los ciudadanos.		Sí; No		
Realizar charlas en unidades educativas.		Sí; No		
Reutilizar los productos retornables.		Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo		
Evitar adquirir productos no retornables.		Muy de acuerdo; De acuerdo; En desacuerdo; Muy en desacuerdo		

línea, es decir elaboradas por medio de una herramienta web, y publicadas bajo una dirección electrónica. De esta manera se facilita la obtención de datos ya que el profesional participante de la encuesta tiene la disponibilidad del tiempo que requiera, y el lugar donde prefiera para contestar las preguntas planteadas. Además, de esta manera se pueden obtener varias respuestas en simultáneo reduciendo así los tiempos en esta fase de investigación y facilitando la tabulación de datos.

RESULTADOS

Con relación a la pregunta 1 el 55% de los habitantes encuestados están totalmente de acuerdo con la creación de una empresa recicladora de desechos sólidos en el sector, debido a que esto influye de forma positiva en la calidad de vida de sus familias, por otro lado, el 27% está de acuerdo, un 0% indiferente, 0% en desacuerdo, 18% totalmente en desacuerdo.

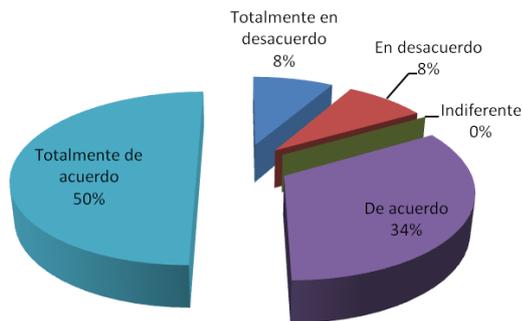
Figura 1 *Creación de emprendimiento en el sector para mejora de calidad de vida de los habitantes.*



Nota: Elaborado por la autora.

De acuerdo a lo observado en la pregunta 2, el 50% de los entrevistados están totalmente de acuerdo con que la creación de una empresa recicladora en el sector genera nuevas fuentes de trabajo, un 34% está de acuerdo, un 0% indiferente, el 8% está en total desacuerdo. (Ver Figura 2. Creación de empresa recicladora genera nuevas fuentes de trabajo en el sector).

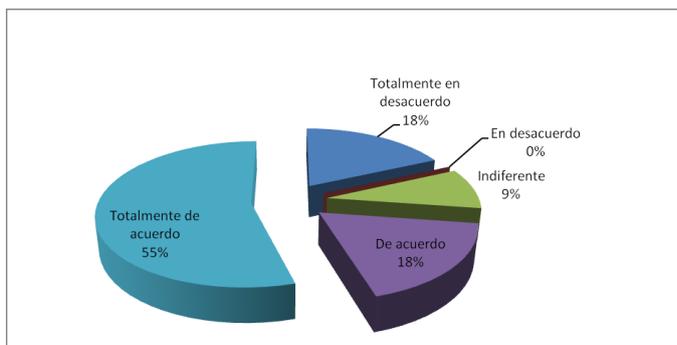
Figura 2. Creación de empresa recicladora genera nuevas fuentes de trabajo en el sector



Nota: Elaborado por la autora

De la misma forma con relación a la pregunta 3, el 55% de los encuestados están totalmente de acuerdo, en que la creación de una empresa recicladora ayudaría en la economía popular del sector, un 18% está de acuerdo, un 9% indiferente, 0% en desacuerdo, 18% totalmente en desacuerdo. (Ver Figura 3. Creación de nueva empresa aporta en la economía popular del sector).

Figura 3. Creación de nueva empresa aporta en la economía popular del sector

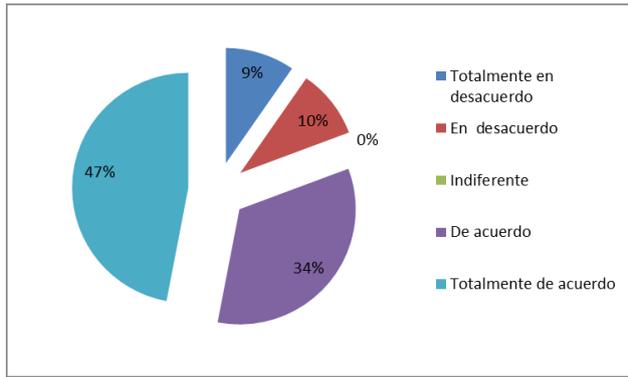


Nota: Elaborado por la autora

De manera similar, según I

La pregunta 5, el 47% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que la creación de una empresa recicladora de desechos sólidos en este sector, podría ayudarlos a salir de la pobreza con generación de empleo e ingresos mensuales; el 28% está de acuerdo, un 0% indiferente, 10% en desacuerdo, 9% totalmente en desacuerdo. (Ver Figura 4. Creación de nueva empresa ayuda a salir de la pobreza)

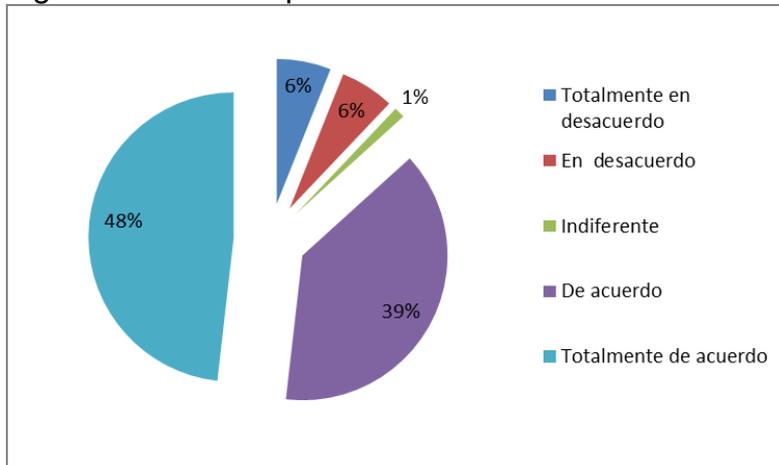
Figura 4. Creación de nueva empresa ayuda a salir de la pobreza



Nota: Elaborado por la autora

La siguiente figura 5 indica que el 48% de los entrevistados está totalmente de acuerdo con que el reciclaje aportaría en la disminución en la contaminación ambiental que se produce en su sector; un 39% está de acuerdo, un 1% indiferente, 6% desacuerdo, 6% totalmente en desacuerdo. (Ver Figura 5. Reciclar aporta al cuidado del medio ambiente)

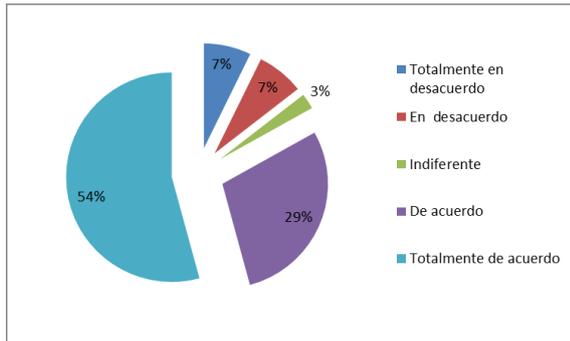
Figura 5. Reciclar aporta al cuidado del medio ambiente



Nota: Elaborado por la autora

El 54% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que aportaría en su economía familiar el poder contar con un trabajo en la recicladora, un 29% está de acuerdo, un 3% indiferente, 7% en desacuerdo, 7% totalmente en desacuerdo. (Ver Figura 6. Nueva empresa aportaría en la economía familiar de los habitantes.

Figura 6. Nueva empresa aportaría en la economía familiar de los habitantes



Nota: Elaborado por la autora

Análisis financiero

Costos Fijos

Por medio del siguiente análisis podemos detallar y conocer los gastos fijos que se tendrán durante un periodo anual de trabajo en la implementación del proyecto. Está calculado en base a las actuales remuneraciones básicas unificadas por el Gobierno actual del Presidente Rafael Correa (2016), incluye los respectivos beneficios de Ley sin incumplir con el artículo 3 del código de trabajo Mandato 8. Publicado en registro oficial # 236 publicado el 11 de diciembre del 2007.

Estos costos fijos de forma anual no representan más del 5% del costo de venta total que generaría la compañía en un periodo de 12 meses calendario. (Ver Tabla 2. Costos Fijos – Pago de Sueldos y Salarios)

Tabla 2 Costos Fijos – Pago de Sueldos y Salarios

SUELDOS Y SALARIOS										
Descripción de Cargo	Cantidad Personal	Sueldo USD	Total USD Sueldo	Decimo 3ro.	Decimo 4to.	IESS	Fondos Reserva	Comida	Transporte	Costo Anual USD
				\$ 340.00		9.35%	11.34%	\$ 1.50	\$ 0.50	
Administrador	1	1,200	1,200	340	1,200	112	136	-	-	2,988
Secretaria Ejecutiva	1	450	450	340	450	42	51	30	10	1,373
Contador	1	800	800	340	800	75	91	30	10	2,146
Supervisor Producción	1	900	900	340	900	84	102	30	10	2,366
Limpieza	2	400	800	680	800	75	91	30	10	2,486
Recolección / Chofer	2	500	1,000	680	1,000	94	113	30	10	2,927
Total	8		\$ 5,150.00			\$ 481.53	\$ 584.01	\$ 150.00	\$ 50.00	14,285.54

Nota: Elaborado por la autora

Ingresos

Por medio del análisis de ingresos conocemos que cantidad y tipo de material podemos reciclar, ya que todos generalmente se enfocan en el reciclaje de desechos sólidos a nivel Nacional pero tenemos un mercado en la Ciudad de Guayaquil la cual necesita ser atendido. (Ver Tabla 3. Ingresos solo vidrio como ejemplo)

Tabla 3 *Ingresos solo vidrio como ejemplo*

INGRESOS				
Toneladas a Reciclar	Ton / Mes	Costo Usd por Ton - Mes	Usd / Mes	Usd / Año
Ambar	50	\$ 85	\$ 4,250	\$ 51,000
Flint	50	\$ 85	\$ 4,250	\$ 51,000
Verde	50	\$ 85	\$ 4,250	\$ 51,000
Vidrio Plano	100	\$ 85	\$ 8,500	\$ 102,000
Transición	30	\$ 80	\$ 2,400	\$ 28,800
Total Ingreso	280		\$ 23,650	\$ 283,800

Nota: Elaborado por la autora

Egresos

Con este análisis podemos conocer los egresos que tendremos por costos variables como son el alquiler de 690 mts² de terreno el cual servirá como centro de acopio para almacenamiento de vidrio 500 toneladas mensuales, las cuales deben ser limpiadas y tratadas para luego ser enviadas al consumidor final quien las utilizara como parte de la materia prima al 100%.

El restos de egresos están orientado a los servicios básicos que deben contar en las instalaciones como son agua, luz, teléfono y otros. (Ver Tabla 6. Egresos)

Tabla 6 *Egresos*

EGRESOS	Usd / Mes	Usd / Año
Alquiler 690 mts2	1,725	20,700
Gastos Administrativos	100	1,200
Muebles de Oficina	800	9,600
Equipos de oficina	2,100	25,200
Agua	30	360
Luz	45	540
Teléfono	50	600
Cuentas por Pagar (Vehículo 2 años)	2,000	24,000
Total Egreso	\$ 6,850	\$ 82,200

Nota: Elaborado por la autora

Punto de Equilibrio

De acuerdo al análisis de factibilidad la compañía, deberá contar con un reciclaje mínimo de 2.375 Toneladas por año, lo cual en un periodo anual representa aproximadamente 197 toneladas por mes, donde notamos que la factibilidad es viable con metas alcanzables. (Ver Tabla 7. Punto de Equilibrio).

Tabla 7. Punto de Equilibrio

Precio de Venta	Por Und. USD	% Sobre Las ventas	Tn / Año USD
Costo Variable	85.00	100	201,875.00
Contribución Marginal	(45.00)	64	(106,875.00)
	40	47	95,000.00.

Punto de Equilibrio en Ton 2,375.0

Nota: Elaborado por la autora

Análisis de TIR-VAN

La inversión Inicial del proyecto es de \$40.000 con una capacidad instalada de 700 Tons por mes. Se espera que el negocio retorne lo invertido en dos años. A continuación se detalla el análisis de la Tasa Interna de Retorno del Proyecto (TIR) y del Valor Actual Neto (VAN) (Ver Tabla 8. Análisis TIR-VAN)
 Tabla 8. Análisis TIR-VAN

DATOS			INGRESOS	Costo Ton	Costos Operacional	Inversion	Valor Residual	FLUJO	VP Flujos	PAY BACK
Inversion Inicial	40,000	0				40,000		(40,000)		
Capacidad Instalada	700 Tn. Mes	1	170,000	90,000	51,000		29,000	23,200	(16,800)	
Demanda Insast	2,000 Tn. Mes	2	170,000	90,000	51,000		29,000	18,560	1,760	
Consumo por mes	1 Mes	3	170,000	90,000	51,000		29,000	14,848	16,608	
Precio por Ton	85 USD / Ton	4	170,000	90,000	51,000		29,000	11,878	28,486	
Costos Operación	0 Sobre ventas	5	170,000	90,000	51,000	4,000	33,000	10,813	39,300	
TMAR	0									
Costo por Tonelada	45									
Retorno	2 años									
										TIR 67.52%
										VAN 39,299.84

Nota: Elaborado por la autora

CONCLUSIONES

En la presente tesis se analizan los conceptos más relevantes referentes a reciclaje de desechos sólidos y el funcionamiento de las recicladoras de este material para entender su proceso operativo. Además, se realiza un estudio de mercado del sector para finalmente proponer y analizar la factibilidad financiera de la creación de este tipo de empresa en la ciudad de Guayaquil

Reciclando se obtienen diversos beneficios como ahorro de energía, ahorro de recursos naturales o materia prima, reducción de basura en la ciudad y en los botaderos de basura, disminución de vertederos, se evita la contaminación al medio ambiente, utilización eficiente de recursos, ahorro para las empresas, beneficios para la comunidad en general. Debido a los atributos de sostenibilidad y del bajo impacto al medio ambiente de los envases de vidrio, su reciclaje aporta a la preservación del cuidado del medio ambiente y convierte a las recicladoras de este material en una empresa socialmente responsable. A pesar de sus beneficios, el reciclaje de vidrio está poco desarrollado en el país.

Las políticas del Estado Nacional son el pilar principal en el marco legal del reciclaje y para la diversificación de la industria. Es importante fomentar las políticas del reciclaje porque permite regularizar al sector y así ayudar a mejorar la calidad de vida de los recicladores, mediante el incremento de sus ingresos a través de la formalización de sus actividades. El concepto de reciclaje debe considerarse desde el punto de vista económico y cultural, y es de esta manera cómo debe ser entendido por el país y la sociedad, para contribuir a la conservación del ambiente. 69 De las entrevistas se puede concluir que, debido a que más del 50% de la población está totalmente de acuerdo con la creación de una empresa recicladora de vidrio en este sector, es necesaria la creación la misma, la cual que será sustentable con el apoyo de toda la comunidad. La creación de una nueva empresa apoya a mejorar los ingresos de los habitantes y la canasta familiar de los mismos. El 47% de los encuestados acuerda de que una nueva empresa en el sector sería la oportunidad para brindarles ofertas de trabajo para ayudarlos salir de su pobreza.

Es importante disminuir la contaminación en el sector por prevención de la salud y para el cuidado del medio ambiente del sector. El 48% está de acuerdo con que el reciclaje del vidrio ayuda al cuidado del sector en general.

En la actualidad, estos sectores viven con mucha escasez de recursos económicos y de trabajo, por lo que la creación de una nueva empresa en el sector puede ofrecerles un trabajo seguro y cerca de sus hogares.

Recomendaciones

Luego de estudiar los conceptos, de analizar el mercado de las recicladoras y de analizar la factibilidad de crear una empresa en la ciudad de Guayaquil, se puede recomendar lo siguiente:

- Fomentar la cultura de reciclaje en los habitantes de la ciudad de Guayaquil.
- Crear una nueva empresa recicladora para generar empleo a los moradores del sector.
- Crear una nueva empresa recicladora socialmente responsable que sea sostenible y amigable con el ambiente y la comunidad.
- Capacitar a todos los empleados respecto a los residuos orgánicos, especialmente el vidrio, así como también, respecto a las normas y reglamentos vigentes que rigen al sector.
- Llevar a cabo un plan de manejo ambiental con sus respectivos registros para evidenciar el buen manejo en los procesos operativos del reciclaje y su tratamiento.
- Cumplir y hacer seguimiento de los reglamentos municipales respecto al manejo de residuos y del reciclaje de los mismos.
- Asociarse a las demás empresas recicladoras de residuos orgánicos urbanos, en la Federación Red Nacional de Recicladores del Ecuador (Renarec), para trabajar en conjunto en pro a los beneficios de estas y para crear una vasta red como apoyo a este sector.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- SILVA, Erika Charvet, . (2000). *Modelos Empresariales de Responsabilidad Social, Ecuador*, p. 3. Fundación Esquel.
- SCHVARSTEIN, Leonardo, . (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones, Capítulo 2. Responsabilidad social, inteligencia social*, p. 51. México D.F: Ediciones Paidós Ibérica S.A., Primera edición, .
- FRIEDMAN, Milton. (1970). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine.
- ETKIN, Jorge Ricardo. (2009). *Gestión de la complejidad en las organizaciones*. p. 381. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.,.
- Buenahora, M. 2002. (s.f.). *El entorno empresarial y el desarrollo de competencias. Redalyc año/vol. 2 número 002. Universidad de La Sabana Chía, Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74120209>*. Colombia. .
- KOTLER, P. (2007). *Dirección de Marketing*, . Pearson decima edición.
- KOTLER, P., & Amrstrong, G. (2007). *Marketing: Versión para Latinoamérica*. Mexico: Pearson Education de México S.A de C.V, décima primera edición,.
- Caimi, M. (2003). *DISCURSO DEL MÉTODO: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento) Colihue Clásica*. Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.
- Caride, I. . (2 de Noviembre de 2008). "El internet gana usuarios en Ecuador". "*Diario El Comercio*", pág. 14.
- Peña, E. (2012). "E-commerce y las tecnologías de información: el camino que aún le falta por recorrer a la economía ecuatoriana". Guayaquil: Camara de Comercio de Guayaquil.
- Renee O'Farrell . (2007). *La Voz de Houston*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/identificacin-del-mercado-objetivo-12241.html>
- Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Le. (2013). Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Ley de Discapacidades. En A. CONSTITUYENTE.
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). Registro Oficial.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). (s.f.). Manual de Buenas Prácticas para la Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad. En CONADIS.. Ecuador.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013). (s.f.). *Propuesta para la Atención Integral de Personas con Discapacidad*. Quito.

- INEN, S. E. (14 de 08 de 2014). *REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 129*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/RTE-129.pdf>
- Exterior, M. d. (06 de 03 de 2014). *Resolución*. Obtenido de http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Resolucion-007_2014.pdf
- SHEN, T.-H. (2007). *VALORACIÓN ADUANERA ACUERDO DE VALORACIÓN DE LA OMC*. Obtenido de REPOSITORIO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE : http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113246/de-shen_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- REGLAMENTO AL LIBRO V DEL CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. (s.f.).
- ORGANIZACION MUNDIAL DE ADUANAS. (2007). *Informe sobre tendencia y prácticas*.
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. (s.f.). *GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN AUDITORÍA ADUANERA*. Obtenido de <http://services.iadb.org/wmsfiles/products/Publications/2091633.pdf>
- BAS SORIA, J. (2010). *Coordinación de los métodos de valoración en los precios de transferencia, el valor en aduana y las operaciones vinculadas en el IVA*. Obtenido de http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/revistas/cuadernos_formacion/11_2010/26_10.pdf
- PARDO CARRERO, G. (s.f.). *EL DERECHO ADUANERO EN EL SIGLO XXI*.
- Rios, E. D. (2013). *Las formas de recaudación impositiva: instituciones, agentes y recursos. HACIA UN NUEVO ORDEN FISCAL*. Santa fe, Argentina.
- SENAE. (s.f.). ECUAPASS.
- CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN, C. E. (2010). *COPCI*.
- COPCI. (2011). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*.
- Tributario, C. O. (s.f.). *"La obligación tributaria así determinada causará un recargo del 20% sobre el principal"*.
- Fundación Univerisa - Fundación Telefónica. (2013). *Informe de Competencias Profesionales en preuniversitarios y Universitarios de Iberoamérica*. México.
- Tenezaca, J. (Noviembre de 2013). *Análisis de la Ley Especial de Telecomunicaciones y su incidencia en el área rural Valle de la Virgen de la Provincia del Guayas*. Obtenido de <http://repositorio.maeug.edu.ec/handle/123456789/368>
- Reyes Ponce, A. (2004). *ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL SUELDOS Y SALARIOS*. México D.F.: Limusa S.A.
- Varela, R. A. (2006). *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y compensaciones*. En R. A. Varela, *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y compensaciones* (págs. 3-4). México: Pearson Education.
- Monge-Gonzalez, R., Alfaro-Azofeifa, C., & Alfaro, J. I. (2005). *TICS EN LAS PYMES DE CENTROAMÉRICA*. Costa Rica: Tecnológica de la Costa.

- Lopez Lozano, E. (2005). *Aspectos Contractuales y Fiscales sobre Sueldos y Salarios*. (E. F. ISEF, Ed.) Mexico D.F.: ISEF.
- Burillo Martínez, V., Dueñas López, J. C., & Parada Gélvex, H. A. (2007). *Competencias profesionales y necesidades formativas en el sector del servicios que hacen uso intensivo de las TIC*. Madrid: AETIC.
- Yániz, C. (2004). Convergencia europea de las titulaciones universitarias. El proceso. *Revista de la Red Estatal de Docencia Universitaria*. Vol. 4. Nº 1., 4.
- NACIONAL, H. (2008). *CODIGO DEL TRABAJO*.
- Servicio de Acreditación Ecuatoriana. (01 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.acreditacion.gob.ec/que-es-la-acreditacion/>
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: McGraw Hill.
- MinTIC - Fedesoft Colombia. (2012). *Etudio de Salarios y Profesionales del Sector de Software y TI de Colombia*. Bogotá.
- Asesoría Empresarial y Humana, S.C ASEMh. (2014). *Estudio Nacional de Sueldos y Rotación de Empleo en el Sector de TI*. México D.F.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Ocupaciones CIUO 08*. Quito.
- King, J., & Magoulas, R. (2014). *2014 Data Science Salary Survey*. California: O'Reilly.
- Chiavenato, I. (2011). *Talento Humano*. Bogotá: McGraw Hill.
- Echevaría, J. (2004). *Manual de valoración de puestos y calificación de méritos*. Barcelona: Grafos Arte sobre papel.
- Vadilla, S. (2005). *Administración de remuneraciones*. D.F: Limusa.
- Servicio de acreditación Ecuatoriana. (07 de 2016). *Qué es la Acreditación*. Obtenido de Qué es la Acreditación: <http://www.acreditacion.gob.ec/que-es-la-acreditacion/>
- (s.f.).



PRINCIPALES FACTORES QUE SE RELACIONAN CON EL ÉXITO COMPETITIVO DE LAS MIPYME EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Ing. Melvin Leonardo López Franco, Mgs
Docentes Universidad de Guayaquil, Guayaquil

Ing. Julio Enrique Terranova Mera, Mgs
Docentes Universidad de Guayaquil, Guayaquil

Resumen

El objetivo del presente trabajo es analizar los factores principales de dirección, planificación, gestión y evaluación, que se relacionan con el éxito competitivo, y el desarrollo sostenible de las MIPYMEs de la ciudad de Guayaquil. Para ello se plantea un diagnóstico de los principales problemas que enfrentan las empresas de la localidad, las causas más importantes, así como también las consecuencias del inadecuado manejo de los procesos, al interior de la empresa, para crear ventajas competitivas, así como también la capacidad de gestión de las mismas, sus estrategias empresariales, gestión e innovación.

Se determinan los factores que se relacionan e inciden en el éxito competitivo de las MIPYME de la ciudad de Guayaquil, se considerando la trayectoria en el mercado, y la tradición de las mismas en la localidad, definiendo a estos en una adecuada Dirección del Talento Humano, Innovación, en especial si está dirigida en Gestión o en Productos y Servicios, en estos procesos son muy importantes los recursos Financieros, necesarios para la adquisición de artículos Tecnológicos o TIC's, los cuales son vinculados de manera directa con el desarrollo.

Palabras claves: MIPYME, Dirección, Planificación, Gestión y Evaluación, Competitividad, Innovación.

Introducción

América Latina es una región cada vez más interesada en el tema de las MIPYME. Sin embargo, no se encuentra fácilmente disponible la información mínima que permita conocer la situación de estas empresas en cuanto a su definición, al número de estas empresas, la conformación sectorial y su importancia económica.

Las micro, medianas y pequeñas empresas (MIPYMES), cumplen un rol fundamental para el desarrollo de la economía, pues la producción de bienes y servicios satisface una demanda existente, lo que constituye un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y generación de empleo.

Las MIPYMES son asociaciones solidarias y su importancia radica en que garantiza el mercado laboral mediante la descentralización de la mano de obra, permite la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor, presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura, son unidades familiares que permiten una relación más estrecha entre el empleador y el empleado.

Actualmente el proceso de globalización ha desencadenado en las Micro Pequeñas y Medianas Empresas la necesidad de aumentar su productividad y competitividad comercial, dentro y fuera de sus fronteras. Especialmente en un entorno económico dinámico donde los avances tecnológicos y la internacionalización del consumo tienden hacer del mundo un solo mercado.

El objetivo de este trabajo consiste en abordar desde un punto de vista comparativo los diversos criterios que existen para clasificar a las MIPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas empresas) de un país o ciudad. Entre otros resultados se encontró que el criterio más utilizado es la generación de empleos, por la facilidad que existe para obtener esta información y clasificar con base en este parámetro a las MIPYMES

La adaptación a este proceso ha originado en las últimas décadas gran cantidad de reestructuraciones corporativas, diseñadas para obtener sinergias que generen valor a la empresa, en otros casos esas complejidades e incertidumbres han llevado a muchas MIPYMES a rendirse, al cierre de sus empresas. Hoy, las micro pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) aportan significativamente a la economía de una ciudad, cantón, provincia o país; en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social: produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituye un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Unos de los procesos fundamentales en la búsqueda de canales de distribución son las maneras de llegar al cliente y los caminos para hacerse conocer. Sin embargo, muchos empresarios enfrentan esta decisión con escaso sustento e información, lo que los deja librado a las emociones cayendo en graves errores a la hora escoger el método adecuado debido al exceso de información que también causa ruido. El presente trabajo pretende demostrar la forma eficiente, simple y técnica de llegar a clientes antes impensable y lograr que estos se fidelicen con la empresa investigada.

El crecimiento de los avances tecnológicos en el mundo actual y en países en vías de desarrollo ha aumentado, por tal razón las compras virtuales son un hecho y las personas han optado por recurrir a este medio, por sus grandes ventajas.

Revisión literaria

Según (Peña, 2012) Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMEs) de Ecuador enfrentan un importante reto, el de expandirse a nuevos mercados que permitan optimizar sus recursos haciendo de estas empresas negocios competitivos no solo a nivel nacional si no también internacional, mediante la utilización de una importante herramienta: el Internet mismo que permite el ingreso a mercados electrónicos considerados como modelos de negocios que abaratan costos, eliminan intermediarios permiten el “acceso de mercado potencial de millones de clientes.”

Clasificación de MIPYMES

Existen una diversidad de criterios para definir y de este modo clasificar a las empresas como micro, pequeñas, medianas y grandes, estos criterios son diferentes, dependiendo del país o entidad que las define y clasifica.

Por lo anterior resulta interesante precisar si las empresas, insertas en el actual contexto económico, presentan características que puedan ser tomadas como elementos que permitan establecer una diferenciación entre grande, pequeña, micro o mediana empresa. En este sentido creemos que hay características comunes a todo tipo de empresa, cualquiera sea su tamaño, su proceso de producción o la naturaleza mercadológica de sus productos o servicios que en determinado momento pudieran permitir establecer una definición.

Así pues, la búsqueda de una unidad de medida y de comparación de tamaño, con el objetivo de la racionalización tecnológica, y de una estrategia de crecimiento individual y sectorial, se convierte en una necesidad, y que al no haber sido resuelta, se acepta una distinción intuitiva, entre gran empresa y MIPYME, clasificación que por otra parte, es dinámica, pues el avance de la técnica y el crecimiento de la demanda, tiende a aumentar ese tamaño.

No existe un índice único, que caracterice la dimensión de la empresa de manera adecuada. Suelen manejarse un extenso espectro de variables (Garza, 2002), (Tunal, 2003), (Zevallos, 2003)

- a) El número de trabajadores que emplean.
- b) Tipo de producto.
- c) Tamaño de mercado.
- d) Inversión en bienes de producción por persona ocupada.
- e) El volumen de producción o de ventas.
- f) Valor de producción o de ventas.
- g) Trabajo personal de socios o directores.
- h) Separación de funciones básicas de producción, personal, financieras y ventas dentro de la empresa.

- i) Ubicación o localización.
- j) Nivel de tecnología de producción.
- k) Orientación de mercados.
- l) El valor del capital invertido.
- m) El consumo de energía.

Según la Novena Encuesta de Coyuntura de la Pequeña y Mediana Industria del Ecuador, realizada por el Observatorio de la Pequeña y Mediana Empresa de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), las pymes que han logrado incursionar en otros mercados son las de sectores como alimentos, el metalmecánico, vestido y calzado.

Al hablar sobre los mercados externos, la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor) señala en un informe que entre el 2004 y el 2012, el número de MIPYMES exportadoras pasó de 676 a casi 2 000. El aporte a la economía nacional es relevante.

Según el Censo Nacional Económico del 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), tres de cada cuatro empleos son generados por pequeñas y medianas empresas. Esto significa que, a escala nacional, el 75% de las plazas laborales son generadas por este sector contabilizando más de 990 000 MIPYMES. Guayas concentraba el 23% de esas unidades productivas, mientras que Pichincha tenía el 22%. El 55% restante se distribuía en las demás provincias del país.

Cisneros Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (Capeipi) añade un dato más que muestra la relevancia de este segmento: las MIPYMES representan el 99% del tejido empresarial ecuatoriano. No obstante, existen desafíos como superar la escasa articulación en la cadena de valor de los negocios, la excesiva intermediación, la poca participación en negocios inclusivos con empresas ancla, entre otros.

En el Gobierno también se reconoce el aporte de las MIPYMES a la economía nacional. El subsecretario de Desarrollo de MIPYMES y Artesanías del Ministerio de Industrias, Luis Muñoz, comenta que en las MIPYMES trabaja el 75% de la población económicamente activa (PEA); es decir, unas 6 millones de personas. El 25% restante está en la gran industria.

En los últimos 30 años, las MIPYMES han atravesado tres etapas, según Cisneros. Entre 1984 y 1994 se dio un crecimiento sostenido. A partir de 1995 empezó una contracción, que se prolongó hasta el 2005. "Esto ocurrió por la crisis financiera, porque el recurso humano no estaba listo para emprender, la inflación era muy alta y no había estabilidad jurídica". Y desde el 2006 a la fecha, asegura Cisneros, se registra un repunte interesante, con crecimiento sostenido. (Líderes, 2013)

Como aspecto importante podemos anotar una estadística generada por INEC y que nos permite identificar algunos aspectos importantes en el contexto de los establecimientos/empresas a nivel de Ecuador y que se presenta a continuación:

ILUSTRACIÓN 1

ESTABLECIMIENTOS POR TAMAÑO									
EMPRESAS	Número	%	Empleo	Media/Emp	%	Ventas	Media/Vt	%	Prod/Lab
micro	34.501	64%	200.297	6	18%	801.000.000	23.217	0,60%	3.999
pequeñas	12.375	23%	245.654	20	22%	4.330.000.000	349.899	3,40%	17.626
medianos	4.195	8%	212.233	51	19%	9.260.000.000	2.207.390	7,30%	43.631
grandes	2.433	5%	439.176	181	40%	111.000.000.000	45.622.688	88,10%	252.746
Total	53.504	100%	1.097.360		100%	126.000.000.000		100,00%	114.821
Fuente: INEC, Censo Económico 2011									

FUENTE: <http://pensamientocdiaz.blogspot.com/2012/03/la-importancia-de-las-MIPYMES-en-la.html>

En Guayaquil, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

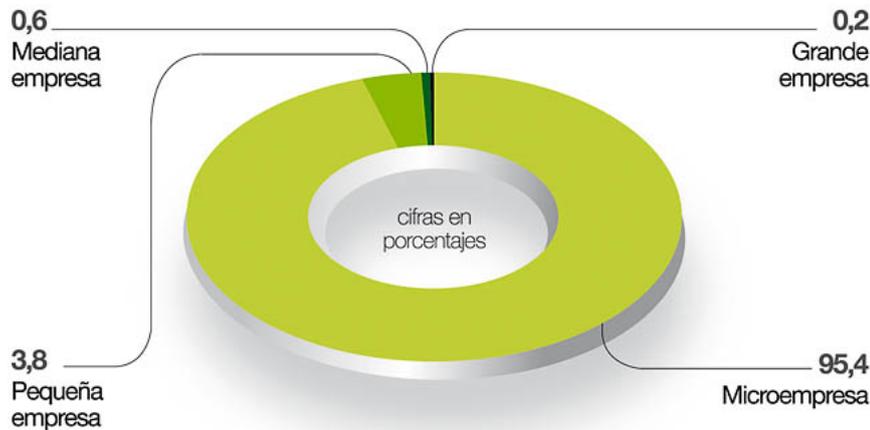
- **Microempresas:** emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.
- **Talleres artesanales:** se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.
- **Pequeña Industria:** puede tener hasta 50 obreros
- **Mediana Industria:** alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.
- **Grandes Empresas:** son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos

“Las MIPYMES en Ecuador tienen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos y podrían constituirse en el motor del desarrollo del país, alcanzando mayores niveles de participación en el mercado internacional”, señala un estudio publicado en agosto y realizado por el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), denominado Estudios Industriales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Para definir qué tipo de negocios son considerados como MIPYMES, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) definió en 2009, en la Resolución 1260, los parámetros: una microempresa tiene entre 1 y 9 trabajadores; la pequeña empresa, entre 10 y 49; la mediana, entre 50 y 199; y, la grande, más de 200 empleados. Según el último Censo Económico de 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), del total de empresas en el país, el 95,4% corresponde a microempresas; el 3,8%, a pequeñas; el 0,6% , a medianas; y, el 0,2%, a grandes.

ILUSTRACIÓN 2

Distribución de empresas nacionales, según su tamaño (1)

Las cifras muestran que en Ecuador prima la microempresa.



Fuente: Censo Económico 2010, INEC. Observatorio PyME de la UASB -
Diseño Editorial másOmenos.

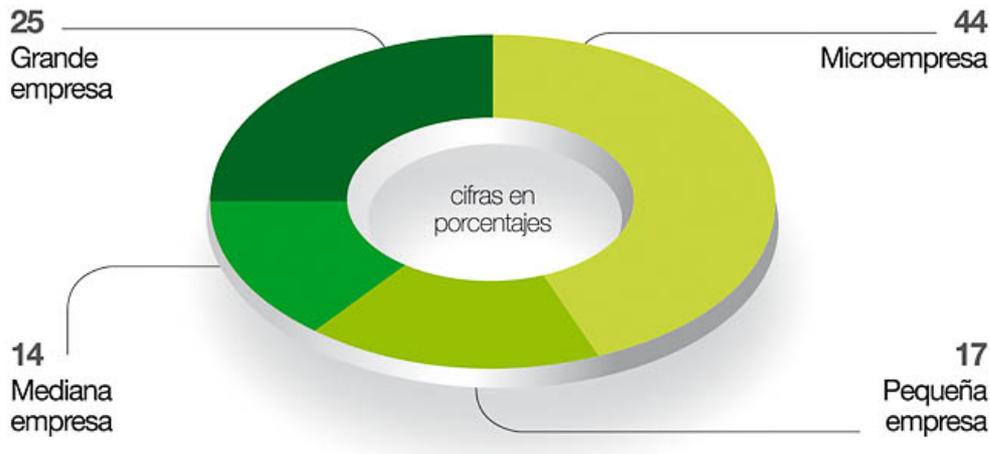
FUENTE: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes>

“Es decir, el Ecuador es un país de Mipymes”, concluye Wilson Araque, director del Área de Gestión de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), que impulsa el Observatorio PyME. Su contribución al empleo es clave, señala, porque “de cada 4 empleos que se generan en el país, 3 son gracias a las Mipymes”. El 44% del empleo está ubicado en la microempresa; el 17%, en la pequeña; el 14%, en la mediana; y, el 25% en las empresas grandes. (Telegrafo, 2016)

ILUSTRACIÓN 3

Aporte de las empresas ecuatorianas a la generación de empleo (2)

De cada 4 puestos de trabajo que existen en Ecuador, 3 son por Mipymes.



FUENTE: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes>

METODOLOGÍA

La modalidad que se desarrolló en el proyecto es cuali-cuantitativa porque se investigó las características y condiciones de los administradores de las MIPYME. Además se recogió y analizó datos empleando estadísticas para describir, relacionar el comercio electrónico y el desarrollo comercial de las MIPYME, obtenidas en una muestra para luego con los resultados obtenidos poder hacer inferencias.

Para el desarrollo se utilizó el siguiente tipo de investigación:

Investigación descriptiva: permitió conocer el nivel de incidencia del comercio electrónico en el desarrollo comercial de las PYMEs, que ayudó a diagnosticar el nivel de conocimiento en comercio electrónico por parte del recurso humano de las PYMEs y cómo afecta a su desarrollo comercial.

Método Analítico: El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. (Caimi, 2003, pág. 39)

Es el método que será utilizado en el momento del procesamiento de la información que ha sido recopilada durante la investigación del trabajo, la misma que nos permitirá extraer los elementos fundamentales para fundamentación del trabajo.

Método deductivo: “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares”. (Bernal, 2006, pág. 56). Este

método será utilizado en la elaboración de las conclusiones que nos permitirá determinar los resultados del proceso de investigación y en las recomendaciones para poder proyectarnos al futuro.

Conclusión

El concepto de competitividad empresarial es muy complejo. La mayoría de las MIPYME han señalado como indicadores de medición únicamente aspectos internos a la organización; así mismo, en la mayoría de los casos toman en cuenta solo los indicadores que son controlables por la propia organización.

El factor competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de la MIPYME en la ciudad de Machala, por ello la importancia de medirla y detectar los obstáculos que impiden a las empresas generar ventajas competitivas en forma interna y externa proponiéndose establecer estrategias desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- SILVA, Erika Charvet, . (2000). *Modelos Empresariales de Responsabilidad Social, Ecuador, p. 3.* Fundación Esquel.
- SCHVARSTEIN, Leonardo,. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones, Capítulo 2. Responsabilidad social, inteligencia social, p. 51.* México D.F: Ediciones Paidós Ibérica S.A., Primera edición, .
- FRIEDMAN, Milton. (1970). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profi ts.* New York Times Magazine.
- ETKIN, Jorge Ricardo. (2009). *Gestión de la complejidad en las organizaciones. p. 381.* Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.,.
- Buenahora, M. 2002. (s.f.). *El entorno empresarial y el desarrollo de competencias. Redalyc año/vol. 2 número 002. Universidad de La Sabana Chía, Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74120209>.* Colombia. .
- KOTLER, P. (2007). *Dirección de Marketing, .* Pearson decima edición.
- KOTLER, P., & Amrstrong, G. (2007). *Marketing: Versión para Latinoamérica.* Mexico: Pearson Education de México S.A de C.V, décima primera edición,.
- Caimi, M. (2003). *DISCURSO DEL MÉTODO: Volúmen 39 of (Clásicos del pensamiento) Colihue Clásica.* Argentina: Ediciones Colihue SRL.
- Bernal, C. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* Naucalpan, Edo. de México: Publicaciones Pearson Educación.

- Caride, I. . (2 de Noviembre de 2008). "El internet gana usuarios en Ecuador". *"Diario El Comercio"*, pág. 14.
- Peña, E. (2012). "E-commerce y las tecnologías de información: el camino que aún le falta por recorrer a la economía ecuatoriana". Guayaquil: Camara de Comercio de Guayaquil.
- Renee O'Farrell . (2007). *La Voz de Houston*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/identificacin-del-mercado-objetivo-12241.html>
- Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Le. (2013). Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Ley de Discapacidades. En A. CONSTITUYENTE.
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). Registro Oficial.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). (s.f.). Manual de Buenas Prácticas para la Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad. En CONADIS.. Ecuador.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2013). (s.f.). *Propuesta para la Atención Integral de Personas con Discapacidad*. Quito.
- INEN, S. E. (14 de 08 de 2014). *REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 129*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/RTE-129.pdf>
- Exterior, M. d. (06 de 03 de 2014). *Resolución* . Obtenido de http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/Resolucion-007_2014.pdf
- SHEN, T.-H. (2007). *VALORACIÓN ADUANERA ACUERDO DE VALORACIÓN DE LA OMC* . Obtenido de REPOSITORIO ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE : http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113246/de-shen_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- REGLAMENTO AL LIBRO V DEL CODIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES. (s.f.).
- ORGANIZACION MUNDIAL DE ADUANAS. (2007). *Informe sobre tendencia y prácticas*.
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. (s.f.). *GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN AUDITORÍA ADUANERA*. Obtenido de <http://services.iadb.org/wmsfiles/products/Publications/2091633.pdf>
- BAS SORIA, J. (2010). *Coordinación de los métodos de valoración en los precios de transferencia, el valor en aduana y las operaciones vinculadas en el IVA*. Obtenido de http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/revistas/cuadernos_formation/11_2010/26_10.pdf
- PARDO CARRERO, G. (s.f.). *EL DERECHO ADUANERO EN EL SIGLO XXI*.

Rios, E. D. (2013). Las formas de recaudación impositiva: instituciones, agentes y recursos. *HACIA UN NUEVO ORDEN FISCAL*. Santa fe, Argentina.

SENAE. (s.f.). ECUAPASS.

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN, C. E. (2010). *COPCI*.

COPCI. (2011). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*.

Tributario, C. O. (s.f.). "La obligación tributaria así determinada causará un recargo del 20% sobre el principal".

Fundación Univerisa - Fundación Telefónica. (2013). *Informe de Competencias Profesionales en preuniversitarios y Universitarios de Iberoamérica*. México.

Tenezaca, J. (Noviembre de 2013). *Análisis de la Ley Especial de Telecomunicaciones y su incidencia en el área rural Valle de la Virgen de la Provincia del Guayas*. Obtenido de <http://repositorio.maeug.edu.ec/handle/123456789/368>

Reyes Ponce, A. (2004). *ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL SUELDOS Y SALARIOS*. México D.F.: Limusa S.A.

Varela, R. A. (2006). Administración de la compensación. Sueldos, salarios y compensaciones. En R. A. Varela, *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y compensaciones* (págs. 3-4). México: Pearson Education.

Monge-Gonzalez, R., Alfaro-Azofeifa, C., & Alfaro, J. I. (2005). *TICS EN LAS PYMES DE CENTROAMÉRICA*. Costa Rica: Tecnológica de la Costa.

Lopez Lozano, E. (2005). *Aspectos Contractuales y Fiscales sobre Sueldos y Salarios*. (E. F. ISEF, Ed.) Mexico D.F.: ISEF.

Burillo Martínez, V., Dueñas López, J. C., & Parada Gélvex, H. A. (2007). *Competencias profesionales y necesidades formativas en el sector del servicios que hacen uso intensivo de las TIC*. Madrid: AETIC.

Yániz, C. (2004). Convergencia europea de las titulaciones universitarias. El proceso. *Revista de la Red Estatal de Docencia Universitaria*. Vol. 4. Nº 1., 4.

NACIONAL, H. (2008). *CODIGO DEL TRABAJO*.

Servicio de Acreditación Ecuatoriana. (01 de 03 de 2016). Obtenido de <http://www.acreditacion.gob.ec/que-es-la-acreditacion/>

Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogotá: McGraw Hill.

MinTIC - Fedesoft Colombia. (2012). *Etudio de Salarios y Profesionales del Sector de Software y TI de Colombia*. Bogotá.

- Asesoría Empresarial y Humana, S.C ASEM.H. (2014). *Estudio Nacional de Sueldos y Rotación de Empleo en el Sector de TI*. México D.F.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). *Clasificación Nacional de Ocupaciones CIUO 08*. Quito.
- King, J., & Magoulas, R. (2014). *2014 Data Science Salary Survey*. California: O'Reilly.
- Chiavenato, I. (2011). *Talento Humano*. Bogotá: McGraw Hill.
- Echevarría, J. (2004). *Manual de valoración de puestos y calificación de méritos*. Barcelona: Grafos Arte sobre papel.
- Vadilla, S. (2005). *Administración de remuneraciones*. D.F: Limusa.
- Servicio de acreditación Ecuatoriana. (07 de 2016). *Qué es la Acreditación*. Obtenido de Qué es la Acreditación: <http://www.acreditacion.gob.ec/que-es-la-acreditacion/>
- Garza. (2002). *Creación de PYMES: Objetivo Emprendedor*. En: *Ingenierías*, Vol. 3, No. 9, pp 54-58.
- Tunal. (2003). *El problema de clasificación de las microempresas*. En: *Actualidad Contable FACES*, Año 6, No. 7, pp. 78-91.
- Zevallos. (2003). *Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina*. En: *Revista CEPAL*, No. 73, abril.
- Líderes, R. (2013). <http://www.revistalideres.ec/lideres/sector-mipymes-pleno-crecimiento.html>. *Si está pensando en hacer uso del mismo, por favor, cite la fuente y haga un enlace hacia la nota original de donde usted ha tomado este*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec//lideres/sector-mipymes-pleno-crecimiento.html>
- Telegrafo. (2016). <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes>. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes>
- (s.f.).



POLITICAS DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LAS PYMES

Ing. Álvaro Rivera Guerrero, Mgs
Docentes Universidad de Guayaquil
Econ. José Gonzalo Narváez Cumbicos, Mgs
Docentes Universidad de Guayaquil

Resumen

Las PYMEs en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

Las pequeñas y medianas empresas representan el mayor número de organizaciones en nuestro país; es por esto que el gobierno nacional en su plan de desarrollo ha tratado de generar normas que ayuden al fortalecimiento de estas entidades; es así como el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 o Plan de Desarrollo, por medio de las Políticas Sociales del Ministerio de Inclusión de Económica y Social, y cumpliendo con su objetivo de asesorar al gobierno nacional, ha desarrollado documentos específicos para las pequeñas y medianas empresas, en los cuales se diseñan las estrategias que deben realizar los diferentes ministerios y departamentos administrativos para que cumplan la política y de esta forma impulsar a la pequeña empresa, para que sean más competitivas en el mercado internacional y puedan obtener certificaciones y reconocimientos en calidad, como lo son las normas ISO y de esta forma revelar los principios de responsabilidad social empresarial.

Las decisiones de política económica han tenido la voluntad muy firme de apoyar a las oportunidades de los ecuatorianos, para tener ese país que todos nos merecemos.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, PYMEs, Políticas Públicas, Política Económica y Plan de Desarrollo.

Introducción

Durante las pasadas dos décadas, la política de competencia se ha expandido de forma significativa hasta incluir la reducción de los efectos adversos de la intervención del gobierno en los mercados. También se ha procurado mejorar el acceso y abrir mercados por medio de reducir las barreras a la entrada mediante la desregulación, la privatización, la reducción de aranceles o la remoción de cuotas, y licencias.

En los últimos años, se han agregado nuevos objetivos relacionados con el enriquecimiento del papel de los mercados, entre estos incluyen la protección de las empresas pequeñas, preservar el sistema de libre empresa y mantener la equidad y la honestidad.

La inclusión de las PYMES en el tema de la competencia, especialmente en los países en desarrollo, obedece a la creciente importancia que las pequeñas empresas tienen como generadoras de empleo, destinos de inversión y creadoras de nuevos productos para la diversificación de las economías. No obstante, las políticas de promoción y desarrollo de la competencia y el fomento de las PYMES, no se han integrado debido a que las políticas relacionadas con las PYMES se diseñaron antes de que se considerara una política de competencia.

Revisión Literaria

Muchos objetivos han sido atribuidos a la política de competencia, algunos temas principales se destacan entre los demás. El más común de los objetivos citados es el mantenimiento del proceso competitivo o de la libre competencia. Otros objetivos asociados a dicho fin son: la libertad de comercio, libertad de opción, y el acceso a los mercados.

En muchos países, la promoción de las PYMEs se considera un tema importante ya que éstas llevan a cabo múltiples funciones para la sociedad y la economía de un país.

Las PYMEs representan una gran parte de la actividad económica de un país. En muchos países las PYMEs responden por un número avasallador de negocios y empleados y desempeñan un papel muy importante en la actividad económica.

El mercado de trabajo de las PYMEs realiza una función estabilizadora en la sociedad. Las PYMEs brindan oportunidades de trabajo a mucha gente, incluyendo mano de obra no calificada, por lo que distribuyen ingresos desde una perspectiva macroeconómica.

Las PYMEs están consideradas como una fuente de dinamismo en la economía orientada al mercado ya que la tasa de entrada y salida de las pequeñas compañías es alta. El desarrollo económico, incluyendo el mejoramiento de la estructura industrial,

se logra a través del proceso dinámico de reemplazar a las empresas ineficientes con empresas muy eficientes.

Las PYMEs proporcionan productos y servicios de terceros (outsourced). Por ejemplo, al proporcionar partes y componentes que los ensambladores dedicados a la exportación requieren, las PYMEs aumentan la eficiencia económica ya que los ensambladores no necesitan proporcionar todo.

Las PYMEs son participantes clave en la economía regional. La manufactura local a pequeña y mediana escala es una industria indispensable que ofrece oportunidades de empleo en actividades no agrícolas en esas áreas.

Según (Peña, 2012) Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMEs) de Ecuador enfrentan un importante reto, el de expandirse a nuevos mercados que permitan optimizar sus recursos haciendo de estas empresas negocios competitivos no solo a nivel nacional si no también internacional, mediante la utilización de una importante herramienta: el Internet mismo que permite el ingreso a mercados electrónicos considerados como modelos de negocios que abaratan costos, eliminan intermediarios permiten el “acceso de mercado potencial de millones de clientes.” Pág. 1

Las pequeñas y medianas empresas en Ecuador son las unidades productivas con mayor porcentaje de participación en la economía, es muy importante el apoyo o desarrollo de políticas para el mejoramiento en la adquisición de tecnología, para mantener la competitividad de las mismas.

Las políticas de fomento productivo y desarrollo empresarial tienen como finalidad última la ampliación de las actividades económicas y la mejora de la competitividad del tejido empresarial. De esta forma, se incluyen en el ámbito de estas políticas actuaciones muy variadas, tales como las regulaciones en mercados concretos, la formación específica para mejorar la cualificación de los recursos humanos, la dotación de infraestructuras específicas y servicios avanzados para pequeñas y medianas empresas, o el establecimiento de incentivos financieros, fiscales u otros para fomentar los emprendimientos innovadores.

Buena parte de esta gama de actuaciones desde la oferta tiene también como finalidad hacer aflorar las necesidades de la demanda de modernización y transformación productivas, las cuales, en un tejido empresarial mayoritariamente compuesto por empresas de pequeña y mediana dimensión, encuentran dificultades para su expresión por sí solas.

Las áreas en las que se ha consolidado este tipo de intervención en apoyo del fomento productivo y la competitividad empresarial desde las diferentes regiones, en coordinación con las instancias centrales de las respectivas administraciones centrales y otras entidades comprometidas, públicas o privadas, se refieren a:

- Información y formación empresarial. Establecimiento de bases de datos de interés empresarial y de redes de ventanillas y oficinas de consultas empresariales para PYMES por regiones. Formación a través de los Centros de Empresa e Innovación y otros programas experimentales.

- Cooperación y asociación de empresas. Estímulo de iniciativas de “partenariado” o asociación estratégica de empresas para acceder a servicios avanzados o para mejorar posicionamientos competitivos en los mercados.
- Financiación. Establecimiento de líneas de crédito apropiadas para PYMES innovadoras.
- Facilitación del acceso a las fuentes de financiación. Constitución de Sociedades de Avales y Garantía para PYMES.
- Tratamiento especial en apoyo a las PYMES en las políticas de carácter general, en especial en todo lo concerniente a los programas de innovación tecnológica.

El enfoque horizontal, dinámico y territorial que contiene este diseño articula un conjunto de actuaciones prioritarias para reforzar la competitividad productiva y empresarial a través de ejes estratégicos fundamentales:

- Fomento de las inversiones inmateriales para introducir la calidad y las innovaciones tecnológicas y de gestión, y para facilitar la cualificación de los recursos humanos según los requerimientos de los sistemas productivos locales.
- Desarrollo de la cooperación empresarial y proyección hacia los mercados externos, facilitando el marco para que los agentes económicos encuentren espacios de colaboración, especialmente entre las PYMES.
- Impulso de reglas de competencia equitativa, las cuales justifican la prioridad de los apoyos a las PYMES no sólo por razones de equidad y desarrollo regional (dada su importancia desde el punto de vista del empleo e ingreso o su presencia más difusa en el territorio), sino también para tratar de equiparar sus condiciones de competitividad en los mercados frente a las grandes empresas.
- Modernización de las administraciones públicas. Las tradicionales prácticas administrativas y de gestión pública organizadas desde ministerios sectoriales y con una estructura centralista, no se corresponden con los requerimientos de competitividad exigida a las actividades productivas y empresariales, ni a la horizontalidad de las políticas que ello conlleva. Esto exige la modernización de la estructura, funcionamiento y modos de intervención de las entidades públicas, lo cual implica el avance de los procesos de descentralización, la redefinición de los objetivos del servicio público, la agilización de procedimientos administrativos y el incremento de la transparencia, entre otras medidas de reforma de la función pública, a fin de buscar espacios de corresponsabilidad junto al sector privado para el logro de los grandes objetivos del fomento productivo y el desarrollo empresarial.

Como se aprecia, este conjunto de ejes estratégicos y líneas de intervención define una política de fomento productivo y empresarial de futuro en la que pierden importancia las anteriores políticas de corte sectorial, y se combinan eficazmente las políticas de corte horizontal en apoyo de la innovación productiva y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas con el diseño de las mismas desde los diferentes ámbitos territoriales. Se trata, en definitiva, de nuevos planteamientos que vienen

mostrando resultados superiores ante la fase actual de transición tecnológica, cambio estructural y auge de la globalización y competitividad en los mercados.

Metodología

La modalidad que se desarrolló en el proyecto es cuali-cuantitativa porque se investigó las características y condiciones de los administradores de las PYMEs. Además se recogió y analizó datos empleando estadísticas para describir, relacionar el comercio electrónico y el desarrollo comercial de las PYMEs, obtenidas en una muestra para luego con los resultados obtenidos poder hacer inferencias.

Conclusión

Las pequeñas y medianas empresas necesitan disponer de economía, legalidad, transparencia, eficiencia y eficacia tanto en las políticas de promoción y desarrollo; cuando alcancen esto estamos hablando de optimización empresarial.

Las PYMEs en Ecuador poseen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos.

Si el sector recibiera el suficiente apoyo de las instituciones oficiales y de las organizaciones de asistencia técnica internacional, tiene muchas condiciones para constituirse en el motor del desarrollo y tener mayor participación de producir para el mercado internacional.

Las PYMES ecuatorianas, por falta de información, asistencia técnica, crédito y modernización de los organismos oficiales, no ha podido expandir sus productos para el mercado internacional.

Por eso la importancia de manejar y adaptar correctamente políticas de promoción y desarrollo para las PYMEs es de gran validez para tener un financiamiento acorde y mejorar productividad y una liquidez rentable.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Peña, E. (2012). "E-commerce y las tecnologías de información: el camino que aún le falta por recorrer a la economía ecuatoriana". Guayaquil: Camara de Comercio de Guayaquil.

Caride, I. . (2 de Noviembre de 2008). "El internet gana usuarios en Ecuador". *"Diario El Comercio"*, pág. 14.

Constitucion de la Republica del Ecuador. (2008). Registro Oficial.

ETKIN, Jorge Ricardo. (2009). *Gestión de la complejidad en las organizaciones*. p. 381. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.,.

FRIEDMAN, Milton. (1970). *The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits*. New York Times Magazine.

Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Le. (2013). Reglamento General de la Ley Reformatoria de la Ley de Discapacidades. En A. CONSTITUYENTE.

Renee O'Farrell . (2007). *La Voz de Houston*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/identificacin-del-mercado-objetivo-12241.html>

SCHVARSTEIN, Leonardo,. (2003). *La Inteligencia Social de las Organizaciones, Capítulo 2. Responsabilidad social, inteligencia social, p. 51*. México D.F: Ediciones Paidós Ibérica S.A., Primera edición, .

SILVA, Erika Charvet, . (2000). *Modelos Empresariales de Responsabilidad Social, Ecuador, p. 3*. Fundación Esquel.



EL EFECTO DEL CRECIMIENTO DEL PIB SOBRE LOS INGRESOS TRIBUTARIOS

Ing. Alfredo Marcel Yagual Velástegui, Mgs.
Doncetes UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ing. María Teresa Mite Albán, Mgs
Doncetes UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Resumen

El propósito de este artículo es determinar el efecto del crecimiento del producto Interno Bruto sobre los Ingresos Tributarios, cuáles son sus características y efectos como ingreso del Estado. Para la sustentación teórica se utilizaron las teorías: La ley de Wagner (1977), Koester & Kormendi, (1989) y otros. Además de conceptos de macroeconomía de Dornbusch, Fischer, & Startz (2008) entre otros donde se evidencia el impacto del consumo que demanda todos los agentes económicos, la inversión generada por parte del sector empresarial, el gasto público empujado por el gobierno y el dinamismo del comercio exterior. Todos ellos que inciden en el dinamismo económico que estimula una mayor recaudación tributaria para el Estado. Finalmente se utilizó una metodología aplicada mediante la ejecución de un método estadístico no paramétrico de Baek & Brock (1992) y como conclusiones se acepta el modelo propuesto para determinar la incidencia de los PIB sobre los tributos y, por tanto, la proposición alfa “los gobiernos buscan maximizar el ingreso tributario”.

Palabras Clave: Estado, Impuesto, Renta, PIB, crecimiento, economía

Introducción

El presente artículo se sustentará en las siguientes teorías: La ley de Wagner expresa que "La ley de la creciente expansión de las actividades del Sector Público, y particularmente del Estado, se convierte, para la ley económica fiscal, en la ley de la expansión creciente de los requerimientos fiscales. (Wagner & Weber, 1977). Donde el gasto público es un actor esencial en el dinamismo económico que contribuye en el crecimiento económico. El cual es evidenciado en el producto interno bruto. De acuerdo a (Dornbusch, Fischer, & Startz, 2008) "El PIB es el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos en un país en un determinado periodo". El PIB tiene 4 elementos esenciales que según (Dornbusch, Fischer, & Startz, 2008) son:

- 1) "El consumo de los hogares (C);
- 2) Gasto en inversión de empresas y hogares (I);
- 3) Compras gubernamentales (federales, estatales y locales) de bienes y servicios (G), y
- 4) Demanda foránea de nuestras exportaciones netas (XN)."

De tal manera que cada una de estos elementos son considerados categorías que comprenden todo el gasto. Todos estos elementos en su conjunto se expresan de la siguiente manera:

$$Y = C + I + G + XN$$

Varios autores interpretan la ley de Wagner desde distintas ópticas como (Tim, 1961) quien considera que "la ampliación relativa de los gastos públicos debe interpretarse como una expansión en comparación con la actividad económica total o –lo que es más usual y lógico– con la renta nacional" es decir que incremento del gasto público en la contratación de bienes y servicios de terceros genera un impulso a la economía, debido a que estos terceros generan tributos gracias al resultado del crecimiento económico.

Sin embargo, para (Goffman, 1968) la ley de Wagner expresa que "cuando una nación experimenta crecimiento y desarrollo económico, debe producirse una subida en las actividades del sector público, y la ratio de subida, cuando se considera en términos de gasto, excederá la ratio de subida en el output per cápita". Por lo tanto, el gasto público genera un efecto multiplicador en la economía donde el gobierno vuelve a recolectar nuevos tributos causados por el dinamismo económico.

Otro criterio como el de (Koester & Kormendi, 1989) quienes manifiestan que "Efectos de los impuestos sobre la actividad agregada y el crecimiento económico analizado y encontrado tasa marginal de impuestos tiene efectos negativos significativos sobre la actividad económica.". Cuando el estado cambia las tasas impositivas en búsqueda de una mayor recaudación, tiene como resultado una disminución en la recaudación tributaria.

Por otra parte, existe otras teorías como "la teoría del crecimiento" donde (Yamarik, 2000) menciona que "Empíricamente es explorar el papel de las distorsiones fiscales en la explicación del crecimiento económico a nivel estatal, a través de la estimación de las tasas de impuestos desglosados en forma de tasa de impuesto sobre la renta, las ventas generales y las tasas de impuestos a la propiedad. El estudio concluye que el uso de las tasas marginales de impuestos desglosados podría generar predicciones más consistente con la teoría del crecimiento". Es decir que con el resultado de la recaudación tributaria se podría medir en qué proporción se dinamizó la economía. Ese dinamismo periodo a periodo es frecuente de manera positiva o negativa en el tiempo. Además, para (Wahab, 2011), "el gasto en inversiones del gobierno tiene un efecto positivo crecimiento de la producción". Esto es traducido en obras de infraestructura pública, gasto por la prestación de servicios como son educación, salud, etc. Gracias a ello, las empresas tienen el estímulo de desarrollar polos económicos mejor estructurados y así poder satisfacer la demanda de los hogares quienes son los el eje del consumo.

En lo concerniente al gasto público que tiene como fuente a la recaudación tributaria. Para (Kneller, Bleaney, & Gemmell, 1999) considera que “El tipo medio de gravamen se aproxima por los ingresos fiscales como porcentaje del PIB y el gasto público total como porcentaje del PIB”. En otras palabras, se puede evidenciar que los recursos como son los tributos son generados a partir del crecimiento económico. Es de mencionar que autores como (Easterly & Rebelo, 1993) definen de la siguiente manera “Utilizamos los ingresos procedentes de los diferentes tipos de impuestos expresados como una fracción de PIB como medida de las distorsiones fiscales”. Para ellos, la recaudación tributaria es simplemente un resultante del crecimiento económico.

Para (Larraín & Sachs, 2002, pág. 510) “la fuente más importante de ingresos públicos son los distintos tipos de impuestos aplicados en la economía”. Estos tributos son los elementos esenciales para la gestión de la recaudación tributaria.

De acuerdo a (Krugman & Wells, 2007, pág. 302) quien explica que “Cuando la economía crece el Estado de forma automática aumenta la recaudación tributaria” es decir que el aumento de la recaudación tributaria es el resultado del crecimiento económico.

La combinación del Producto interno bruto y la recaudación tributaria permiten el establecer el Modelo de (Gordon & Wei, 2005) con el cual sostienen que “los ingresos generados de los tributos estarán volátil y como proporción del producto interno bruto bajo (PIB) en el corto plazo.”. Bajo esta teoría, se procederá en validar con la regresión lineal y se evidenciará si existe causalidad entre ellas.

Materiales y Métodos

El estudio metodológico del presente artículo definirá que tipo de análisis se ejecutará. De acuerdo a (Baek & Brock, 1992) quienes expresan que “proponer un método estadístico no paramétrico para detectar relaciones causales no lineales que no se pueden no cubierto por las pruebas lineales equivalentes”. Es decir que el estudio propuesto es no paramétrico debido a que el tamaño de la muestra no es grande y no es aleatorio. Los datos utilizados se los evalúa a través de la regresión lineal simple “Su enfoque emplea la correlación integral, que proporciona una estimación de la dependencia espacial a través del tiempo. Considere dos series estacionarias y débilmente dependientes del tiempo” (Alexakis & Siriopoulos, 1999), donde cada uno de los datos se evidenciarán su ubicación en el tiempo. Para (Lind, Marchal, & Wathen, 2015) “la relación lineal entre dos variables al encontrar el coeficiente de correlación”. Las variables utilizadas en el estudio deberán construir una ecuación que determinen su asociación entre ellas.

La investigación propuesta relaciona el método de investigación empírica y la epistemología correspondiente propuesta por (Figuroa, 2012, pág. 109) donde este estudio es ubicado en la celda 1. El motivo que el presente estudio tiene soporte teórico y además posee base de datos que permitan su validación. La epistemología aplicada es la Popperiana, con su respectivo análisis cuantitativo alineado con el objetivo de investigación explicativo. La aplicación de la prueba estadística β como prueba empírica. Se adjunta Figura 1. Mecanismo y tabla 1. Matriz de variables

Método alfa-beta **Proposiciones alfa**

α : los gobiernos buscan maximizar la tasa de crecimiento del PIB

Necesidad del Modelo

Los Gobiernos buscan maximizar ingresos tributarios y por eso buscan maximizar PIB

Proposiciones beta

Derivación Lógica:

$(\infty \rightarrow) \rightarrow (\approx)$

Forma Funcional:

β : Un aumento de la tasa de crecimiento del PIB, incrementa la recaudación tributaria

La forma funcional de la proposición beta se expresa de la siguiente manera:

En Ecuador

Un incremento en el crecimiento de la economía infiere en la aumento de la recaudación tributaria

Identificación de las variables:

X: Producto Interno Bruto en dólares

Y: Recaudación Tributaria en dólares.

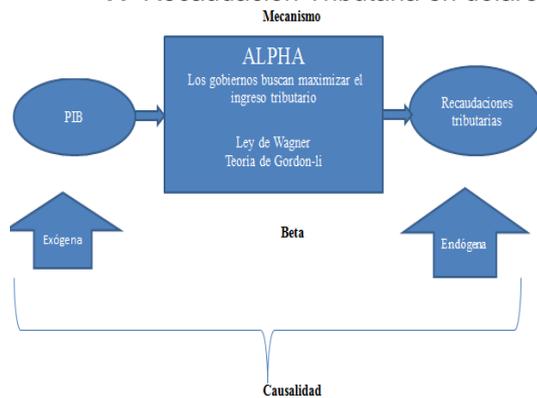


Figura 1. Mecanismo

Tabla 1. Matriz de variables

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	TIPO VARIABLE	CAUSALIDAD
Y	Ingresos tributarios	Endógena	
X	PIB	Exógena	(+)

Prueba Estadística

Base de datos

Población

La población de estudio es considerada de los Registros de indicadores Macroeconómicos del Ecuador como es el PIB existentes en la página web oficial del Banco Mundial. Los periodos a considerar corresponden desde el año 1999 hasta el año 2014. Donde los datos fueron ajustados. Es decir N = 16 (corresponden a los 16 años con lo que cuenta la información el (World Economics, 2016) y los valores registrados de la recaudación tributaria del Ecuador (Servicio de Renta Interna, 2016). Estos datos son considerados debido que a partir del año 1999 la economía ecuatoriana fue dolarizada y esto permite disminuir las variaciones por el tipo de cambio. Se adjunta tabla 2 Apéndice de PIB y Recaudación tributaria

Tabla 2. Apéndice de PIB y Recaudación tributaria

AÑOS	IMPUESTOS USD	PIB USD
1999	1.379.184.299,66	37.318.961.000,00
2000	1.659.000.469,76	37.726.410.000,00
2001	2.345.653.384,93	39.241.363.000,00
2002	2.709.548.567,44	40.848.994.000,00
2003	2.908.089.311,01	41.961.262.000,00
2004	3.264.659.987,38	45.406.710.000,00
2005	3.929.000.969,51	47.809.319.000,00
2006	4.522.252.163,36	49.914.615.000,00
2007	5.144.110.491,51	51.007.777.000,00
2008	6.194.511.064,26	54.250.408.000,00
2009	6.693.253.574,09	54.557.732.000,00
2010	7.864.667.902,37	56.481.055.000,00
2011	8.721.173.295,89	60.925.064.000,00
2012	11.090.656.509,45	64.362.433.000,00
2013	12.757.722.174,21	67.293.225.000,00
2014	13.313.491.452,25	69.766.239.000,00

Muestra

Debido a la limitación de registros disponibles en la web del Banco Mundial, se consideró trabajar con toda la población; es decir no se aplicó ningún tipo de muestreo. Se procedió a tomar todos los datos como población.

Prueba estadística utilizada

Es por ello que el estudio propuesto considera una variable exógena y una endógena, con lo cual de acuerdo a la metodología propuesta, se aplicó el análisis de regresión lineal, que a través de su prueba de hipótesis permitió someter la misma al proceso de falsación.

Discusión

Supuestos considerados

a. Con respecto al modelo de regresión lineal:

$$Y = F(X)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

b. Con respecto a las varianzas: varianzas iguales (condición de homocedasticidad)

Supuesto Comprobado

El estudio de investigación comprende de 16 años ($n < 30$), y para evidenciar su asociación entre las variables, se procede a evidenciar a través de la siguiente gráfica. Se adjunta figura #1. Relación entre PIB y recaudación tributaria en los periodos comprendidos 1999 y 2014. Se adjunta tabla 2 Apéndice de PIB y Recaudación tributaria.

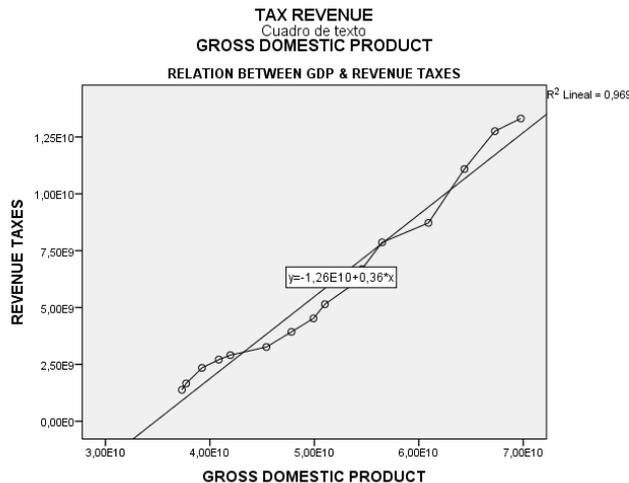


Figura 2. Relación entre PIB/Ingresos tributarios en SPSS

En la figura 2, los resultados a simple con una corrida de los datos, se puede observar que existe una relación entre las variables de manera creciente a través del tiempo.

Hipótesis Propuesta

Hipótesis Nula: $H_0 \beta = 0$

“Un aumento de la tasa de crecimiento del PIB, no incrementa la recaudación tributaria”

Hipótesis alternativa $H_1 \beta \neq 0$

“Un aumento de la tasa de crecimiento del PIB, incrementa la recaudación tributaria”

Para una mayor comprensión de cómo influyen las variables se construye la matriz de causalidad para evidenciar como se comportarían las variables con un cambio en una de ellas y su efecto en la otra. Se adjunta figura 3. Matriz de causalidad.

VARIABLE ENDÓGENA	VARIABLE EXÓGENA
Recaudaciones tributarias	PIB
	(+)

Figura 3. Matriz de Causalidad

Criterios de decisión:

Si el p-value < 0.05; rechazar H_0 y Aceptar H_a . (Se acepta la proposición beta y la proposición alfa)

Si el p-value > 0.05; aceptar H_0 y Rechazar H_a . (Se rechaza la proposición beta y la proposición alfa)

Resultados

Resultados relevantes del SPSS

En la presentación de los resultados, es necesario determinar la variable de entrada. Por lo expuesto, se considera el Producto interno bruto. Por otra parte, la variable dependiente serán los ingresos tributarios. Se adjunta figura 4. Variables entrada/eliminadas.

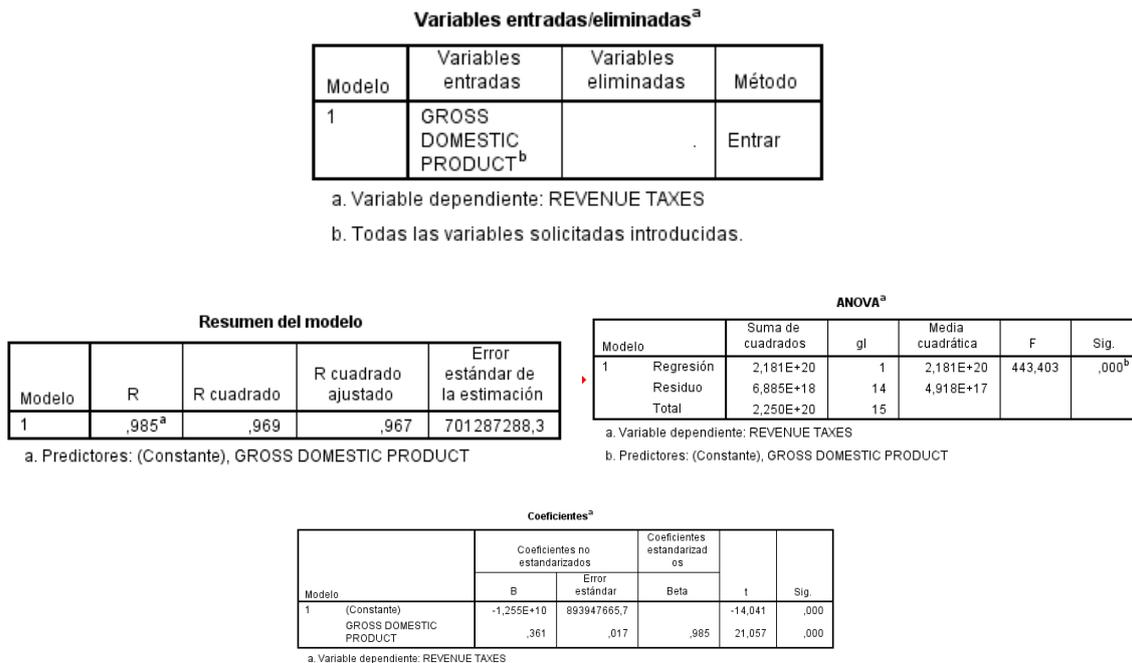


Figura 4. Variables entrada/eliminadas.

Modelo

$$Y = -1.26E10 + 0.36 * X$$

Aceptación o rechazo de la hipótesis

El p-value de la regresión lineal es igual a 0.00, error, tomando en consideración un nivel de significancia fijado (5%); por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de $\beta = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa que $\beta \neq 0$, lo que implica que no existe relación estadística. Al analizar el R^2 , se nota que un gran porcentaje de los movimientos de la variables están relacionados si como son la exógena y la endógena.

Conclusiones

Sobre la falsación de la teoría

Se concluye que con un nivel de significancia del 5%, el p-value de la regresión lineal se acepta la hipótesis nula. Por lo expuesto, el modelo propuesto es aceptado. Es decir que en el caso de Ecuador, existe una asociación estadística entre el Producto interno bruto y la recaudación tributaria. El coeficiente de regresión se estimó mediante el método de mínimos cuadrados. Por lo tanto se acepta el modelo y, por tanto, la proposición alfa **“los gobiernos buscan maximizar el ingreso tributario”**.

Sobre la existencia de la causalidad, ¿Qué se puede decir?

Con la corrida del SPSS, se establece relación estadística entre la variable exógena y la variable endógena, y el signo positivo del coeficiente de regresión, se concluye causalidad entre el Producto interno bruto como variable exógena y la recaudación tributaria como variable endógena; es decir, un aumento en el PIB infiere positivamente el incremento de la recaudación tributaria; por lo tanto la teoría planteada es consistente (α). Es decir que el argumento lógico puede ser correcto, tomando en consideración que el estudio desarrollado fue realizado en Ecuador.

Sobre el algoritmo que conduce al conocimiento científico

Se procedió con el respectivo levantamiento de información a través de la recopilación de datos del PIB y la recaudación tributaria, los cuales fueron tomados de páginas oficiales como del Servicio de Rentas Interna y del web-site de “World Economic”. Con estas variables se construyó el modelo de regresión lineal entre la variable exógena y la variable endógena, dando como resultado un coeficiente de regresión dependiente, que en conjunto con el coeficiente de regresión (positivo), y el nivel de significancia del modelo (p -valor < 0.05) se pudo determinar que en Ecuador, un aumento del PIB influye positivamente en la recaudación tributaria, aceptando de esta manera la teoría propuesta por (Gordon & Wei, 2005).

Referencias Bibliográficas

- Alexakis, P., & Siriopoulos, C. (1999). The international stock market crisis of 1997 and the dynamic relationships between asian stock markets: Linear and nonlinear Granger causality tests. *Managerial Finance*(25), 22–38.
- Baek, E., & Brock, W. (1992). A general test for non-linear Granger causality: bivariate model. *Working paper. Madison: Iowa State University and University of Wisconsin*.
- Dornbusch, R., Fischer, S., & Startz, R. (2008). *Macroeconomía* (Décima ed.). México: The McGraw-Hill.
- Easterly, W., & Rebelo, S. (1993). Fiscal policy and economic growth. *Monetary Economic*(32).
- Figuroa, A. (2012). *The Alpha-Beta Method. Scientific rules for economics and the social sciences*. Buenos Aires: CENGAGE LEARNING.
- Goffman, I. (1968). "On the Empirical Testing of Wagner's Law: A Technical Note". *Public Finance*, 23(3), 359-364.
- Gordon, R., & Wei, L. (Octubre de 2005). *The National Bureau of Economic Research*. Obtenido de Puzzling Tax Structures in Developing Countries: A Comparison of Two Alternative Explanations: <http://www.nber.org/papers/w11661>
- Kneller, R., Bleaney, M., & Gemmell, N. (1999). Growth, public policy and the government budget constraint: evidence from OECD countries. *Discussion Paper School of Economics University of Nottingham*.
- Koester, R., & Kormendi, R. (1989). Taxation, aggregate activity and economic growth: Cross country evidence on some supply side hypotheses. *Economic Inquiry*(27), 367–387.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la Economía. Macroeconomía*. Renverte.

- Larraín , F., & Sachs, J. (2002). *Macroeconomía en la economía global* (Segunda ed.). Buenos Aires: Pearson.
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2015). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (Décimosexta ed.). México: The McGraw-Hill.
- Servicio de Renta Interna. (2016). *Servicio de Renta Interna*. Obtenido de Recaudación Tributaria: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion;jsessionid=pB4CUOdnhnX9XnugfoGEeEZt>
- Tim, H. (1961). "Das Gesetz der wachsenden Staatsausgaben". *Finanzarchiv*(2), 201-247.
- Wagner, R., & Weber, W. (1977). "Wagner's Law, Fiscal Institutions, and the Grow of Government". *National Tax Journal*(30), 59-68.
- Wahab, M. (2011). Asymmetric output growth effects of government spending: Cross-sectional and panel data evidence. *International Review of Economics & Finance*(20), 574–590.
- World Economics. (2016). *World Economics*. Obtenido de Global GDP Database: <http://www.worldeconomics.com/GrossDomesticProduct/Ecuador.gdp>
- Yamarik, S. (2000). Can tax policy help explain state-level macroeconomic growth? *Economics Letters*(68), 211-215.



LAS HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS Y EL MARKETING EN EL DESARROLLO MICRO-EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO, 2015

Ing. Lovato Torres, Sofía Georgina , Mgs.
Docente Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad de Guayaquil (UG)

Ing. Christian Moreno Rodriguez, Mgs
Docente Facultad de Ciencias Administrativas
Universidad de Guayaquil (UG)

Resumen

El presente estudio con enfoque mixto se realizó para analizar la incidencia de las herramientas administrativas y el marketing en el desarrollo de las Microempresas en la provincia de Santa Elena. En la provincia de Santa Elena es notable el auge de Microempresas, esto se da por los emprendimientos que los individuos ejecutan para cubrir sus necesidades primordiales, siendo necesario aplicar tendencias y métodos modernos que faciliten al microempresario realizar una adecuada gestión administrativa, ¿De qué manera incide la aplicación de las herramientas administrativas que los microempresarios utilizan en sus negocios? ¿De qué manera inciden las herramientas administrativas y el marketing en el desarrollo Microempresarial en la Provincia de Santa Elena? El objetivo principal del presente trabajo es medir el nivel de conocimiento y aplicación de las herramientas administrativas y el marketing de manera estratégica, y metodológica que les permita a los microempresarios mejorar su productividad.

Para la exploración de la investigación se aplicaron los métodos inductivo y deductivo, utilizando muestreo probabilístico estratificado, por los tres cantones de la provincia, entre los resultados obtenidos indican que la mayoría de los microempresarios utilizan de manera empírica el inventario y el marketing, definitivamente las consideran muy importantes para su negocio. La mayoría de los microempresarios consideran que es muy importante capacitar a los trabajadores en el conocimiento de las herramientas administrativas y el marketing considerada de suma importancia para obtener mayor productividad. Con la finalidad de contribuir al desarrollo Microempresarial. Las microempresas que utilizan el marketing tienen una ventaja estratégica, ya que, si aplican esta herramienta en el mercado los clientes y consumidores elegirán adquirir productos o la prestación de servicios de su microempresa y no de la competencia.

Palabras Claves: las herramientas administrativas, el marketing, el desarrollo Microempresarial de la provincia de Santa Elena.

1. Situación Problemática

Actualmente en el Ecuador se ha visto notablemente la evolución empresarial, dentro de los cuales se hace necesario aplicar tendencias y métodos modernos que nos faciliten el funcionamiento de las herramientas administrativas y el marketing, a diferentes campos empresariales.

Por ende se podría decir, que son procesos muy propios e inherentes a las microempresas, como un entorno intrínseco que ayuda al fortalecimiento de las organizaciones. También son herramientas que podemos utilizar en nuestra vida diaria ya que estamos rodeados por un sin número de microempresas que realizan sus actividades económicas dentro de la Provincia de Santa Elena.

Es por esta razón que la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad Estatal Península de Santa Elena ha desarrollado este proyecto de investigación con el fin de mejorar el nivel de vida de los microempresarios de la provincia de Santa Elena.

2. Formulación del problema

¿Cómo inciden las herramientas administrativas y el marketing en el desarrollo Micro empresarial de la provincia de Santa Elena?

3. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la incidencia de las herramientas administrativas y el marketing en el ámbito político, social, económico, y financiero?
- ¿De qué manera incide la aplicación de las herramientas administrativas que los microempresarios utilizan en sus negocios?

- ¿De qué manera inciden las herramientas administrativas y el marketing en el desarrollo socioeconómico de la Provincia de Santa Elena?

4. Justificación de la investigación

El objetivo principal del presente trabajo es plantear la utilización de las herramientas administrativas y el marketing de una manera estratégica y como un método que les permitirá a los microempresarios mejorar su servicio en su entorno.

El estudio pretende dar una explicación y conocimientos a las necesidades que se encuentran dentro de las microempresas, aportando de manera eficaz un mejor servicio y producción, utilizando las distintas herramientas administrativas para que ayuden al progreso e innovación de las microempresas que se encuentran en la Provincia de Santa Elena.

5. Objetivos de la investigación

5.1. General

Analizar la incidencia de las herramientas administrativas y el marketing en el desarrollo de las Microempresas en la provincia de Santa Elena.

5.2. Específicos

Diagnosticar el conocimiento de las herramientas administrativas y el marketing en las microempresas de la provincia de Santa Elena.

Identificar el nivel de aplicación que tiene las herramientas administrativas y el marketing en la Provincia de Santa Elena.

Determinar el grado de utilización de las herramientas administrativas para el desarrollo Microempresarial en la provincia de Santa Elena.

6. Hipótesis

Las herramientas administrativas y el marketing inciden significativamente en el desarrollo Micro empresarial en la Provincia de Santa Elena

7. Bases Teóricas

7.1. Las Herramientas Administrativas.

Existen una serie de circunstancias dentro del ámbito empresarial, que se presenta a los gerentes de forma continua. Problemas tales como la centralización del poder, un mal clima laboral, incumplimientos en los procesos de producción y entrega de productos, mal mejoramiento en los sistemas o líneas de montajes de los artículos entre otros se pueden derivar de una mala gestión o peor aún por inexistencia o falta

de aplicación de las denominadas herramientas administrativas. Según (Thompson, 2011)[1].

Según (Muñoz, 2002). Todas las propuestas teóricas en herramientas Administrativas y marketing parten del análisis de la división técnica del trabajo, que despoja a la mayoría de su posibilidad de construirse ontológicamente en su trabajo, es completamente acorde con la naturaleza.

Las herramientas administrativas contribuyen en el fortalecimiento de la gestión administrativa de la empresa a medida de desempeño que al ser planteadas, implantadas y verificadas conducen al mejoramiento continuo y a dar respuestas a los cambios que surge en dicha microempresa.

En la actualidad existe un gran crecimiento de tiendas de descuento, es decir negocios a gran escala han invadido el mercado del negocio pequeño. Sin embargo, para mantener la supremacía y prosperar en este campo, el negocio en pequeño debe aprovechar sus ventajas naturales y administrar sus operaciones de manera efectiva.

Es decir las herramientas administrativas son muy elementales en toda microempresa. A pesar que muy poco son utilizadas para optimizar los recursos y obtener mayor desarrollo de los negocios.

Entre ellas se menciona las diferentes actividades administrativas tales como:

- Actividades de organización
- Planeación. estratégica
- Servicio rapido y eficiente
- Necesidad de clientes permanentes
- Relacion con el cliente
- Actividades de dirección
- La venta personal
- Publicidad
- Liderazgo
- Actividad de control
- Entre otras.

También existen otras herramientas muy novedosas en el mundo empresarial que han sido desconocidas y que según (Diaz, 2014)[2], son: el Coaching motivacional, Empowerment, reingeniería, también se trabaja con lo que es la Inteligencia Emocional, además que también para una mejor organización se trabaja reorganizando los diagramas institucionales con el fin de mejorar la productividad.

Actualmente estamos en una época de información y conocimiento dentro de los cuales se hace necesario ir valiéndose de tendencias y métodos modernos que faciliten el funcionamiento del sistema empresarial. Las técnicas o herramientas gerenciales se pueden aplicar desde el entorno intrínseco de la organización como es el caso just of time, los cuales son procesos muy propios e inherentes a la empresa,

sino que también existen técnicas que recogen información del exterior hacia el interior de la empresa constituyendo así una serie de inputs o entradas las cuales la empresa puede procesar y utilizarlo para su mejoramiento como es el caso del benchmarking.

7.2. El Marketing

El marketing es un proceso que le permite a los microempresarios a crear, innovar y por ende a tomar decisiones sobre lo que quiere lanzar al mercado para ser competitivo y por ello implementar las herramientas del marketing les sirven de gran ayuda porque les generaría cambios dentro de su organización.

(Sánchez V. B., 2010) Marketing directo.- Es una herramienta de comercialización de mercados que utiliza uno o varios medios de comunicación de marketing, con el propósito de obtener de un cliente una relación interactiva que derive en una relación a largo plazo entre la empresa y los clientes. (Pág. 196).

El marketing directo es aquel conjunto de técnicas que proporciona una relación entre el vendedor y comprador porque es aquel contacto inmediato que existe entre esos individuos en el mercado el cual sirve para comenzar a ofertar un producto o servicio empleando la comunicación.

7.3. Las Herramientas Administrativas y El marketing

Según (Vázquez, 2006) Las herramientas administrativas y el marketing actualmente es pieza clave para lograr y mantener el éxito en las microempresas, por ello es de mucha relevancia y trascendental conocer su historia y como ha ido evolucionando para mejorar de la sociedad.

El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando intercambio valor con otros". (Kotler, 2012).

La adopción de una filosofía del marketing de orientación al mercado tiene una gran importancia en el proceso empresarial de creación de valor y en el desarrollo de una ventaja competitiva sostenible en el tiempo y defendible frente a la competencia. Así lo describe (Munuera Alemán y Rodríguez Escudero, Estrategias de Marketing Un enfoque basado en el proceso de dirección).

Según (Vázquez, 2006) Las herramientas administrativas y el marketing actualmente es pieza clave para lograr y mantener el éxito en las microempresas, por ello es de mucha relevancia y trascendental conocer su historia y como ha ido evolucionando para mejorar de la sociedad.

Según Tesis de (Cardozo, 2010). "La realidad es que los emprendedores se hacen con el aprendizaje y la experiencia. El Desarrollo empresarial tendría poco que ver con

una cuestión genética y todo que ver con el ambiente familiar, escolar, social y laboral al cual está expuesto el individuo.

Según datos del (GEM) 2012, presentado por la Espae Graduate School of Management, deduce, “las personas que inician negocios en respuesta a la falta de otras opciones para obtener ingresos se consideran emprendedoras por necesidad, mientras quienes comienzan un negocio con la intención de explotar una oportunidad se identifican como emprendedoras por oportunidad”.

Según artículo de (López C., 2004) explica lo siguiente:

”Microempresas es un término sobre cuya definición existe poco acuerdo; con bastante frecuencia se utiliza sin definirlo y como sinónimo de sector informal, economía popular y economía social, entre otros. El problema exige un mínimo de precisión acerca de lo que en este trabajo interpretamos como microempresas.

De acuerdo al estudio (Caiche Rosales, 2013), “profesor de la Universidad Península de Santa Elena, menciona que mediante información secundaria, a partir de los datos registrados en los 3 municipios de la provincia de Santa Elena se logró contar con una base de empresas MIPYMES.

Tabla 1. Base de empresas MIPYMES.

Cantón	Cantidad	%
La libertad	9580	69,00
Santa Elena	1388	10,00
Salinas	2916	21,00
Total	13884	100

8. Tipo de metodología

Cualitativa.- Se determina cualitativa por que se permitió levantar información sobre si tienen noción de que es lo que desea la microempresa, comodidades, motivación, gustos y sobre el manejo administrativo y los beneficios para la micro empresa. Según (Gómez 2002).

Cuantitativa.- Nos permite conocer que aspecto han ido disminuyendo dentro la microempresa en el mercado, a través del levantamiento de información con técnicas e instrumentos, que nos permitirán a la medición e interpretación de los datos conseguidos. Según (Berna. C, 2006).

El instrumento de investigación es la lista de temas o preguntas semi estructuradas que debe guardar una relación estricta con las metas y los objetivos del estudio de

evaluación específico y debe estar construido cuidadosamente para que se pueda reunir los datos necesarios para alcanzar esas metas.

Método Inductivo.- Permite conocer más detalladamente como son las condiciones actuales de la organización, en el presente estudio sobre las herramientas administrativas para que la micro empresa mejore en sus funcionamientos.

Al aplicar la deducción, se puede identificar de bases generales, aquellas circunstancias específicas desconocidas a partir de las conocidas.

Selección de muestra.- El muestreo utilizado es el probabilístico para población finita, debido a que me permitió seleccionar partes de la población de estudio en los tres cantones que tiene la provincia de Santa Elena.

Estratificado por cantones

De acuerdo a la población total seleccionada se realizó la estratificación por los tres cantones de la provincia de Santa Elena, para determinar la cantidad de encuestados que se efectuaron por cantón.

N= población de estudio	N= 13884
z= grado de confianza	z= 1,9755
e= margen de error	e= 0,05
p= proporción de que suceda	p= 0,5
q= proporción de que no suceda	q= 0,5

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

$$n = \frac{(1,9755)^2 * 0,5 * 0,5 * 13884}{0,05^2 * (13884 - 1) + (1,9755)^2 * 0,5 * 0,5} = 379,62 = 380$$

Gráfico 1. Aplicación de la formula

Los instrumentos empleados en la investigación son:

- Cuestionario de encuesta
- Ficha de Observación

Resultados de la investigación cualitativa

(Ficha de observación participante)

Existe un alto porcentaje donde los microempresarios mencionan que definitivamente si es importante aplicar las herramientas administrativas para el desarrollo micro-empresarial en la Provincia de Santa Elena y solo un microempresario considera que no es importante.

Entre las herramientas administrativas que la mayoría de los microempresarios utilizan son los: inventarios y el marketing definitivamente las consideran muy importantes para su negocio.

La mayoría de los microempresarios consideran que es muy importante capacitar a los trabajadores en el conocimiento de las herramientas administrativas para obtener una buena y estrecha relación laboral contribuyendo de esta manera al mejoramiento del marketing dentro su empresa.

Estudio cuantitativo

Estratificado por cantones

De acuerdo a la población total seleccionada se realizó la estratificación por los tres cantones de la provincia de Santa Elena, para determinar la cantidad de encuestados que se efectuaron por cantón.

$$\frac{Z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

S ² = Varianza
Z= Valor normal
E= Error
N= Población
P= Proporción
Q= 1-P

$$N = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 13884}{0,05^2(13884 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$N = \frac{13334}{34,7075 + 0,9604}$$

$$N = \frac{13334}{34,7075 + 0,9604} = \frac{13334}{35,6679} = 374$$

ESTRATOS	N	Fh	n
La Libertad	9580	0,0269262	258
Salinas	2916		79
Santa Elena	1388		37
N	13884		374

El instrumento de investigación es la lista de temas o preguntas semi estructuradas que debe guardar una relación estricta con las metas y los objetivos del estudio de evaluación específico y debe estar construido cuidadosamente para que se pueda reunir los datos necesarios para alcanzar esas metas.

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Observación	Guía de Observación
Encuesta	Cuestionario

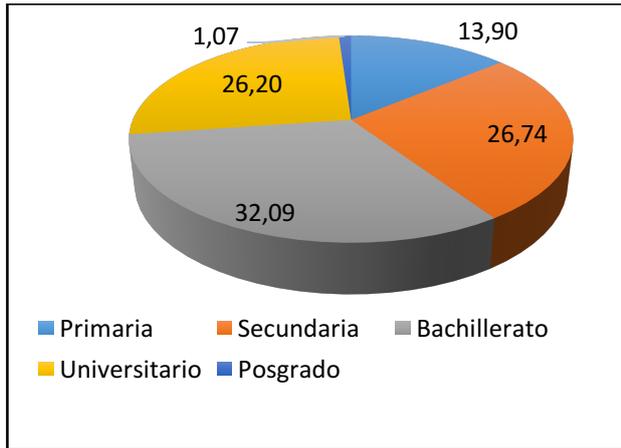
Resultado cuantitativo

Conocimiento de Herramientas Administrativas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	40	10,70	10,70
Probablemente no	20	5,35	16,04
Indeciso	38	10,16	26,20
Probablemente si	153	40,91	67,11
Definitivamente si	123	32,89	100
Total	374	100	

Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena.

Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1.



Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

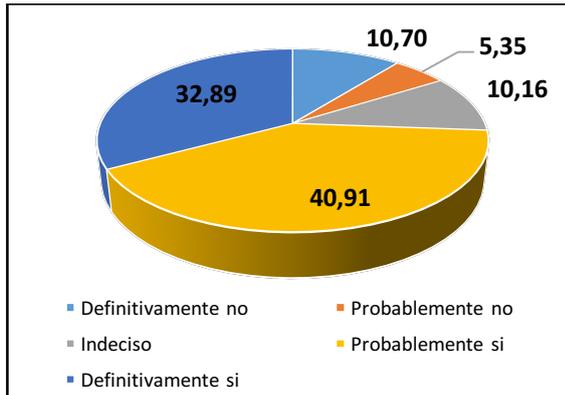
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1

Conocimiento de Herramientas Administrativas.

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	40	10,70	10,70
Probablemente no	20	5,35	16,04
Indeciso	38	10,16	26,20
Probablemente si	153	40,91	67,11
Definitivamente si	123	32,89	100
Total	374	100	

Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1



Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

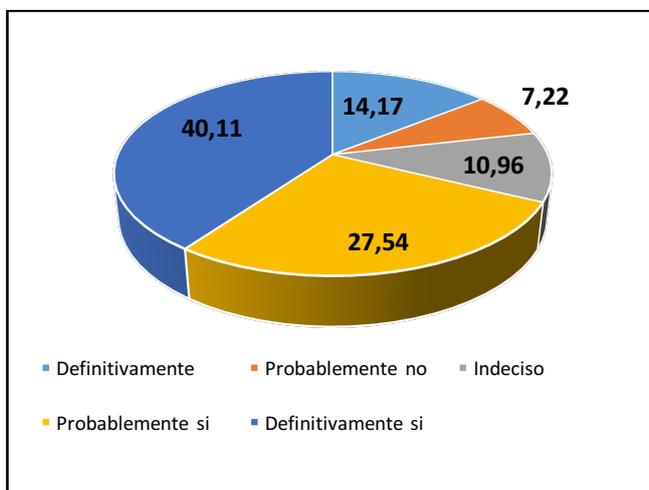
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1

Importancia del Marketing como Herramienta Administrativa

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente	53	14,17	14,17
Probablemente no	27	7,22	21,39
Indeciso	41	10,96	32,35
Probablemente si	103	27,54	59,89
Definitivamente si	150	40,11	100
Total	374	100	

Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1



Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

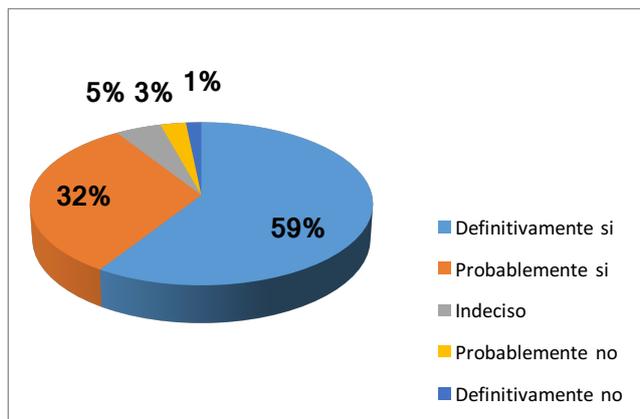
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1

Herramientas Administrativas para el Desarrollo Microempresarial

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Definitivamente si	241	64,44	64,44
Probablemente si	102	27,27	91,71
Indeciso	25	6,68	98,40
Probablemente no	5	1,34	99,73
Definitivamente no	1	0,27	100
Total	374	100	

Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1



Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena

Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1

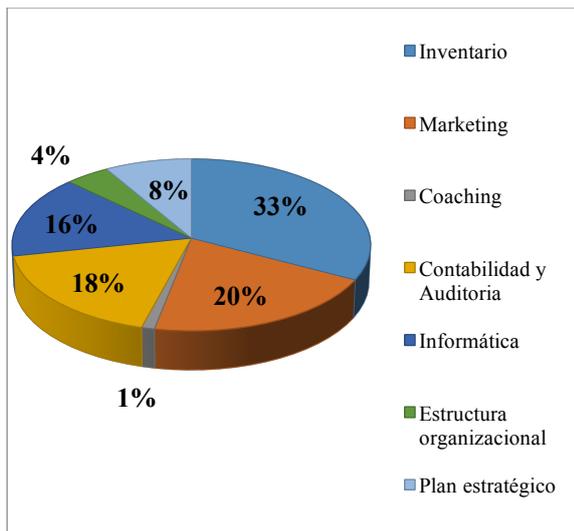
Discusión de los Resultados

**De la siguiente lista cuál de las herramientas administrativas ha utilizado:
(Selección múltiple)**

Escala	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Inventario	241	32,8%	70,7%
Marketing	149	20,3%	43,7%
Coaching	8	1,1%	2,3%
Contabilidad y Auditoría	129	17,6%	37,8%

Informática	114	15,5%	33,4%
Estructura organizacional	32	4,4%	9,4%
Plan estratégico	62	8,4%	18,2%
Total	735	100,0%	215,5%

Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1

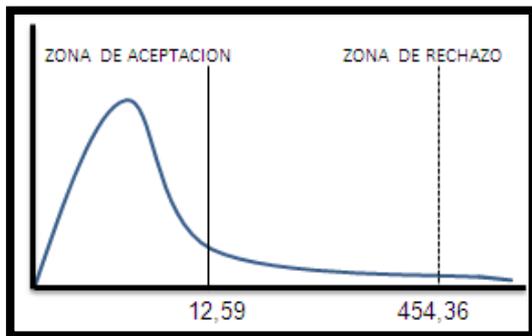


Fuente: Microempresarios de la Provincia de Santa Elena
Elaborado por: Estudiantes de la Carrera Administración de Empresas 3/1

Ho: Las herramientas administrativas y el marketing no incide significativamente en el Desarrollo Micro empresarial en la Provincia de Santa Elena.

H1: Las herramientas administrativas y el marketing inciden significativamente en el Desarrollo Micro empresarial en la Provincia de Santa Elena.

N	X	FO	FE	FO - FE	(FO - FE) ²	(FO - FE) ² /FE
1	INVENTARIO	280	112	168	28368,18	254,26
2	MARKETING	182	112	70	4960,18	44,46
3	COACHING	10	112	-102	10316,76	92,47
4	CONTABILIDAD Y AUDITORIA	111	112	-1	0,33	0,00
5	INFORMATICA	81	112	-31	934,61	8,38
6	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	43	112	-69	4702,04	42,14
7	PLAN ESTRATEGICO	74	112	-38	1411,61	12,65
Σ		781				454,36



$$X^2 = \sum \left[\frac{(F_o - F_e)^2}{F_e} \right]$$

Las herramientas administrativas y el marketing inciden significativamente en el Desarrollo Micro empresarial en la Provincia de Santa Elena,

Conclusiones de la investigación

- El nivel de educación de los microempresarios en su mayoría son bachilleres, pocos tienen un nivel de estudio de posgrado.
- La edad de los microempresarios son en su mayoría jóvenes adultos.

- En la Provincia de Santa Elena encontramos microempresas dedicadas a la actividad comercial, y de servicios, las mismas que están encaminadas al crecimiento económico no solo de sus propietarios sino al crecimiento de nuestra provincia.
- Los microempresarios de la provincia utilizan las herramientas administrativas y el marketing sin conocer con claridad cuáles son los beneficios que les ofrece cada una de estas técnicas para el crecimiento de su negocio.
- Aplicar las herramientas administrativas en las microempresas, ayuda a que los propietarios puedan identificar y analizar algún problema en que se encuentre la empresa entorno al medio que la rodea.
- Las microempresas que utilizan el marketing tienen una ventaja estratégica, ya que si aplican esta herramienta dentro del mercado los clientes y consumidores elegirán adquirir productos o la prestación de servicios de su microempresa y no de la competencia.

Recomendaciones

- El estado debe implementar programas de capacitación para mejorar el nivel de educación de los microempresarios.
- Fortalecer los emprendimientos a través de las instituciones educativas para que jóvenes profesionales emprendan sus propias microempresas.
- Las autoridades de la Provincia de Santa Elena deben ofrecer los mecanismos para facilitar préstamos a los microempresarios y emprendedores.
- En la provincia de Santa Elena deben existir más negocios que se dediquen a la producción lo que aportara a tener un mayor crecimiento económico en la provincia.
- Los propietarios y trabajadores de las microempresas de la Provincia de Santa Elena deben capacitarse y conocer acerca de qué son las herramientas administrativas y así puedan aplicarlas de acorde a las actividades que realiza la microempresa.
- Manejar las herramientas administrativas dentro de las microempresas permitirá tomar decisiones adecuadas a los microempresarios dirigidas al crecimiento y desarrollo económico de los negocios
- Utilizar marketing en las microempresas permitirá que los clientes reconozcan las características del producto o servicio que ofertan las empresas permitiendo el posicionamiento de mercado y que las ventas aumenten.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[8]Administración de Empresas/ Teorías y Práctica. (2004). En A. R. Ponce.

[9]Almazán, B. (2013). pymempresario.com. Obtenido de pymempresario.com:
<http://www.pymempresario.com/2013/10/factores-que-impulsan-el-crecimiento-de-las-pymes/>

[10]Belmonte, A. V. (s.f.). Marketing y plan de negocio de lamicroempresa.

[11] Charles T. Horngren, S. M. (2007). Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial . México: PEARSON EDUCACIÓN.

[12] Chorro, M. (2010). Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas: el caso de El Salvador. Naciones Unidas, Santiago de Chile : Copyright.

[13] Cordero, V. H. (2009). Mercadeo Básico. Costa Rica: EUNED. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=fc8FC57W4WEC&pg=PA117&dq=concepto+de+precio&hl=es&sa=X&ved=0CDQQ6AEwBGoVChMI6YPPq5rgxwIVSKoeCh3luAIN#v=onepage&q=concepto%20de%20precio&f=false>

[14] Diccionario de Contabilidad y Auditoria. (2008). En A. Mora.

[15] Distancia-UNAD, U. N. (2013). Google Academico.

[16] Domingo Gómez, J. M. (2005). Manual Del Auxiliar Administrativo .

[17] Dvoskin, R. (2004). Fundamentos de marketing: teoría y experiencia. Buens Aires: Granica S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=FpvOL1kpfKoC&pg=PA26&dq=concepto+de+plaza+en+el+marketing&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMI7YPt1KPGxwIVxV4eCh3Clgak#v=onepage&q=concepto%20de%20plaza%20en%20el%20rketing&f=false>

[18] Farias, E. B. (2003). Pceso de administración.

[19] FRANKLIN F, E. B. (2007). AUDITORIA ADMINISTRATIVA: GESTION ESTRATEGICA DEL CAMBIO. MÈXICO: PEARSON EDUCACIÒN.

Gutiérrez, A. d. (2005). Proyecto empresarial (Primera edición ed.). (M. J. López, Ed.) España: Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=zd5UiZgn3ZYC&pg=PA106&lpg=PA106&dq=proyecci%C3%B3n-Alberto+de+la+pe%C3%B1a+gutierrez&source=bl&ots=3wdEiRDxFE&sig=LrvPcbEhbvrSo4awkMmWNVECljQ&hl=es&sa=X&ved=0CCsQ6AEwAmoVChMI0pTcvZnMxwIVA6oeCh3tQAgl#v=onepage&q=proyecc>.

[20] Gutiérrez, A. d. (2005). Proyecto empresarial (Primera edición ed.). (M. J. López, Ed.) España: Paraninfo S.A.

HERNANDEZ, G. C. (2005). INVESTIGACION EN ADMINISTRACION EN AMERICA LATINA. En INVESTIGACION EN ADMINISTRACION EN AMERICA LATINA (pág. 365). Manizales - Colombia: Edigraficas.

[21] Kotler, P. (2002). Dirección de marketing, conceptos esenciales. México: PEARSON EDUCACIÓN.

[22] KOTLER, P. (2002). Dirección de marketing, conceptos esenciales. México : PEARSON EDUCACIÓN .

[23] M. Pilar Curós Vilá, C. A.-S. (2005). Desarrollo del factor humano. Barcelona: UOC.

[24]Maldonado, J. A. (2011). Gestión de procesos.

[25]Mármol, P. (2012). Marketing turístico. España, Madrid: COPYRIGHT. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=qsuRWjYru9UC&pg=PR6&dq=concepto+de+precio&hl=es&sa=X&ved=0CEcQ6AEwCGoVChMI6YPpq5rgxwIVSKoeCh3luAIN#v=onepage&q=concepto%20de%20precio&f=false>

[26]PEDRÓS, D. M. (2005). ELABORACION DEL PLAN ESTRATEGICO Y SU IMPLANTACION A TRAVEZ DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL. En D. M. PEDRÓS, ELABORACION DEL PLAN ESTRATEGICO Y SU IMPLANTACION A TRAVEZ DEL CUADRO DE MANDO INTEGRAL. MADRID: EDICIONES.DIAZ DE SANTOS.

[27]Peralta, Í. G. (14 de Septiembre de 2010). Obtenido de <http://es.slideshare.net/anarosamendez/factor-social>

[28]Sánchez, G. V. (2006). INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA (Segunda edición ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=u1DFsje4IMcC&pg=PA450&dq=ventajas+y+desventajas+de+las+microempresa&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIIL7bsZfMxwIVwVoeCh0C4g4#v=onepage&q=ventajas%20y%20desventajas%20de%20las%20microempresa&f=false>

[29]Sánchez, G. V. (2006). INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA (Segunda edición ed.). México: Pearson Educación.

[30]Sánchez, V. B. (2010). Instrumentos de marketing. Barcelona: UOC.

[31]Terry. (2005). business Administracion. En A. R. Ponce.

[32]Torre, J. O. (1999). Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad para la pequeña y mediana empresa. México: Universidad Iberoamericana.

[33]Vega, L. Á. (2010). Administracion por Calidad. Colombia: Alfaomega Colombina.

[34]Vértice, E. (2010). Dirección de marketing. Málaga: VÉRTICE.

