

## **ANALISIS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD POR LAS PYMES DEL CANTON NARNAJITO**

**PhD. FELIX ENRIQUE VILLEGAS YAGUAL MAE**

Decano Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho

1.- UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL -Ingeniero Comercial 85-86 -Licenciado en Educación Especialización informática 1999;

2.- UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR-Maestría en Educación Superior 2002,

3.- UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL GQUIL.-Magister Administración y Dirección de Empresas 2008.

4.- 2017 UNIVERSIDAD NACIONAL SAN MARCOS DE LIMA-Doctorado en Ciencias Administrativas,  
EXPERIENCIA DOCENTE: CATEDRATICO DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**ING. MAGDALENA IRALDA VALERO CAMINO, MAE**

Docente Universidad de Guayaquil-Ecuador

1.- UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL -Ingeniera Comercial 13-14,

2.- UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EMPRESARIAL GQUIL.-Magister Administración y Dirección de Empresas.

3. - Docente de la Universidad de Guayaquil.

**KELLY MICHELLE GUEVARA GRANDA**

Estudiante de Ing. Com. Facultad de Ciencias Administracion

De la Universidad Estatal de Milagro.

**ÁREAS TEMÁTICAS: Dirección y Organización**

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación trata sobre el análisis de la calidad de servicio y su influencia en la competitividad por las PYMES del cantón Naranjito. Para lograr detallar los factores que las aquejan, los objetivos detallados en este escrito hacen referencia a establecer en la gestión de calidad que proporcionan las mismas, en lo cual se han considerado tomar en cuenta aspectos como la cultura organizacional, gestión de calidad, y la eficacia que emplean para resolver sus tareas en el trabajo, y de esta manera, observar las falencias con las que cuentan los negocios. Esta investigación es de tipo descriptiva y de campo con la que se obtendrá las deficiencias que tiene cada microempresa y se ejecutará estrategias y técnicas con las que los administradores de los negocios puedan proveer la debida calidad de servicio como factor primordial dentro de sus negocios, tratando de mantener, mejorar la creatividad, segmentación, competencia, y otros puntos que frecuentemente afectan de una u otra manera.

**PALABRAS CLAVES:** Calidad, PYMES, competitividad y Servicios

## **ABSTRACT**

The present research work deals with the analysis of the quality of service and its influence on competitiveness by SMEs in the Naranjito canton. In order to detail the factors that afflict them, the objectives detailed in this document refer to establish the quality management provided by them, which have been considered taking into account aspects such as organizational culture, quality management, and efficiency that they use to solve their tasks at work, and in this way, observe the flaws with which businesses have. This research is exploratory, descriptive, correlational, quantitative, with which the deficiencies of each microenterprise will be obtained and strategies and techniques will be executed with which the business managers can provide the due quality of service as a primary factor within your business, trying to maintain, improve creativity, segmentation, competition, and other points that often affect one way or another.

**KEY WORDS:** Quality, SMEs, competitiveness y Services

## **INTRODUCCIÓN**

Naranjito, es un cantón ubicado en la provincia del Guayas, que viene demostrando desarrollo y evolución de manera constante, contando con un mercado competitivo en el emprendimiento de cualquier tipo de actividad, sin embargo, las PYMES enfrentan un problema que es su competencia con las grandes empresas, las cuales se diferencian en su tamaño, infraestructura, calidad de productos o servicios, entre otros factores, en cambio las PYMES en cuanto a su gestión de calidad, suele ser de nivel bajo o medio, aspecto que los pone en desventaja dentro de este ámbito.

En el presente trabajo se trata sobre el desarrollo de las PYMES, ya que en una época de globalización, la competencia es un factor que prima hoy en día, muchos de estos emprendimientos tienen diversas maneras de manejar su administración dentro de ellas, unos se basan en técnicas y en herramientas con la finalidad de estar alertos a los cambios que se dan frecuentemente, a diferencia de otros que aplican conocimientos de manera empírica, es decir, aplicándose diariamente al diario vivir.

Frente a la problemática de las PYMES naranjiteñas, en cuanto a su gestión de calidad, su efecto radica en la competitividad; por lo tanto se consideró una investigación de tipo descriptiva y de campo que permitió observar y comprobar mediante los resultados las deficiencias que poseen estas microempresas dentro del ámbito comercial.

## **PROBLEMATIZACIÓN**

Las PYMES ecuatorianas se caracterizan por formar parte de un crecimiento económico social, emprendiendo de manera personal o familiar, generando fuentes de empleo para la sociedad y a la vez necesidades de la población, pero a su vez están soportando tiempos difíciles y superándolos, gracias a que cada vez existe más información, apoyo, tecnología, denotando con ello una economía dependiente, con la finalidad de poder contribuir al desarrollo de las organizaciones.

Pese a la notable participación de las PYMES y todo el apoyo con el que cuentan todavía existen ideas erróneas de lo que es y de cómo funciona y se desarrolla una pequeña o mediana empresa. Es importante hacer énfasis en los logros alcanzados con gran esfuerzo de aquellos empresarios que mediante el uso de estrategias innovadoras han contribuido a que las PYMES tengan el reconocimiento que hoy en día tienen, pero sin dejar de lado lo mucho que ha favorecido a la economía global el fusionamiento entre éstas y las grandes industrias.

Las pequeñas y medianas empresas generalmente no cuentan con una potencial de capacidad de financiamiento ni de recursos tecnológicos apropiados para su crecimiento como entidad financiera, son estas barreras el principal motivo por el que tienen que hacer uso de la innovación, factor importante que les permite abastecer necesidades específicas y cubrir mercados, en ocasiones, ya existentes.

Este cantón, cuenta con una cantidad de pequeños negocios, por lo tanto, se analiza la importancia que radica, en verificar las problemáticas con las que presentan y poder mejorarla de manera eficiente para su constante mantenimiento y posteriormente evolución de las mismas, teniendo en cuenta que al desarrollarse dentro de una competitividad creciente puede mantenerse en un ambiente económico estable.

El equipo técnico del gobierno autónomo descentralizado municipal, con fuentes del INBEC, SIN, entre otras, han facilitado la debida información dentro de la cual es imprescindible destacar:

En el área urbana existen dos espacios comerciales, que son el mercado municipal, y la feria libre, la misma que conforme al catastro de comercio realizado por nuestra municipalidad, oscilan entre 250 y 350 puestos respectivamente, y cubren el 100% de la ciudad y en lo que respecta a establecimientos comerciales oscilan 855 locales en toda la urbe. (Naranjito, 2014).

Analizando las falencias con las que cuentan las PYMES es necesario desarrollar soluciones que involucren actividades, procesos, con la implementación de un manual de procedimientos, de esta manera logrando un mejor nivel de capacitación contando con la calidad de servicio que ofrecen estas microempresas a los clientes y potenciales clientes.

## **SISTEMATIZACIÓN.**

¿En qué medida el diseño de una estructura organizacional influye en la administración interna de las PYMES del cantón Naranjito?

¿De qué manera incide los incentivos al capital humano para el compromiso constante con el desarrollo de las PYMES y su mejora en el mercado comercial?

¿Cómo influye la implementación de programas de mejoramiento de gestión e innovación de procesos productivos para el mejoramiento de la competitividad de las PYMES de Naranjito?

## **DESARROLLO.**

Debido al gran impacto de las PYME dentro de las economías actuales por su contribución a la reducción de la pobreza, su participación en la disminución del desempleo, su favorecimiento al PIB y por su notable aporte a la producción industrial, en lo que concierne a los últimos años los poderes públicos han incentivado a empleadores y ofrecido su apoyo a las pequeñas y medianas empresas como estrategia de desarrollo económico y social.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan el segmento de la economía que aporta el mayor número de empleos y agrupa la mayor parte de las unidades económicas tanto en países desarrollados como en países en desarrollo. Es importante atender a las mipymes ya que, según varias organizaciones internacionales, son participantes claves para incrementar el crecimiento potencial de las economías. (ANAHÍ, 2016)

Pese a la notable participación de las PYMES y todo el apoyo con el que cuentan todavía existen ideas erróneas de lo que es y de cómo funciona y se desarrolla una pequeña o mediana empresa. Es importante hacer énfasis en los logros alcanzados con gran esfuerzo de aquellos empresarios que mediante el uso de estrategias innovadoras han contribuido a que las PYMES tengan el reconocimiento que hoy en día tienen, pero sin dejar de lado lo mucho que ha favorecido a la economía global el fusionamiento entre éstas y las grandes industrias.

Por otra parte, es importante destacar que hoy en día la capacidad de innovación es un factor clave en el desarrollo de una Pymes. El mercado cambia constantemente y la adaptación a él será vital para las empresa. Es más, si se lidera en términos de innovación marcará una diferencia significativa respecto a la competencia. La innovación pues, es necesaria para adaptarte al mercado y lograr diferenciarte, aumentando así la competitividad. Además, el nivel de innovación es percibido por tus consumidores, ya que es el reflejo de la capacidad de adaptación a sus nuevas necesidades. (CASTELLAN, 2003)

El análisis comparativo PYME-gran empresa, es extremadamente variable en cuanto a resultados convenientes para cada una de las partes. Investigaciones señalan que el entorno laboral dentro de las PYME es mucho más deficiente en comparación con el de las grandes empresas, dato notable tanto en economías subdesarrolladas como desarrolladas. Para erradicar o disminuir éstos resultados desfavorables para las pequeñas y medianas empresas, se han tomado medidas de desarrollo en el personal de trabajo, enfatizar en explotar las características de la industria considerada, entre otros. Investigadores han afirmado que en conclusión, en éstas últimas décadas, las PYME tienen una participación económica para el desarrollo de una nación, menor a la de las grandes empresas, que pese a la gran cantidad ya existente y a las medidas de inclusión que han tomado con el afán de ganar terreno frente a sus grandes competidores, hoy hasta su sistema de seguridad sigue dejando mucho que desear (GUERRERO, 2004)

## **OBJETIVOS:**

### **Objetivo general:**

Determinar el análisis de la calidad de servicio y su influencia en la competitividad por las PYMES del cantón Naranjito.

**Objetivos específicos:**

- Analizar el nivel de importancia de la planificación estratégica en la dirección y administración de las PYMES del cantón Naranjito.
- Identificar la influencia de los Recursos humanos en el desarrollo organizacional de las PYMES del cantón Naranjito.
- Evaluar el grado de incidencia de la atención al cliente y rapidez del servicio de las PYMES del cantón Naranjito.

**JUSTIFICACIÓN**

En los últimos años en el cantón Naranjito, provincia del Guayas, se viene notando el incremento de las PYMES que hace que prevalezca la economía del mismo, junto a ello una serie de problemas que se observa al analizar los factores negativos ya que no desarrollan herramientas de gestión que permitan un soporte de evolución y sostenibilidad.

La aportación de las PYMES en el Cantón Naranjito Provincia del Guayas es realmente significativa, es un sector con una población de 37.2 mil habitantes de los cuales el 48.3% conforma la PEA (población económicamente activa), siendo la mayoría organizaciones de pequeñas o medianas dimensiones. Pese a ser un pequeño Cantón del Ecuador, la capacidad de innovación de sus habitantes se ha reflejado de manera positiva en las últimas décadas otorgándole empleo a un gran porcentaje de personas desempleadas entre los años 2007 y 2015. A continuación se muestra la clasificación de las actividades económicas del Cantón (CANTON NARANJITO, 2014)

Participación de la actividad económica	
Establecimientos económicos:	1.1 mil establecimientos (0.9% de la provincia de GUAYAS).
Ingreso por Ventas:	29 millones (0.1% de la provincia de GUAYAS).
Personal Ocupado:	2.7 mil personas (0.5% de la provincia de GUAYAS).
Principales actividades que generan mayor ingreso	
Clasificación CBU 4.0 Actividad Principal	%
Comercio al por mayor y al por menor - reparación de vehículos automotores y motocicletas.	74.9%
Enseñanza.	4.0%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	4.8%

Figure 1 INEC- Censo Económico 2010

Como reflejo de todas las actividades económicas generadas, el Cantón logró una recaudación de impuestos a la renta de 390.2 miles de dólares durante el 2012, obteniendo un crecimiento del 51.7% con respecto al 2010.



Figure 2 INEC- Censo de población y vivienda 2010

Durante el censo económico realizado por el INEC en el año 2010 se detectaron las principales actividades que generan mayor ingreso en la economía del sector, clasificándose de la siguiente manera:

Dentro de las cuales el 90% son PYMES, para el desarrollo de estas empresas es importante crear una conciencia de ahorro e inclusión social bajo los estándares económicos del sector haciendo uso de la innovación y estrategias de mercado para que cada día, pese a su tamaño, composición y basta economía, Naranjito siga incrementando su papel en la economía nacional.

Es por esta razón, que es necesario establecer la importancia que desarrolla el gestionamiento de la calidad de servicio que se debe implementar dentro de cada PYME sin importar su tamaño, infraestructura y la actividad a la que se dedique, tomando en consideración que la situación competitiva altera las oportunidades de crecimiento y desarrollo obteniendo desventajas en la rentabilidad por la competencia de los grandes competidores.

Considerando la viabilidad técnica, se busca mediante una investigación de mercado, como es la técnica de recolección de información para esta investigación que será manejado a través de la aplicación de encuestas, de manera descriptiva y de campo mediante esta indagación se obtendrá las deficiencias que tienen cada microempresa, e implementar posibles soluciones para el progreso de las mismas, teniendo en cuenta que la fidelización de los clientes es relevante para el éxito dentro de la entidad, y a la vez considerar la ventaja que proporciona al implementar una serie de técnicas administrativas internas favoreciendo a las mismas para su desarrollo en el ámbito competitivo ya que son la base de la permanencia y existencia de éstas en el mercado.

Es imprescindible estimar la viabilidad institucional y de gestión, ya que se debe analizar las estrategias que se debe tomar como mejora y solución de los resultados que se presentarán en el momento de notar las respuestas en dichas encuestas, con la finalidad de observar el grado de carencia que tienen las mismas, para ayudarlas a tomar conciencia y así poder surgir dentro del ámbito comercial.

## VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Dentro de la investigación se presentan dos tipos de variables, las cuales son:

• Variable dependiente:	• Variable independiente:
Competitividad: Dentro de esta variable dependiente se destaca que en un mercado donde el factor que prima es la competitividad va a depender de muchos agentes como es la calidad del servicio, por lo que es importante mantener dentro de	Calidad del servicio: En el interior de estos pequeños negocios es de gran importancia manejar una eficiente calidad de servicio que proporcione satisfacción al cliente generando de esta manera fortalezas para las PYMES por la acogida que tendrán de

estos emprendimientos una gestión administrativa y de calidad para el correcto funcionamiento de las mismas con el objetivo de mantener y aumentar su productividad.	sus clientes y potenciales clientes, en la cual de esta manera tendrá como resultado una reputación buena obteniendo como resultado productividad en las mismas.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## MARCO TEÓRICO


### ANTECEDENTES

Las PYMES desempeñan un papel muy importante en el desarrollo económico de las naciones , y se han ido extendiendo con la originalidad de la crisis que existió en los años 70 ya que esto ha impulsado a que tenga el reconocimiento de que estas microempresas son un motor de la economía ,de manera que gracias a la competitividad que se vive actualmente se han convertido en compañías que planean de manera estratégica su futuro, y de una forma analítica la manera de como poder desarrollar completamente día a día su potencial.

La comercialización es una de las actividades económicas más antiguas. Los primeros indicios de ésta se originaron con el trueque durante la prehistoria, siendo éste un sistema de intercambio entre dos partes conformes. Desde entonces el mundo se ha mantenido en una constante evolución lo cual ha generado el mismo impacto en éste tipo de actividades dando paso a los comerciantes, siendo los fenicios los pioneros en desarrollarse como tal.

Actualmente existen declaraciones avaladas por científicos, que tras investigaciones afirman que en lo que concierne a las últimas décadas, las PYME han generado un mayor número de empleos brutos con respecto a las grandes empresas. Resultados de estudios empíricos arrojan que en el mismo periodo de tiempo las grandes empresas constatan una pérdida de empleo más intensa según (Santillán, 2016)

Las pequeñas y medianas empresas generalmente no cuentan con una potencial capacidad de financiamiento ni de recursos tecnológicos apropiados para su crecimiento como entidad financiera, son estas barreras el principal motivo por el que tienen que hacer uso de la innovación, factor importante que les permite abastecer necesidades específicas y cubrir mercados, en ocasiones, ya existentes. Esta innovación no se enfrasca en teoría sino más bien en resultados, estudios posicionan a las pequeñas y medianas empresas en la cabeza de la lista de entidades financieras innovadoras entre los años 1998 y 2001 realizados por el CEDEX (Centro de Educación para el Desarrollo Exportador), como se muestra a continuación (ORIANDI)



**CEDEX**  
Centro de Estudios para el Desarrollo Exportador

**UP** | **Universidad de Palermo**  
Facultad de Ciencias Económicas

Conducta Innovadora	Total		Grandes		Medianas		Pequeñas	
	Nº de firmas	Distribución %	Nº de firmas	Distribución %	Nº de firmas	Distribución %	Nº de firmas	Distribución %
Nº de firmas	1.688	100	109	100	276	100	1.213	100
<b>Innovadoras</b>	<b>1.023</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>92</b>	<b>216</b>	<b>78</b>	<b>699</b>	<b>58</b>
en Producto	779	46	85	78	189	68	629	44
en Proceso	796	47	91	83	172	62	627	43
en Organización	604	36	66	61	145	53	387	32
Comercialización	465	28	53	49	113	41	297	24
Potencialmente Innovadoras	373	22	10	9	61	22	293	24

Figure 3 Número de empresas innovadoras por tipo de innovación y tamaño de empresas (1998- 2001)

Los que aparecen con mayor frecuencia en el desarrollo de las Pymes, cuestionando su exclusividad y es imprescindible analizar el papel que se lleva a cabo para poder mantenerse en el ámbito competitivo son la gestión financiera, los recursos tecnológicos y

la innovación, la calidad, la dirección y gestión de los recursos humanos, la flexibilidad de la estructura organizativa, los sistemas de información y las alianzas y acuerdos de cooperación. (Aragón Sánchez & Rubio Bañón, 2005)

(Gallardo Vasquez & Sanchez Hernandez, 2013) Comentan que, a su vez, la innovación aparece en la literatura como un factor clave para el éxito ya que son numerosas las investigaciones que han puesto de manifiesto la incidencia de la innovación en la generación de ventajas competitivas.

## **MARCO CONCEPTUAL**

**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina y el Caribe

**Comerciante:** Se conoce como comerciante a aquella persona que se dedica a realizar operaciones de compra, venta o intercambio de productos con la intención de obtener un beneficio.

**Desarrollo económico:** Se conoce como la facultad de elaborar y adquirir patrimonio, así como también referida al nivel de desarrollo personal, al desarrollo de un país o una región para obtener como resultado una mejor condición de vida de una sociedad.

**Globalización:** La globalización es un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, en una aldea global.

**Innovar:** Cambiar las cosas introduciendo novedades

**Mediana empresa:** La mediana empresa es una organización económica con la capacidad de aumentar su competitividad basada en la evolución de sus procesos y organización.

**PYMES:** Pequeñas y medianas empresas

**Pequeña empresa:** La pequeña empresa es una organización independiente, formada para producir rentabilidad, donde su ingreso anual no supera un determinado límite y la cantidad de trabajadores que la conforma tiene un tope.

**Tecnología:** Mezcla de técnicas, saberes, destrezas y nociones por medio de los cuales los seres humanos convertimos, alteramos y manejamos el entorno con el propósito de inventar artefactos, materiales, productos o servicios para satisfacer necesidades.

## **MARCO LEGAL**

Las Pymes son generadoras de empleo, promoviendo más fuentes de trabajo para personas que no cuenten con un título de tercer nivel, entre otros, se refiere a un emprendimiento que realizan para fomentar el desarrollo de la economía, a pesar de ser organizaciones que operan en la informalidad en su mayoría, constituyen una parte determinante de la estructura económica del país, por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional (Pérez Prieto, 2017).

Por ello, el estudio asume lo expuesto por la nueva Matriz Productiva y por el Plan Nacional del Buen Vivir, tomando como punto focal los objetivos 8 y 10 que se exponen a continuación:

**Objetivo No. 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible. Las políticas y lineamientos estratégicos que sustentan este objetivo y la forma de enfrentar el impacto de la globalización son los siguientes:**

### **8.10. Articular la relación entre el Estado y el sector privado**

b. Establecer mecanismos integrales para fortalecer el clima de negocios, la inversión en el país, y promover la imagen del Ecuador a nivel internacional.



c. Impulsar el financiamiento al desarrollo de nuevas industrias y/o sectores priorizados.

**Objetivo No. 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva. Las políticas y lineamientos estratégicos que lo sustentan se exponen a continuación, considerando la importancia de las PYMES del sector servicio y cómo estas deben enfrentar los retos de la globalización para alcanzar un nivel de competitividad:**

**10.5. Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva.**

a. Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

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

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

g. Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de los micros, pequeñas y medianas unidades productivas.

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

i. Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios, de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social. (Ecuador, 2013)

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Tipo y diseño de investigación**

La presente investigación “análisis de la calidad del servicio y su influencia en la competitividad por las pymes del cantón naranjito, se enfoca sobre la calidad de servicio que brindan las PYMES del cantón Naranjito a los ciudadanos, a través de técnicas de recolección de datos adaptadas a los requerimientos y recursos del investigador, como fue la encuesta, instrumento por el cual se les hizo las debidas interrogativas a los dueños de los negocios.

En base a los objetivos del estudio, será una investigación descriptiva y de campo.

#### **Investigación descriptiva.-**

Según el autor (Arias, 2012) define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (pag.24)

#### **Investigación de campo.-**

Según el autor (Arias, 2012) La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

#### **Diseño de la investigación.**

El diseño de la investigación que se implementó la cuantitativa y cualitativa, ya que estas dos investigaciones hicieron posible la recolección de datos que ayudaron a comprobar los objetivos planteados anteriormente en esta investigación. Posteriormente, la información recolectada a través de la técnica de la encuesta, se procesó estadísticamente para obtener los resultados, de tal manera que se procedió con el análisis de cada uno de ellos.

### LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

#### Características de la población

Para proceder a obtener los resultados de la investigación, se tomó en cuenta la ubicación tiempo y espacio donde proviene la problemática, donde el proyecto se centra en el cantón Naranjito. El Mercado Municipal consta de 350 puestos y los establecimientos Comerciales con 855 locales, con la información que proporcionó el equipo técnico del gobierno autónomo descentralizado municipal, con fuentes del INBEC, SIN, entre otras dando un total de 1205 puestos comerciales entre ambos mercados, donde se obtuvo un porcentaje utilizando la regla de tres con respecto a la muestra, indicando el total de personas encuestadas en cada uno de los sectores. (Naranjito, 2014)

#### Delimitación de la población

La población de este proyecto de investigación es finita porque conocemos con certeza su tamaño (N)

#### Tipo de muestra

Por motivo de ser extensa la cantidad de puestos comerciales del cantón Naranjito se establece una muestra probabilística, para así obtener información que beneficia a nuestra investigación.

#### Tamaño de la muestra

La población objeto del estudio es finita por saber el número exacto de habitantes de Este sector.

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

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Tamaño de la población

**p**= Posibilidad de que ocurra un evento, **p**=0.5

**q**= Posibilidad de no ocurrencia de un evento, **p**=0.5

**E**= Error, se considera el 5%; **E**=0.05

**Z**= Nivel de confianza, que para el 95%, **Z**=1.96

PROCEDIMIENTO:

### MERCADO MUNICIPAL Y CENTROS COMERCIALES

$$n = \frac{(1205)(0.5)(0.5)}{\frac{(1205-1)(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{301,25}{\frac{3,01}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{301,25}{1.03}$$

$$n = 292.48 = 292$$

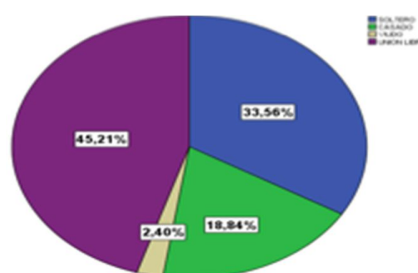
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 1. Estado Civil

**Tabla 1.- Conocimiento del Estado Civil**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
SOLTERO	98	33,6
CASADO	55	18,8
VIUDO	7	2,4
UNION LIBRE	132	45,2
Total	292	100,0

**Gráfico 1.- Conocimiento del Estado Civil**



*Elaborado por: Los Autores*

*Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

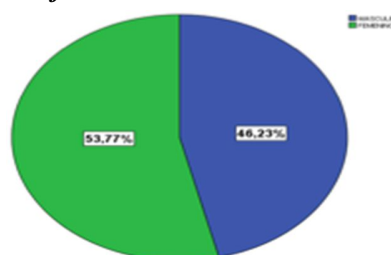
**ANALISIS:** Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de las personas que conllevan este negocio son unión libre representando el 45,2 % , en la que se puede interpretar que este micronegocio es un sustento para la economía de los mismos, frente a un 33,6% que son solteros, que aunque no llevan obligaciones mayores , tratan de obtener de alguna manera ingresos para ellos y ayudara sus familias, y se puede observar que con porcentajes menores de 18,8% y 2,4% son casados y viudos.

### 2. Género

**Tabla 2.- Conocimiento del Género**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
MASCULINO	135	46,2
FEMENINO	157	53,8
Total	292	100,0

**Gráfico 2.- Conocimiento del Género**



*Elaborado por: Los Autores*

*Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

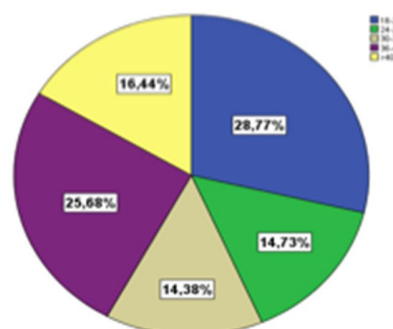
**ANALISIS:** Los datos obtenidos en las encuestas reflejan que los representantes de las PYMES son de género femenino, en la que demuestra que se quieren superar dentro del ámbito comercial, en la que no dependen tan sólo del sustento de su cónyuge o familiar para poder subsistir, y el 46,2% son hombres que emprenden de esta manera para poder mantenerse en el ámbito económico.

### 3. Edad

**Tabla 3.- Conocimiento de las edades**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
18-24	84	28,8
24-29	43	14,7
30-35	42	14,4
36-40	75	25,7
>40	48	16,4
Total	292	100,0

**Gráfico 3.- Conocimiento de las edades**



*Elaborado por: Los Autores*

*Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

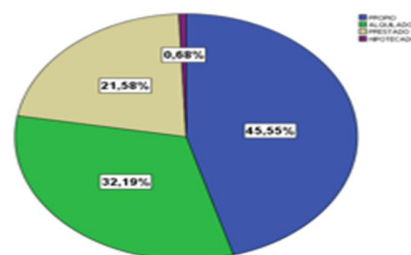
**ANALISIS:** Los datos arrojados demuestran que las personas que desempeñan y conllevan estos negocios , la mayoría son de aproximadamente de entre 18 a 24 años, lo que representan un porcentaje del 28,8% , en la que se analiza que son jóvenes que de esta manera se desempeñan para obtener su dinero para estudiar y poder subsistir ante sus necesidades, frente a un 25,7% que conforman personas con edades de entre 36-40 años que mediante esta forma de trabajar se ayudan de manera económica para ellos y para sus hogares.

4. ¿El espacio donde se desarrolla su negocio es?

**Tabla 4.- Adquisición del local**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
PROPIO	133	45,5
ALQUILADO	94	32,2
PRESTADO	63	21,6
HIPOTECADO	2	,7
Total	292	100,0

**Gráfico 4.- Adquisición del**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

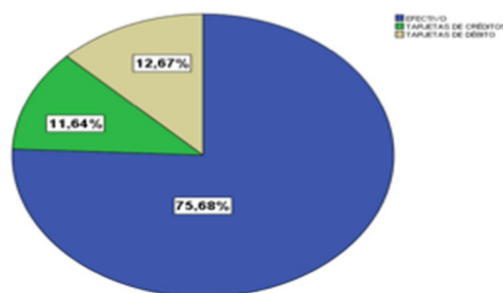
**ANALISIS:** Dentro de los porcentajes obtenidos se puede denotar que el espacio donde se desarrollan las personas con su negocio es propio, representado por un 45,5% , en la cual refleja que no debe pagar alquiler, entre otras opciones en la cual no invierten en gastos de propiedad, manteniendo sus ingresos para otros gastos, frente a un 32,2% que es un lugar alquilado m en donde lo que generan como ingresos deben pagar el lugar donde se desarrollan económicamente, el 21,6% que es prestado y el 7% hipotecado, esto ya representan gastos como dispongan pagar.

5. ¿De qué manera maneja su dinero?

**Tabla 5.- Manejo del dinero**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EFFECTIVO	221	75,7
TARJETAS DE CRÉDITOS	34	11,6
TARJETAS DE DÉBITO	37	12,7
Total	292	100,0

**Gráfico 5.- Manejo del dinero**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

**ANALISIS:** Los resultados obtenidos mediante las encuestas nos muestra que la manera de manejar su dinero en las transacciones de compra dentro de su negocio lo hacen de manera efectiva , en la cual no se implementa ningún tipo de tecnología dentro de sus

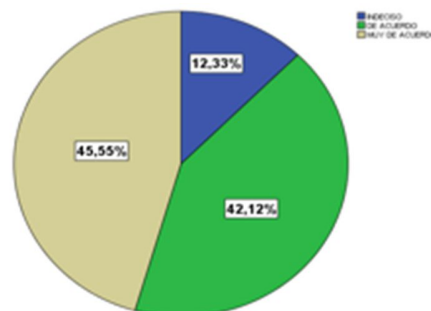
actividades laborales, el 11,6% lo hacen mediante tarjetas de crédito, y el 12,7% tarjeta de débito, representando pocos los lugares comerciales que llevan esta manera de pago.

6. ¿Considera Ud. que la implementación de nuevas técnicas fortalecería la estabilidad y permanencia dentro de la cadena económica de su negocio?

**Tabla 6.- Implementación de Estrategias**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
INDECISO	36	12,3
DE ACUERDO	123	42,1
MUY DE ACUERDO	133	45,5
Total	292	100,0

**Gráfico 6.- Implementación de Estrategias**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

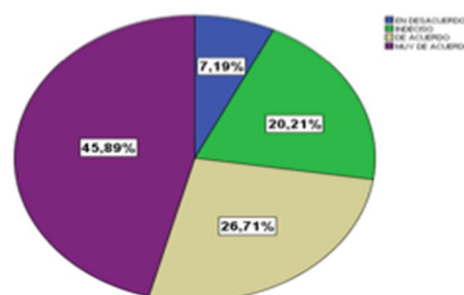
**ANALISIS:** Los datos expuestos demuestran que los administradores de los negocios consideran que están muy de acuerdo a la implementación de nuevas técnicas dentro de su negocio fortaleciendo de esta manera la estabilidad y permanencia dentro del ámbito competitivo, la cual representan el 45,5%, frente a un 42,1% que opinan que están de acuerdo en cuanto a la ejecución de estas técnicas, y un 12,3% está indeciso, es decir, aún no están claro de los beneficios que les traerá como resultados optimistas.

7. ¿Cree Ud. que el fusionar su negocio con las demás PYMES fortalecería el desarrollo económico tanto para Uds. como para las grandes empresas.

**Tabla 7. - Fusión de Negocios**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	21	7,2
INDECISO	59	20,2
DE ACUERDO	78	26,7
MUY DE ACUERDO	134	45,9
Total	292	100,0

**Gráfico 7.- Fusión de Negocios**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

**ANALISIS:** Los resultados mostrados, reflejan que el 45,9% opina que si están muy de acuerdo en que si se fusionan con las demás PYMES lograrán fortalecer el desarrollo económico en conjunto, ya que las grandes empresas generarían mayor fuente de

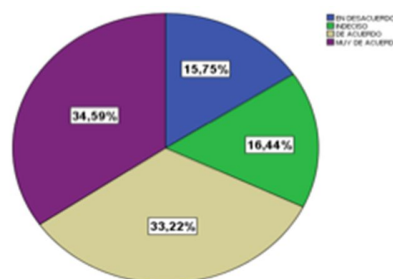
oportunidades a las PYMES, mientras que un 26,7% que representa a que están de acuerdo, en su totalidad tienen iniciativa de los beneficios que traería esta unión, un 20,2% opinan que están indecisos, en lo que demuestra que no están seguros del significado que tienen unirse para trabajar de manera eficiente.

8. ¿Cree Ud. que contar con técnicas de innovación para el constante crecimiento de su negocio podrá ampliar su permanencia en el mercado?

**Tabla 8.- Importancia de la innovación**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	46	15,8
INDECISO	48	16,4
DE ACUERDO	97	33,2
MUY DE ACUERDO	101	34,6
Total	292	100,0

**Gráfico 8.- Importancia de la innovación**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

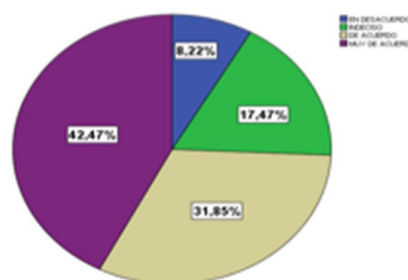
**ANALISIS:** El 34,6% respondió que está muy de acuerdo, asegurando que la estadía de su negocio dentro del mercado no depende de la implementación de técnicas innovadoras, a su vez tomando como ejemplo el buen servicio y trato con el cliente como factor principal para determinarla. Por otro lado, con mucha diferencia, el 33,2% afirmó que está de acuerdo, lo imprescindible que son las técnicas de innovación, no sólo para su permanencia en el mercado sino también para el constante crecimiento dentro del mismo gracias a las diferentes y actualizadas formas que existen para la eficiente relación vendedor-consumidor. Mientras que un 16,4% y un 15,8% respondieron respectivamente estar indeciso y en desacuerdo que contar con técnicas de innovación para el constante crecimiento de su negocio podrá ampliar su permanencia en el mercado.

9. ¿Cuenta Ud. con un programa de capacitación para sus colaboradores en la gestión?

**Tabla 9.- Importancia de las**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	24	8,2
INDECISO	51	17,5
DE ACUERDO	93	31,8
MUY DE ACUERDO	124	42,5
Total	292	100,0

**Gráfico 9.- Importancia de las capacitaciones**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

**ANALISIS:** Los datos arrojados entre las respuestas estuvieron extremadamente diferenciados, ya que el 42,5% de las personas opinaron que no cuentan con un programa de capacitación para sus colaboradores en la gestión comercial. Se puede observar cómo

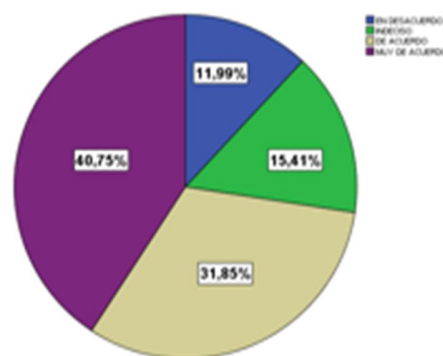
estas personas no están lo suficientemente actualizados en información y capacitación constantemente, disminuyendo las habilidades de comunicación y manejo de conflictos. El 31,8% están de acuerdo en que deben contar con un programa de capacitación ya que esto ayuda a solucionar problemas y poder tomar decisiones dentro de su negocio.

**10. ¿Considera Ud. que las ventas online han generado una disminución en sus ventas?**

**Tabla 10.- Conocimiento de Ventas en línea**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	35	12,0
INDECISO	45	15,4
DE ACUERDO	93	31,8
MUY DE ACUERDO	119	40,8
Total	292	100,0

**Gráfico 10.- Conocimiento de Ventas en línea**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

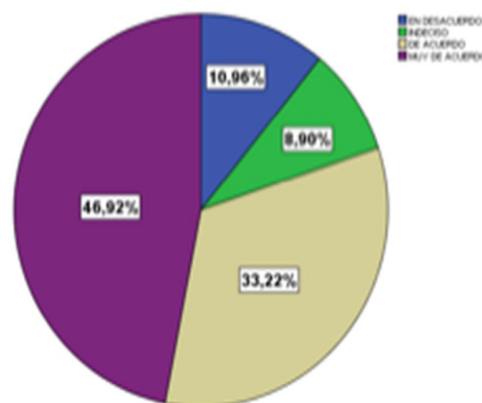
**ANALISIS:** Los datos arrojados nos muestra que el 40,8% de las personas opinan que están muy de acuerdo que las ventas online han generado una disminución en sus ventas mensuales, siendo estas ventas una competencia para los comerciantes que tienen sus puestos presentes en la Bahía, esta competencia tiene una serie de ventajas y desventajas pero depende de la fijación de estrategias que se plante el microempresario, para que sus clientes sean compradores fieles a ellos y no bajen sus ventas diarias. Un 31,8% están de acuerdo ante esta interrogativa, un 15,4 está indeciso, es decir, están conforme ante sus ingresos por ventas, y finalizando con un 12% que están en desacuerdo.

**11. ¿Considera como potenciales competidores a aquellos vendedores en línea que ofrecen servicio a domicilio?**

**Tabla 11.- Importancia del servicio a domicilio**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	32	11,0
INDECISO	26	8,9
DE ACUERDO	97	33,2
MUY DE ACUERDO	137	46,9
Total	292	100,0

**Gráfico 11.- Importancia del servicio a domicilio**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

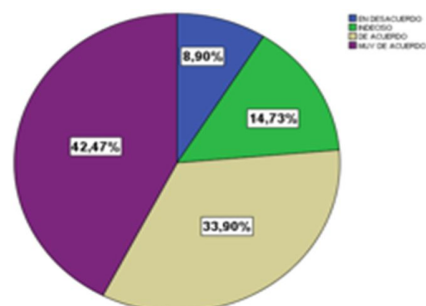
**ANALISIS:** Los encuestados respondieron de la siguiente manera: el 46,9% consideran potenciales competidores a aquellos vendedores en línea, el 33,2% los considera potenciales pero opinan que sus precios son más bajos, ya que es venta cara a cara y así los clientes aprovechan para pedir rebajas, el 11% están en desacuerdo ya que desconoce de las ventajas de las ventas online, esto es ausencia de capacitación ya que esto fue creado gracias a la tecnología, es decir, debe estar informado constantemente a que se enfrenta en su competencia y el 8,9 % están indecisos ya que ellos confían en sus potenciales técnicas e innovaciones que realizan cada vez para la fijación de clientes.

**12.** ¿Cree Ud. adecuado contar con medios para transmitir sugerencias o quejas con respecto a la calidad del servicio brindado por parte del negocio?

**Tabla 12.- Control de Calidad**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	26	8,9
INDECISO	43	14,7
DE ACUERDO	99	33,9
MUY DE ACUERDO	124	42,5
Total	292	100,0

**Gráfico 12.- Control de calidad**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*

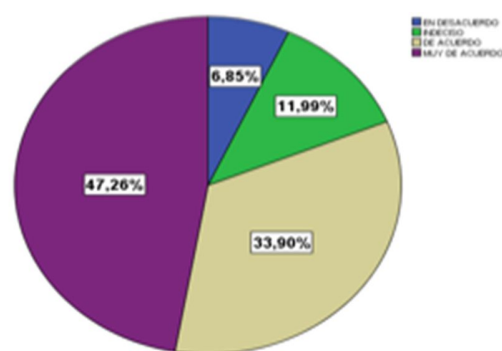
**ANALISIS:** Los resultados obtenidos demuestran que los encuestados opinan que el 42,5% está muy de acuerdo contar con medios para transmitir sugerencias o quejas con respecto a la calidad del servicio brindado por parte del negocio, brindando de esta manera a sus clientes confianza, seguridad, y ellos pueden ayudar a ver desde otra perspectiva de los errores o falencias con las que cuentan sin ellos darse cuenta, un 33,9% opina que están de acuerdo considerando como una herramienta que ayudaría a mejorar su servicio, mientras que un 14,7% están indecisos implementar una gestión en la que se tome en cuenta los criterios de los clientes y por último el 8,9% está en desacuerdo opinando que ellos no consideran esencial esta herramienta.

**13.** ¿Considera importante realizar actividades que le permitan conocer los deseos y necesidades de los clientes?

**Tabla 13.- Satisfacción de la clientela**

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	20	6,8
INDECISO	35	12,0
DE ACUERDO	99	33,9
MUY DE ACUERDO	138	47,3
Total	292	100,0

**Gráfico 13.- Satisfacción de la clientela**



*Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito*



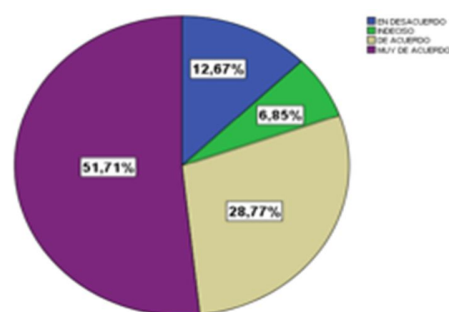
**ANALISIS:** Los resultados reflejados reflejan que el 47,3% de los encuestados opinan que están muy de acuerdo en que es importante realizar actividades que le permitan conocer los deseos y necesidades de los clientes, ya que de esta manera pueden saber cuales son las expectativas de los clientes sin antes presentar algún producto que no sea de su agrado, el 33,9% está a su vez de acuerdo, considerando las ventajas que tienen estas actividades, frente a un 12% se encuentra indeciso ante este tipo de actividades ya que no se arriesgan ante este tipo de funciones, y finalizando con un 6,8% que se encuentran en desacuerdo, observando que realizan sus labores de manera empírica.

14. ¿Desde su criterio, cree Ud. que es considerable implementar técnicas para mejorar la calidad de su servicio ofrecido para mantener clientes fieles y a su vez satisfechos?

Tabla 14.- Conocimiento de mejoramiento de la calidad

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	37	12,7
INDECISO	20	6,8
DE ACUERDO	84	28,8
MUY DE ACUERDO	151	51,7
Total	292	100,0

Gráfico 14.- Conocimiento de mejoramiento de la calidad



Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito

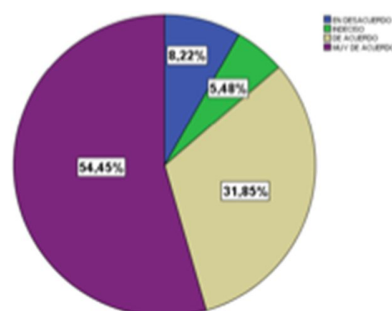
**ANALISIS:** Los datos obtenidos a través de las encuestas a los administradores de las PYMES, dicen que están muy de acuerdo implementar técnicas para mejorar la calidad de su servicio ofrecido, lo cual representa el 51,7% , lo cual estas personas están conscientes de que esto tendría como consecuencia clientes fieles y a su vez satisfechos, un 28,8% de los encuestados opinan que están de acuerdo ya que al estar implementando estas técnicas constantemente mejoraría su servicio e incluso genera más rentabilidad.

15. ¿Cuenta Ud. con la tecnología necesaria para aumentar el control y competitividad de su negocio?

Tabla 15.- Conocimiento de la tecnología

Válido	Frecuencia	Porcentaje
EN DESACUERDO	24	8,2
INDECISO	16	5,5
DE ACUERDO	93	31,8
MUY DE ACUERDO	159	54,5
Total	292	100,0

Gráfico 15.- Conocimiento de la tecnología



Elaborado por: Los Autores  
Fuente: Habitantes del cantón Naranjito

**ANALISIS:** Los resultados expuestos ante las interrogativas realizadas a los encuestados, demuestra que el 54,5% están muy de acuerdo que la tecnología es necesaria para aumentar el control y competitividad de su negocio, lo que quiere decir que están

conscientes de que la tecnología aporta grandes oportunidades y estrategias dentro del negocio, el 8,2% está en desacuerdo, en el que implica que no tienen conocimiento del uso de las tecnologías actualmente y eso impide las innovaciones dentro de los negocios, y el 5,5% está indeciso, lo que presenta que se sienten conformes y a la vez no con las estrategias de negocios que llevan a cabo.

## **CONCLUSIONES**

- El uso de estrategias innovadoras ha llevado a dado lugar a la creación de múltiples empleos, favoreciendo de este modo a la circulación de dinero dentro del Cantón y desarrollando un notable ascenso en el nivel socioeconómico sus habitantes. El desenvolverse correctamente dentro de un mercado cambiante y ambicioso ha ubicado a los comerciantes de la Bahía del Cantón Naranjito en una posición competitiva difícil de avasallar motivando al empresario a seguir desarrollando estrategias de fomento empresarial que incrementen sus utilidades.
- Como conclusión se obtuvo que para los comerciantes de la Bahía del Cantón Naranjito la incidencia del avance tecnológico, en sus ventas, es nula.
- El sector de la Bahía del Cantón Naranjito se ha venido caracterizando por su potente participación en el sistema económico del sector, dicha participación se refleja en la afluencia de clientes que a simple vista genera. La escases financiera de los pequeños empresarios es la principal adversidad a la que éstos se enfrentan al no poder invertir lo necesario en sistemas y programas que ayudarían a impulsar sus ventas. Pese a todo el apoyo que hoy en día tienen, las PYMES siguen desfavorecidas en ciertos aspectos con respecto a las grandes industrias.
- Se obtuvo que pese a la menguada cultura a favor de la capacitación que poseen los comerciantes de la Bahía del Cantón Naranjito relacionan su volumen de ventas con algún tipo de estrategia direccionada a la innovación. Se detectó interés por herramientas técnicas alegando necesitar hacer uso de las mismas para permanecer de manera competitiva en el mercado.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda implementar estrategias e innovaciones que impulsen a la sostenibilidad y desarrollo de la PYME, se debe tener presente que la innovación se transforma, y por lo tanto, es uno de sus elementos diferenciadores, y en un mecanismo de creación de valor que les permite ser más competitivas.

- Ofrecer a sus empleados motivaciones, teniendo conocimiento que una actividad desempeñada exitosamente, está respaldada por un grupo de empleados que presentan alta motivación, es por ello que una de las alternativas con las que pueden aumentar la motivación es capacitar a sus empleados, ya que estos pueden realizar modificaciones internas que sean más efectivas y también utilizar diferentes técnicas que promuevan la motivación.
- Deben estar actualizados en la información constante diariamente, ya que, aunque no sienten amenaza por parte de los vendedores en línea, es imprescindible tener técnicas que hagan que sus compradores no pierdan su fidelidad hacia ellos, ya que al ofrecer un mejor servicio al cliente tendrán permanencia en el mercado laboral.
- Se debe mejorar el desarrollo laboral interno de cada PYME, para mantenerse en la preferencia de los clientes fieles, la visión sobre el desarrollo económico local incorpora aproximaciones diferentes y enfoques a fin de mejorar las condiciones de vida de la población de ese territorio.
- Una de las herramientas que se recomienda a la Bahía del Cantón Naranjito es la gestión de la innovación, que comprende una serie de pasos e instrumentos, como la creatividad, para llegar a desarrollar ideas nuevas y exitosas que logran dar el empuje necesario para fortalecer estas trincheras, incluso para ganar la batalla.

## Bibliografía

Naranjito, G. a. (2020 de 2014). *Portal SNI*. Obtenido de PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL\\_2014\\_14-11-2014.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/PLAN%20DE%20DESARROLLO%20Y%20ORDENAMIENTO%20TERRITORIAL_2014_14-11-2014.pdf)

Moreno, Z., & Graterol, D. (2010). *Practica de responsabilidad social empresarial en la Pyme*. *Scielo* .

(2014). *CANTON NARANJITO*. SENPLADES.

Santillán, X. L. (17 de 06 de 2016). *UNA MIRADA A LA GLOBALIZACIÓN: PYMES ECUATORIANAS*. *EUMED* .

ORIANDI, P.

Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañòn, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España. *Redalyc* , 38-51.

Gallardo Vasquez, D., & Sanchez Hernandez, I. (2013). *Universia Business Review* .

Pérez Prieto, M. E. (2017). Consideraciones teóricas para el análisis de las pequeñas y medianas empresas como fuente de generación de empleo. *scielo* , 12.

Zuñiga Santillán, X., & Valero Camino, M. (2013). La gestión de calidad y su influencia en la competitividad alcanzada por las pymes del cantón Naranjito. *Universia Business Review* .

Gallardo Vázquez, D., & Sánchez Hernández, M. (2013). Análisis de la incidencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las microempresas y el papel de la innovación. *Universia Business Review* , 28.

Ecuador, P. N.-2. (2013). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/planes/plan-nacional-del-buen-vivir-2013-2017-de-ecuador>

Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>

Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación*. Sexta.

ANAHÍ, S. A. (2016).

CASTELLAN, J. G. (10 de MARZO de 2003). PYMES INNOVADORAS : CAMBIOS DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS. *REDALYC.ORG* , 10-33.