

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACÍON PREVIO A LA OBTENCION DEL TÍTULO DE INGENIEROS COMERCIALES

TEMA:

ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017.

AUTORES

CHACHA CHACHA ANGEL DAVID

CHELA TENELEMA LUIS JACOVO

DIRECTOR:

ING: RAMIRO JARAMILLO VILLAFUERTE. MBA

PARES ACADÉMICOS:

ING: ALEXANDRA ARGÜELLO

ING: CARLOS QUITO

GUARANDA – ECUADOR

AÑO 2017

A quienes interese:

ING: RAMIRO JARAMILLO VILLAFUERTE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que el proyecto de investigación titulado **"ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017"** de autoría de **CHACHA CHACHA ANGEL DAVID** con el número cedula Nº. **020185782-8 y CHELA TENELEMA LUIS JACOVO** con el número cedula Nº. **020234241-6** estudiantes de la carrera de **INGENIERIA COMERCIAL**. Reúnen los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el reglamento de titulación de la facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por lo tanto faculto a sus autores, para que continúen con los trámites legales pertinentes.

Guaranda 23 de Mayo del 2018

ING: RAMIRO JARAMILLO VILLAFUERTE. MBA
DIRECTOR

AUTORIA NOTARIADA

Nosotros Chacha Chacha Angel David C.I. 0201857828 y Chela Tenelema Luis Jacovo C.I. 0202342416 afirmamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingenieras Comerciales es inédito de nuestra autoría; y de derechos de propiedad intelectual sedemos a la Universidad Estatal de Bolívar, sobre el tema de investigación denominado: **ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017.**

Angel David Chacha Chacha
AUTOR

Luis Jacovo Chela Tenelema
AUTOR

NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA

ESCRITURA Nº 20180201004P01038

DECLARACIÓN JURAMENTADA

OTORGA:
ANGEL DAVID CHACHA CHACHA Y
LUIS JACOVO CHELA TENELEMA.

CUANTÍA: INDETERMINADA
Di 2 COPIA

En el Cantón Guaranda, Provincia de Bolívar, República del Ecuador, a los siete días del mes de junio del año dos mil dieciocho, ante mí **DRA. MSC. GINA LUCIA CLAVIJO CARRIÓN, NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA** comparecen con plena capacidad, libertad y conocimiento, a la celebración de la presente escritura. Los señores **ANGEL DAVID CHACHA CHACHA Y LUIS JACOVO CHELA TENELEMA**, por sus propios y personales derechos en calidad de OTORGANTES. Los comparecientes declaran ser de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, de estado civil casado y soltero, de ocupación bachiller y estudiante, domiciliados en la parroquia Guanujo y San Simón de este cantón Guaranda, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, a quien de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido sus documentos de identificación en base a la cual obtengo la certificación de datos biométricos del Registro Civil, mismo que agrego a esta escritura como documentos habilitantes. Advertido el compareciente por mí la Notaria de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinado que fue en forma aislada y separa de que comparece al otorgamiento de esta escritura sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, declara: Nosotros: **ANGEL DAVID CHACHA CHACHA Y LUIS JACOVO CHELA TENELEMA**, portadores de las cedulas de ciudadanía números cero dos cero uno ocho cinco siete ocho dos guion ocho y cero dos cero dos tres cuatro dos cuatro uno guion seis, que los criterios e ideas emitidos en el presente trabajo de investigación titulado "ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTON GUARANDA, PROVINCIA DE BOLIVAR, AÑO 2017". En el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales otorgado por la Universidad Estatal de Bolívar, a través de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela de Gestión Empresarial e Informática.- Es todo cuanto podemos declarar en honor a la verdad.- Para su otorgamiento se observaron los preceptos de ley y leída que le fue a los comparecientes íntegramente, por mí la Notaria, aquellos se ratifican en todas sus partes y firma conmigo en unidad de acto, incorporando al protocolo de esta Notaria la presente escritura de Declaración Juramentada, de todo lo cual doy fe.----------

SR. ANGEL DAVID CHACHA CHACHA.
C. C. 0201857828

SR. LUIS JACOVO CHELA TENELEMA.
C. C. 0262342416

DRA. MSc. GINA LUCIA CLAVIJO CARRION
NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA.

NOTARIA CUARTA DEL CANTÓN GUARANDA

NOTARIA 04 GUARANDA

DERECHOS DEL AUTOR DE INVESTIGACIÓN

Nosotros, **CHACHA CHACHA ANGEL DAVID** portador de la cédula Nº **0201857828** y **CHELA TENELEMA LUIS JACOVO** portador de la cédula Nº **0202342416** en calidad de autores del trabajo de investigación: **"ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017"**, lo cual presentamos como requisito para optar por el grado de Ingenieros Comerciales de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial E Informática, es producto de nuestra labor investigativa, así damos fe de que el mismo es totalmente original.

Asimismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

David Chacha

0201857828

Luis Chela

0202342426

APROBACION DEL TRIBUNAL

Tribunal	Fecha	Firma
Ing. Danilo Barreno	*23/05/2018*	.....
PRESIDENTE (A)		
Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte.	*23/05/2018*	.....
DIRECTOR		
Ing. Alexandra Argüello	*23/05/2018*	.....
PAR ACADÉMICO		
Ing. Carlos Quito	*23/05/2018*	.....
PAR ACADÉMICO		

DEDICATORIA

El presente proyecto le dedico a mi Dios y al Manuelito de Jesús por hacer cumplir mis sueños y por permitir un día más de mi vida; a mi abuelita Rosa Toapanta quien me ha dado las fuerzas para seguir adelante y los buenos consejos; a mis hermanos, hermanas; a mis padres Tomas Chacha y Rosario Chacha con mucho amor y cariño por apoyarme constantemente, hasta llegar a ser el primer profesional en la familia.

David Chacha

Este proyecto de investigación es dedicado a DIOS por darme fortaleza necesaria para cumplir mi objetivo y metas, a mis padres quienes me han dado el apoyo incondicional en los buenos y malos momentos para poder finalizar exitosamente la carrera, al mismo tiempo a mis hermanos, amigos que moralmente animaron en mis estudios.

Luis Chela

AGRADECIMIENTO

Al finalizar el presente trabajo de investigación quiero expresar mi sincero agradecimiento a la **Universidad Estatal de Bolívar "UEB",** por abrirnos las puertas para estudiar y culminar los estudios en la carrera Ingeniería Comercial, de la misma manera a todos los docentes quienes compartieron sus conocimientos en momento de la formación académica.

En especial a nuestro director del proyecto investigación: **Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte** quien supo dirigir con éxito el presente trabajo. Al mismo tiempo agradecemos a los pares académicos: **Ing. Alexandra Argüello**, **Ing. Carlos Quito** por habernos guiado en el proyecto de investigación

David Chacha

Luis Chela

ÍNDICE GENERAL

PORTADA----------**¡Error! Marcador no definido.**

CERTIFICADO DEL DIRECTOR ---------- II

AUTORIA NOTARIADA ---------- III

DERECHOS DEL AUTOR DE INVESTIGACIÓN ---------- V

APROBACION DEL TRIBUNAL ---------- VI

DEDICATORIA ---------- VII

AGRADECIMIENTO ---------- VIII

ÍNDICE GENERAL ---------- IX

ÍNDICE DE TABLAS ---------- X

ÍNDICE DE Y GRÁFICOS ---------- XI

RESUMEN EJECUTIVO ---------- XII

ABSTRACT ---------- XIII

INTRODUCCIÓN ---------- 1

REVISIÓN LITERARIA ---------- 2

MÉTODO ---------- 11

TIPOS DE INVESTIGACIÓN ---------- 12

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS ------- 13

MUESTRA ---------- 13

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS ---------- 15

RECOMENDACIONES ---------- 31

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA ---------- 32

APÉNDICES ---------- 34

ÍNDICE DE TABLAS

Encuesta aplicado a las PYMES del cantón Guaranda

Tabla N° 1 Constitución de la empresa ----------15
Tabla N° 2 Registro de la empresa. ----------16
Tabla N° 3 Característica de la empresa. ----------17
Tabla N° 4 Actividades de la empresa ----------17
Tabla N° 5 Ubicación de la empresa. ----------19
Tabla N° 6 Experiencia en el mercado empresarial. ----------20
Tabla N° 7 Organismos de control.----------21
Tabla N° 8 Apoyo de los organismos de control de cantón Guaranda ----------22
Tabla N° 9 Actividad comercial. ----------23
Tabla N° 10 Aceptación de productos ----------24
Tabla N° 11 Trabajadores en la empresa ----------26
Tabla N° 12 Competencia de la empresa ----------27
Tabla N° 13 Proveedores de la empresa ----------28
Tabla N° 14 Utilidad de la empresa. ----------29

ÍNDICE DE Y GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Constitución de la empresa----------15
Gráfico N° 2 Registro de la empresa----------16
Gráfico N° 3 Característica de la empresa.----------17
Gráfico N° 4 Actividades de la empresa ----------18
Gráfico N° 5 Ubicación de la empresa.----------19
Gráfico N° 6 Experiencia en el mercado empresarial. ----------20
Gráfico N° 7 Organismos de control. ----------21
Gráfico N° 8 Apoyo de los organismos de control de cantón Guaranda----------22
Gráfico N° 9 Actividad comercial.----------23
Gráfico N° 10 Aceptación de productos ----------25
Gráfico N° 11 Trabajadores en la empresa----------26
Gráfico N° 12 Competencia de la empresa----------27
Gráfico N° 13 Proveedores de la empresa----------28
Gráfico N° 14 Utilidad de la empresa.----------29

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación fue desarrollada con la finalidad de conocer el nivel de posicionamiento que existe en las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda, que actualmente no se ha dado ningún tipo de investigación referente a este tema. Teniendo en cuenta que se dieron los principales resultados en la investigación. Para esto nos trasladamos a diferentes lugares de las pequeñas y medianas empresas del Cantón Guaranda, logrando obtener un resultado de nivel participación y posicionamiento en el mercado, además la mayoría de las empresas legalmente constituidas es debidamente controlados por instituciones públicas: (SRI, MSP, GADCG, MAGAP) para ofrecer producto de calidad a los consumidores.

Además se utilizaron los tipos de investigación descriptiva, cualitativa, cuantitativa y del campo y exploratoria, se aplicaron las encuestas a las pequeñas y medianas empresas registradas en el Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO). Considerando que es primordial realizar esta investigación, para determinar un análisis de participación y posicionamiento dentro del mercado, de la misma manera las PYMES del Cantón Guaranda, genera plaza de trabajo a las familias del sector así mejorará el desarrollo económico de la sociedad.

De la información adquirida de las pequeñas y mediana empresas lo cual se determina que las empresas cuenta con un bien inmuebles propio, esto evita un gasto por arrendamiento, así obteniendo utilidad aceptable. También existe un alto porcentaje de competencias con micro, pequeñas y medianas empresas dentro de la localidad y fuera de la localidad. Para realizar análisis e interpretaciones, se determinó las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto, cumpliendo con los objetivos establecidos.

ABSTRACT

This research was developed with the purpose of knowing the level of positioning that exists in the small and medium enterprises of the Guaranda Canton, that at the moment there has not been any type of investigation related to this topic. Taking into account that the main results were given in the investigation. For this we move to different places of the small and medium enterprises of the Guaranda Canton, obtaining a result of participation level and positioning in the market, in addition most of the legally constituted companies are duly controlled by public institutions: (SRI, MSP, GADCG, MAGAP) to offer quality products to consumers.

In addition, the descriptive, qualitative, quantitative and field research and exploratory types were used; the surveys were applied to small and medium enterprises registered in the Ministry of Industry and Productivity (MIPRO). Considering that it is essential to carry out this investigation, in order to determine an analysis of participation and positioning within the market, in the same way the SMMs of the Canton of Guaranda generate jobs for the families of the sector, thus improving the economic development of society.

From the information acquired from small and medium enterprises, which determines that the companies have their own property, this avoids a lease expense, thus obtaining an acceptable profit. There is also a high percentage of skills with micro, small and medium enterprises within the locality and outside the locality. To carry out analyzes and interpretations, the conclusions and recommendations of the present project were determined, fulfilling the established objectives.

INTRODUCCIÓN

La elaboración del presente trabajo de investigación se encamina a desarrollar un estudio que conlleve a mayor posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda que actualmente no se ha dado ningún tipo de investigación sobre este tema. Teniendo en cuenta que se dieron los principales resultados en la investigación. Para esta investigación acudimos a deferentes lugares de las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda, logrando obtener un resultado de nivel de posición y posicionamiento en el mercado, además la mayoría de las empresas legalmente constituidas, son debidamente controladas por instituciones públicas: en el mercado con el fin de captar nuevos mercados, clientes a la vez incrementar ventas. Para esto en importante desarrollar estudios de la misma y otras fuentes que manifieste sobre las PYMES.

Las pequeñas y mediana empresa "PYMES" representa un gran importancia ya que genera empleos así contribuyendo el desarrollo económico. Además están sujetas a sufrir cambios sea internamente y externamente, es primordial que las empresas se desarrollen en una situación de mejora continua que le permita posicionar y mantener en el mercado con los productos.

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas "PYMES" en el cantón Guaranda en administrado por sus propios dueños, también debemos tomar en cuenta que en la actualidad los consumidores al adquirir los productos observa la calidad, cantidad, precio, la encuesta fueron levantada las PYMES legalmente constituidas, está la información que se tomó del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

REVISIÓN LITERARIA

¿Qué son las PYMES?

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales (SRI, Pymes, 2017)

"Usualmente se ha visto también el término Mi PYME (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa. La pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesario y por las limitaciones que impone la legislación Ecuatoriana en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa." (SRI, Pymes, 2017)

Las PYMES en el Ecuador

Según las investigaciones sobre las PYMES, desarrolladas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), estas empresas se caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, poca aplicación de la tecnología, baja división del trabajo, reducido

capital, baja productividad, mínima capacidad de ahorro y limitado uso de los servicios financieros y no financieros. (INEC, 2007).

Las PYMES contribuyen a dinamizar la economía nacional, debido a que sus costos de inversión son bajos, lo que además le permite enfrentar favorablemente los cambios del mercado.

La PYMES, se originan en su gran mayoría del patrimonio familiar, con el propósito de ser dueños de su propia empresa y de esta manera dejar de ser dependiente de una organización. En el Censo Nacional Económico 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC) se agrupa a las empresas por el número de personas que la conforman, así tenemos que, una micro empresa es aquella que está conformada entre 1 y 9 personas, se consideran empresas pequeñas las que tienen de 10 a 49 empleados, una empresa mediana estaría conformada desde 50 a 199 colaboradores y una grande por más de 200 empleados.

En el Ecuador, para el año 2011 la participación de las PYMES, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo INEC, representaban el 84,3 % del total de establecimientos y la gran industria el 15, 7 %; las PYMES ocupan al 37,7 % de los trabajadores y la gran industria el 62.3 %; las PYMES aportan el 13 % al Producto Interno Bruto y el aporte de la gran industria el 87 % al PIB. (Carvajal L. .., 2017)

Importancia

Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países. Los países de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) suelen tener entre el 70% y el 90% de los empleados en este grupo de empresas. Las principales razones de su existencia son:

- Pueden realizar productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más a productos más estandarizados.
- Sirven de tejido auxiliar a las grandes empresas. La mayor parte de las grandes empresas se valen de empresas subcontratadas menores para realizar servicios u operaciones que de estar incluidas en el tejido de la gran corporación redundaría en un aumento de coste.
- Existen actividades productivas donde es más apropiado trabajar con empresas pequeñas, como por ejemplo el caso de las cooperativas agrícolas.

Ventajas e inconvenientes

- La mayor ventaja de las PYMES es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes.
- Financiación. Las empresas pequeñas tienen más dificultad de encontrar financiación a un coste y plazo adecuados debido a su mayor riesgo.
- Empleo. Son empresas con mucha rigidez laboral y que tiene dificultades para encontrar mano de obra especializada. La formación previa del empleado es fundamental para éstas.
- Acceso a mercados internacionales. El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Desde las instituciones públicas se hacen esfuerzos para formar a las empresas en las culturas de otros países. (SRI, Pymes Ecuador, 2017)

Se conoce como pequeñas y medianas empresas porque es de vital importancia en el desarrollo económico en el país, y la mayor parte de los trabajadores pertenecen a estas empresas conocidas como PYMES, estas organizaciones trabajan de manera independiente ya que así lo considera adecuado.-En este tipo de empresas (PYMES) podemos efectuar cambios repentinamente si el caso lo amerita o de acuerdo a las necedades del mercado. (Chacha & Chela, 2017)

Las PYMES y su situación actual

Las micro, pequeñas y medianas empresas PYMES dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPYME1. Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional. (Aranque, 2012)

En el país cada vez se creciendo nuevas empresas formado por las familias, o grupos de jóvenes emprendedores, así generando nuevas plazas de trabajos, lo cual también nos permite el crecimiento del Producto Bruto Interno. Las PYMES es un motor fundamental para el crecimiento de la economía nacional en el cual aporta un tributo de acuerdo a los ingresos financieros en la empresa. (Chacha & Chela, 2017)

Las PYMES y su composición en la economía ecuatoriana.

La actividad de las PYMES es de gran relevancia en la economía ecuatoriana, es así como dentro del país existen más de 16 mil de estas organizaciones. (UIEM, 2013)

De acuerdo a las cifras que se manejan, se destaca el importante peso que tiene el sector comercial, que en su conjunto tiene un peso de 36,3% lo que al total de empresas se refiere y 41,3% en relación al total de ingresos de las PYMES.

Esta es una de las principales actividades en la economía ecuatoriana, especialmente en los últimos años debido al incremento del consumo y a los mejores ingresos de la población. Por otro lado, el segundo sector con mayor peso es el de los servicios (actividades de arquitectura e ingeniería, de asesoramiento empresarial, de investigación, informáticos, publicidad, entre otros) con un 15,7% de empresas frente al total y 13,1% de los ingresos. Las actividades de servicios son de gran relevancia dentro de las PYMES ya que pueden desarrollarse con menores niveles de inversión.

El tercer sector más importante es el manufacturero con un 10,8% de las PYMES y un 11,7% de sus ingresos. En este sector, las actividades maquinaria y equipos, así como la agroindustria, son las más importantes, con un peso de 2,1% y 1,8% frente al número de empresas, respectivamente. (UIEM, 2013)

PYMES, Emprendedores y Marketing

Hoy en día nadie cuestiona que el marketing es exactamente igual de importante en una empresa grande que en una pequeña. Incluso en los últimos años, y derivado del auge de internet unido al desempleo galopante, se han popularizado el marketing personal y el personal branding, que en muchos casos es el marketing propio de los emprendedores profesionales.

Ahora bien, no siempre ha sido así; durante mucho tiempo la PYME y los emprendedores han sido los grandes olvidados por el mismo sector del marketing. No obstante, eso sí, cada vez menos, aún se oyen comentarios desafortunados, a veces provenientes de la misma PYME (“esto no es para nosotros, es para los grandes”), o de ciertos sectores de la industria del marketing (“es que las PYMES no tienen ni idea”)

En la PYME, la orientación al cliente ha venido de la mano del carácter comercial del emprendedor que ha liderado el proyecto. Se ha depositado esta orientación en su intuición y olfato comercial. Su capacidad de liderazgo ha suplido el enfoque estratégico, la estructuración y el método.

En cuanto a la estrategia de branding, en la mayoría de los casos se ha limitado al proceso de diseño de los elementos formales de la marca. Se han dejado de lado fases necesarias del proceso de branding como la definición de la plataforma de identidad, la formulación de la proposición de valor o la definición del posicionamiento deseado. (Llopes Sancho, 2012)

Cuando hablamos de marketing, en la actualidad es igual e incluso de mayor importancia ya sea en las grandes, pequeñas, medianas o microempresas, que a través de ello pueden dar a conocer los productos a los consumidores de manera permanente. (Chacha & Chela, 2017).

La orientación de la empresa al cliente

Para aumentar nuestras posibilidades de éxito a la hora de fidelizar Clientes es básico orientar de forma decidida toda la empresa hacia el Cliente. Este hecho se debe acentuar todavía más en la PYME. El éxito de cualquier empresa dependerá de su capacidad para orientar de forma clara y decidida todas sus operaciones y actividades hacia sus clientes. De entender la orientación al cliente como una herramienta holística que impregne toda la organización en su conjunto.

Dentro de la orientación de la empresa al Cliente es fundamental entender la relación en el largo plazo, haciendo un planteamiento estratégico que mantenga a los Clientes haciendo negocios con la empresa durante muchos años.

Una empresa orientada al cliente es aquella en la que:

Todas las decisiones que se toman, en todas las áreas de la organización, se adoptan considerando sus repercusiones en los clientes. Valorando, en primer lugar, los intereses y las expectativas de los clientes.

Algunas claves para la PYMES

Para ello serán claves una serie de pautas que la organización tendrá que desarrollar y que facilitarán la tarea de fidelizar.

- La orientación de la compañía hacia el Cliente.
- La implantación de una política de marketing relacional.
- El desarrollo de continuas acciones que doten la relación de contenidos de valor.
- Tratar de generar un atractivo emocional para nuestros Clientes.
- Lo que falta se inventa.
- Creatividad e innovación para paliar los presupuestos ajustados en la pequeña empresa.
- Es importante apuntar también lo siguiente:
    - Fidelizar es establecer un diálogo continuo con el Cliente
    - Fidelizar es pensar a largo plazo y conocer a fondo a los Clientes.
    - Fidelizar es combinar los beneficios a corto plazo para el Cliente con beneficios a largo plazo.
    - Fidelizar es mezclar lo racional con lo emocional.
    - Fidelizar es buscar formas de aportar un mayor valor a nuestros

Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa

- Escuchar la voz del Cliente
- Recoger información fiable y gestionarla de la forma adecuada
- Personalizar la oferta y las comunicaciones del negocio
- Interactuar con el Cliente de forma continuada y proactiva.
- Invertir en los mejores Clientes
- Ofrecerles un marco que permita potenciar la relación haciéndola rentable para todas las partes. (Alcaide, 2013).

Se refiere que todas las pequeñas y medianas empresas deben tener su marca propia que represente a sus productos, ofreciendo cada vez los productos novedosos, lo cual es importante seguir innovando para atraer clientes nuevos. Además toda la pequeña y mediana empresa debe tener sus principios y valores para su atención, y tener una consolidación y comunicación entre ambas partes entre empresa y cliente. (Chacha & Chela, 2017

Empresa

Las empresas son la base de nuestro sistema económico. Producen los bienes y servicios que nos son necesarios y a la vez proporcionan a los trabajadores el dinero preciso para comprarlos.

Existen muchos tipos de empresa, dependiendo de su tamaño (pequeñas, medianas y grandes), su ámbito de actuación (locales, nacionales, multinacionales...) o según la actividad económica que desarrollen (empresas del sector primario, secundario o terciario).

Las empresas deben ser creadas de acuerdo con la legislación vigente.

La modalidad más sencilla es el empresario individual, que es simplemente una persona que realiza una actividad empresarial por su cuenta, por ejemplo el propietario de una tienda, o un profesional autónomo, como un electricista. Cuando la actividad empresarial es más compleja lo normal es constituir sociedades, mediante las cuales varias personas se unen para formar la empresa. (Guillermo, 2011)

Mercado

(Leyva., 2016)"Espacio donde se encuentra ofertantes y demandantes, tanto personas como empresas, grupos y/o individuos dispuestos a intercambiar dinero, viene y servicios para satisfacer sus necesidades como consumidores, compradores y clientes."(Pág. 54)

Posicionamiento de Mercado

El proceso de posicionamiento de mercado se inicia con la identificación y la selección de un mercado o segmento de éste, que represente un potencial de negocio, en el cual puedan ser identificados los competidores y para el cual

pueda ser divisada una estrategia de competición. Esto significa, de acuerdo con DiMingo ,"...saber lo que el mercado quiere y necesita, identificar fortalezas y debilidades de la propia empresa y de los competidores, así como desarrollar habilidades para alcanzar lo que el mercado demanda, de manera más eficiente que el de las empresas competidoras."

El posicionamiento psicológico, requiere que se forje una identidad distinta para la empresa o para el producto, tan próxima cuanto sea posible de los factores de posicionamiento de mercado. A partir de ello, serán usadas herramientas de comunicación (propaganda, relaciones públicas, local de venta, etc.) para transformar la expectativa en decisión de compra.

Por lo tanto, el posicionamiento estratégico o el verdadero posicionamiento, conforme es resaltado por DiMingo, resulta de la integración y de la acción conjunta de dos procesos:

Proceso de Posicionamiento de Mercado, en que la empresa establece la posición deseable bajo las condiciones reales de su ambiente competitivo.

Proceso de Posicionamiento Psicológico, cuando la empresa define la forma de comunicación de esa posición hacia el mercado. (Gouvea, 2010)

El Posicionamiento de Productos

En general, los productos poseen una serie de características o atributos que hacen valiosos para satisfacer las necesidades del consumidor. Normalmente estos atributos son específicos de cada categoría de producto. Además, esto atributos no tiene la misma importancia cuando en consumidor realiza su elección, e incluso los diferente segmentos del mercado valoran de forma distinta estos atributos. (Ana, 2010)

Comportamiento de Consumidor

Un comprador es alguien esta potencialmente deseoso y capacitado para comprar. Según los motivos de los compradores, y no de las características del producto, podemos considerar tres tipos de clientes:

- ✓ **Consumidores directos:** son individuos o familiares que compra para su uso personal.

- ✓ **Productores:** constituido por persona o entidad que compran con el propósito de elaborar alguna oferta.
- ✓ **Intermediarios:** individuos u organizaciones que adquiere los productos para venderlos. (Alejandro, 2013)

Marketing Mix para PYMES

Producto.- un producto es cualquier "cosa" que se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que alcanzara a satisfacer un deseo a una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o combinaciones de estas entidades. (Holquín., 2012)

Precio.- es la cantidad de dinero que se cobra para adquirir en intercambio un producto y los servicios que lo acompaña. En otras palabras es el valor que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o el servicio. (Holquín., 2012)

Distribución Comercial.- Se trata de la tercera herramienta de la mezcla de marketing que consiste que consiste en todas aquellas actividades y de cisiones que desarrolla la empresa para lograr la transferencia de los productos que elabora como llevándolos desde el lugar de origen hasta su lugar de consumo o de uso definitivo, no siendo significativo el número de intermediarios que intervenga. (Holquín., 2012)

Publicidad.- Es un elemento de comunicación que sirve para vender a un público en general. También se considera como un conjunto de actividades en que los semejan visuales y orales van dirigido al público seleccionados con el fin de informarles e influirles para adquieran los productos, o bien, para que obren a se sientan inclinados favorablemente hacia ideas, personas, marcas de fábrica o instituciones. (Holquín., 2012).

Los Clientes

(Kerberg., 2012) Manifiesta "Los clientes son pieza central en esta rompecabezas. Son la principal fuente de ingreso de las compañías y los que determinan, en gran medida, el éxito o fracaso de un negocio." (Pg.25)

MÉTODO

Un método puede definirse como un arreglo ordenado, un plan general, una manera de emprender sistemáticamente el estudio de los fenómenos de cierta disciplina. En el sentido filosófico, el método es la manera de reproducir en el pensamiento el objeto que se estudia.

También podemos decir que el método es el conjunto de procedimiento lógico a través de los cuales se plantean los problemas científicos y se ponen a prueba las hipótesis y los instrumentos de trabajos utilizados. (Flores., Metodología de la Investigacíon, 2013)

MÉTODO DEDUCTIVO

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generados para obtener explicaciones particulares, el método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Benal C. , 2010)

Lo cual este método nos permite analizar todas las PYMES existentes en Guaranda a cerca de posicionamiento que existen, posteriormente analizaremos a cada uno de ellos para llegar a una conclusión definitiva.

MÉTODO INDUCTIVO

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones que parten de los hechos particulares aceptados como valides, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (Benal & Cesar, 2010)

Este método es muy importante para analizar el posicionamiento que existe en el mercado de cantón Guaranda a cada una de las PYMES, teniendo como resultado de una investigación global referente al posicionamiento.

TIPOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo utilizaremos los siguientes métodos que nos permitirá a conocer el posicionamiento de las PYMES del Cantón Guaranda de esta manera lo realizaremos una investigación previa.

INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (Sampieri H. , Metodologia de la Investigación, 2014)

INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La investigación documental consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, deferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objetivo estudio. (Bernal & Cesar, 2010)

En el cual este método le sirve para recopilar la información acerca del posicionamiento de las PYMES en los libros, y páginas de internet, para tener una investigación más profunda.

INVESTIGACIÓN DEL CAMPO

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. (Arias, 2012)

Esta investigación nos permitió para recopilar información, aplicando las encuestas para determinar el nivel de posicionamiento de las PYMES del cantón Guaranda

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

(Bernal., 2006)Afirma. "Se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado. Este método tiende a generalizar y normaliza resultados" (pg.57)

Por medio de esta investigación realizaremos una recopilación de información mediante encuestas para determinar el posicionamiento de las PYMES del Cantón Guaranda.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

Utilizamos las siguientes técnicas para recopilar la información establecida

ENCUESTAS

(Torres, 2010). Es una de las técnicas de recopilación de información más usada, a pesar de que cada vez que pierda mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta de fundamenta en un cuestionario o conjunto de pregunta que se prepara con el propósito de obtener información de las personas. (Pág. 194)

En la presente investigación realizamos las encuestas a las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda, esta investigación está orientada para determinar el posicionamiento en los mercados.

POBLACIÓN

(Lucio, 2010). Afirma. "Conjunto de todos los individuos (personas, objetos, animales etc.) que porten información sobre el fenómeno que se estudia. Representa una colección completa de elementos (sujetos, objetos, fenómenos o datos) que poseen algunas características comunes. Es el conjunto de elementos más grande del cual se puede tomar una muestra representativa para el experimento científico". (Pág. 95)

MUESTRA

(Sampieri H. , 2014) Manifiesta que: La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Pág. 175)

Por lo tanto en el Cantón Guaranda existen un total de 9 pequeñas y medianas empresas (PYMES), registradas en Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO) consideramos que **NO** es necesario aplicar la fórmula del tamaño de la muestra, sino aplicar en su totalidad de las PYMES del Cantón.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Encuesta Aplicada A Las PYMES Del Cantón Guaranda

Tabla N° 1 Constitución de la empresa

¿Su empresa está legalmente constituida?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Su empresa está legalmente constituida?

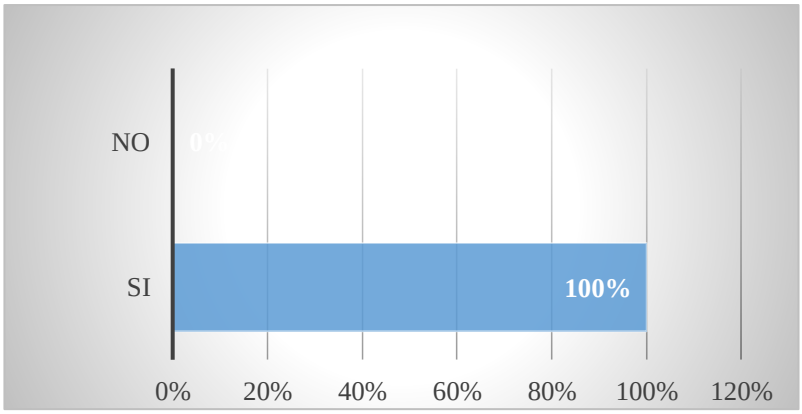


Gráfico N° 1 *Constitución de la empresa*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Dentro de las demostraciones en el presente gráfica podemos observar que las pequeñas y medianas empresas están legalmente constituidas en su totalidad de acuerdo a la ley y reglamentos establecidos. Se determina con un porcentaje de 100% de legalización cumpliendo con el requisito pertinente.

Tabla N° 2 Registro de la empresa.

¿Su empresa está registrada en la Cámara de Comercio de Guaranda?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EN TRAMITE	0	0%
SI	9	100%
NO		0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Su empresa está registrada en la Cámara de Comercio de Guaranda?

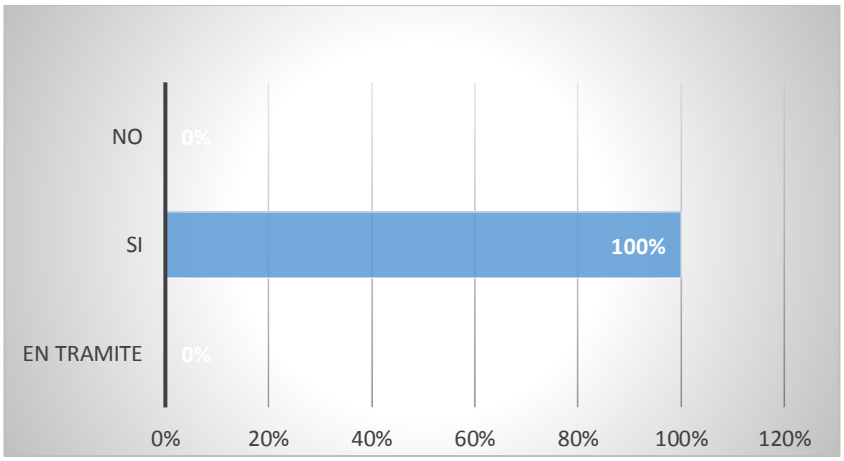


Gráfico N° 2 *Registro de la empresa*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Podemos decir en su totalidad de las PYMES se encuentran registradas en la cámara de comercio de Guaranda. Es decir el 100% de las empresas estarán registradas esto permite que las pequeñas y medianas empresas realicen sus actividades en su total normalidad.

Tabla N° 3 Característica de la empresa.

¿De acuerdo a las características su empresa es?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PEQUEÑAS	8	89%
MEDIANAS	1	11%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

.

¿De acuerdo a las características su empresa es?

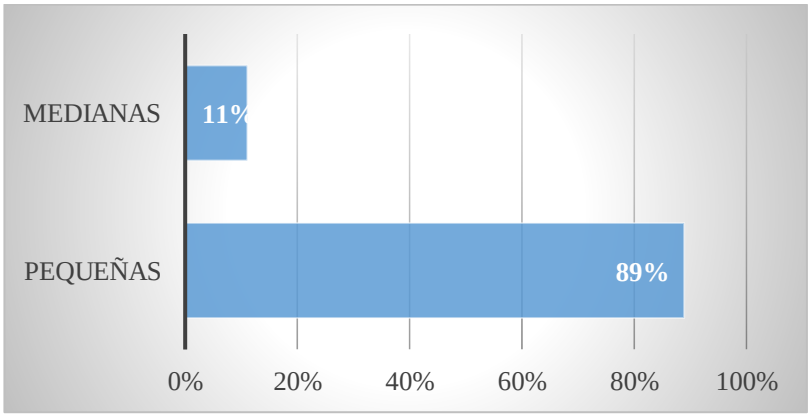


Gráfico N° 3 *Característica de la empresa.*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Al analizar el gráfico hemos observado que las PYMES del Cantón Guaranda el 89% están formadas como pequeñas empresas, el 11% de las PYMES encuestados realiza sus actividades como medianas empresas formado por familias padres e hijos y los jóvenes emprendedores.

Tabla N° 4 Actividades de la empresa

¿Para el desarrollo de sus actividades su empresa se lo hace en?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LOCAL PROPIO	8	89%
LOCAL ARRENDADO	1	11%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Para el desarrollo de sus actividades su empresa se lo hace en?

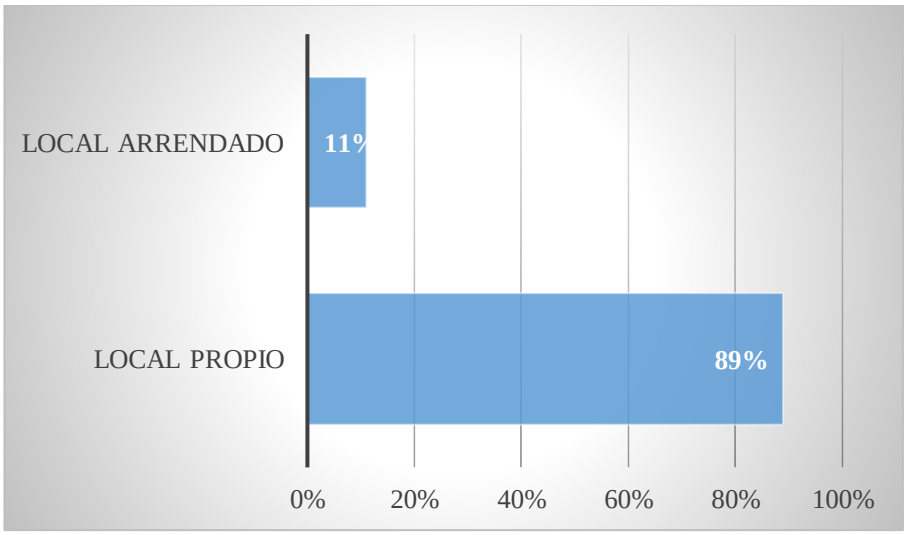


Gráfico N° 4 *Actividades de la empresa*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

De acuerdo al gráfico nos da a conocer que el 89% de las PYMES de Cantón Guaranda realizan sus actividades en el local propio, y un mínimo porcentaje de encuestados lo realizan en el local arrendado, tanto como sector rural y urbano. Debido al aparente ahorro que tiene una ganancia estable al no pagar un arriendo, por realizar sus actividades en locales propios.

Tabla N° 5 Ubicación de la empresa.

¿El lugar de ubicación de su empresa es?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ADECUADO	1	11%
ADECUADO	7	78%
MEDIO ADECUADO	1	11%
POCO ADECUADO	0	0%
NO ADECUADO	0	0%
TOTAL	**9**	**100%**

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿El lugar de ubicación de su empresa es?

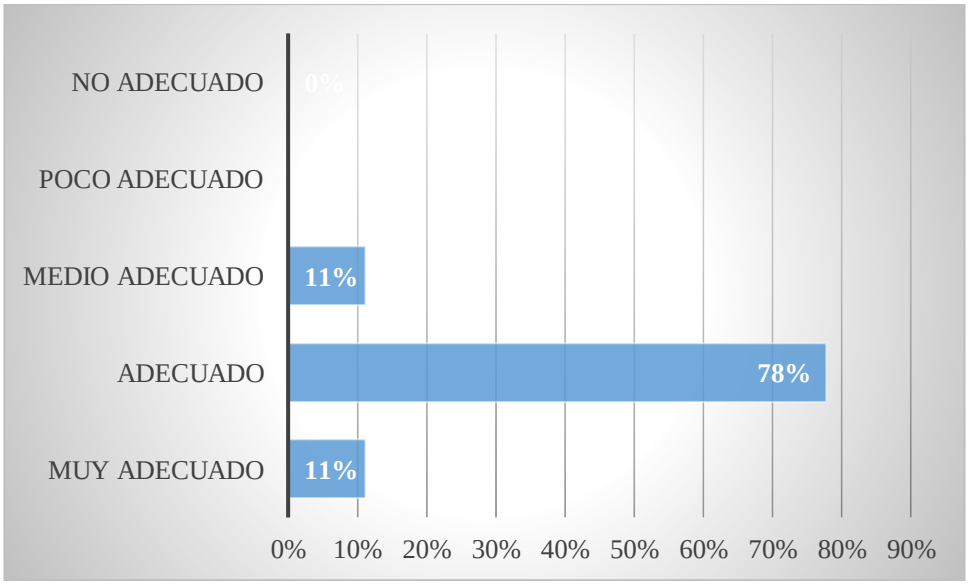


Gráfico N° 5 *Ubicación de la empresa.*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

De la misma forma observamos en el gráfico el 78% de las empresas su ubicación es adecuada, y el 11% muy adecuado debido a la infraestructura y flujo de clientes que visitan a las empresas. Que las pequeñas y medianas empresas tienen una adecuada ubicación lo que posibilita el buen funcionamiento y su mantención en el mercado.

Tabla N° 6 Experiencia en el mercado empresarial.

¿Cuál es la experiencia en el mercado?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENOS DE 1 AÑO	0	0%
1 A 5 AÑOS	1	11%
5 A 10 AÑOS	2	22%
MAS DE 10 AÑOS	6	67%
TOTAL	**9**	**100%**

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Cuál es la experiencia en el mercado?

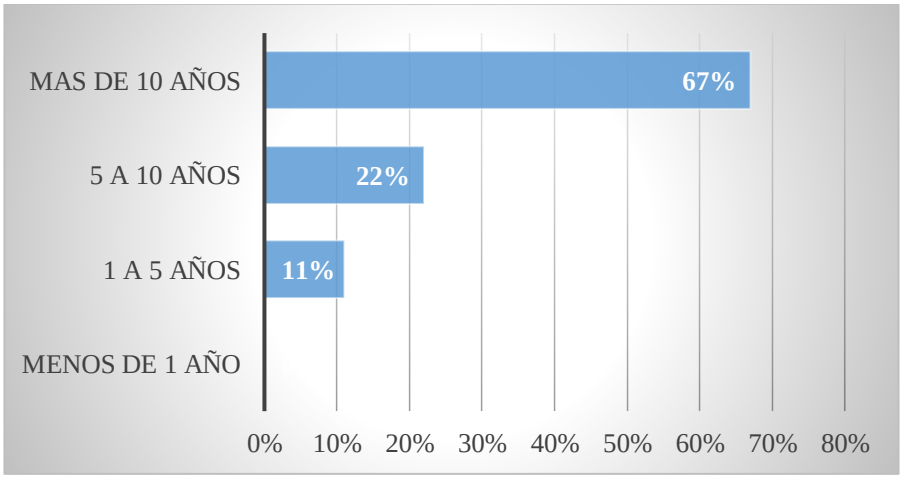


Gráfico N° 6 *Experiencia en el mercado empresarial.*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

En el gráfico se evidencia claramente que el 67% de las pequeñas y medianas empresas cubren de tres a cinco años de vida, que vienen desarrollando sus actividades con fines de lucro, seguido con un porcentaje de 22% vienen realizando actividades más de cinco años, mientras tanto un 11% se vienen desarrollando actividades uno dos años en el mercado, por último el 0% de empresas están en el mercado menos de un año. Se puede ver claramente que las pequeñas y medianas empresas tiene su vida de más de 10 años en funcionamiento en el mercado.

Tabla N° 7 Organismos de control.

¿Las visitas por parte de los organismos de control a su empresa es?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	7	78%
A VECES	2	22%
CASI NUNCA	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	**9**	**100%**

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Las visitas por parte de los organismos de control a su empresa es?

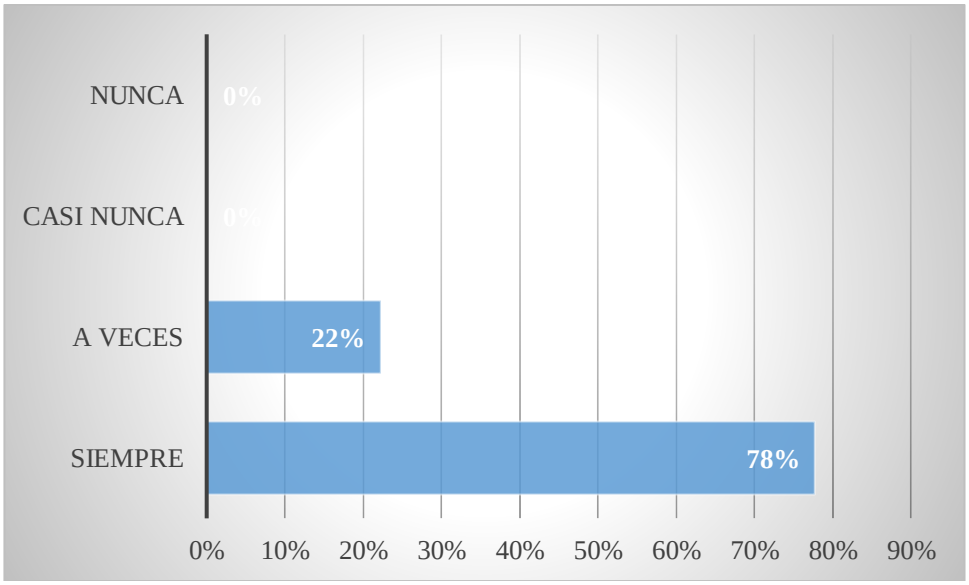


Gráfico N° 7 *Organismos de control.*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

De acuerdo al gráfico hemos determinado el 78% de las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda, tiene visitas, siempre por parte de los organismos de control, y el 22% de las PYMES no cuenta con ninguna visita. Que las pequeñas empresas siempre están supervisadas y por tanto controladas por los organismos de control lo que hace entender que están asesoradas adecuadamente para que cumplan con las obligaciones tributarias y les permita avanzar sin problemas legales.

Tabla N° 8 Apoyo de los organismos de control de cantón Guaranda

¿El apoyo que recibe de los organismos gubernamentales del Cantón Guaranda es?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY FRECUENTE	0	0%
MEDIANAMENTE	1	11%
POCO FRECUENTE	1	11%
NO EXISTE	7	78%
TOTAL	**9**	**100%**

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿El apoyo que recibe de los organismos gubernamentales del Cantón Guaranda es?

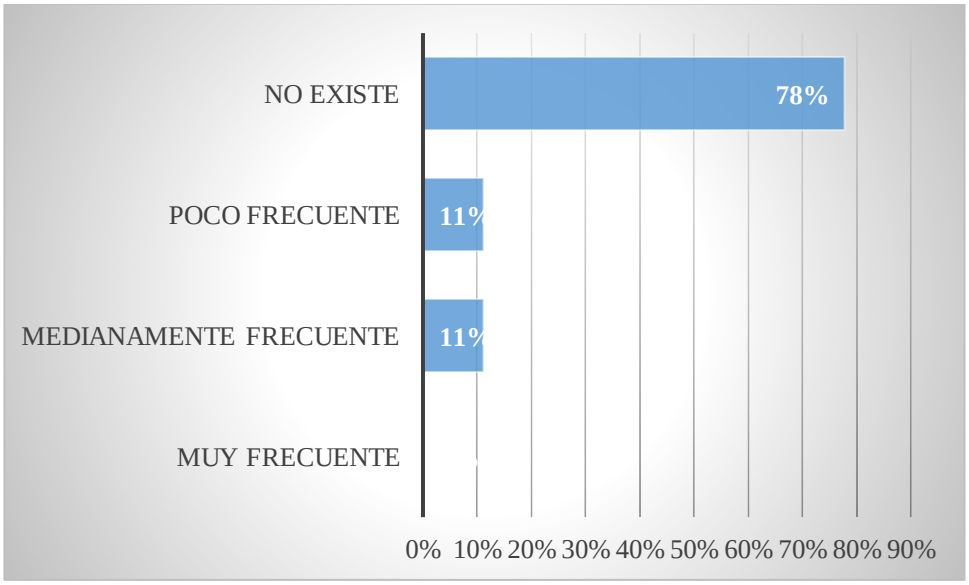


Gráfico N° 8 *Apoyo de los organismos de control de cantón Guaranda*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

De acuerdo al gráfico nos indica que el 78% no existe ningún tipo de apoyo por parte de los organismos gubernamentales, y el 11% de empresas tiene un mínimo apoyo esto provoca un desinterés por parte de los mismo, de todas las empresas encuestadas un 11% recibe constantemente en apoyo necesario. Los organismos de gubernamental poco o nada han hecho en las PYMES del cantón Guaranda, por lo tanto no tiene un apoyo a las empresas privadas por parte de las instituciones.

Tabla N° 9 Actividad comercial.

¿Qué día o días de la semana son de mayor intensidad comercial en su empresa?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LUNES	2	22%
MARTES	0	0%
MIÉRCOLES	2	22%
JUEVES	0	0%
VIERNES	1	11%
SÁBADO	4	44%
DOMINGO	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Qué día o días de la semana son de mayor intensidad comercial en su empresa?

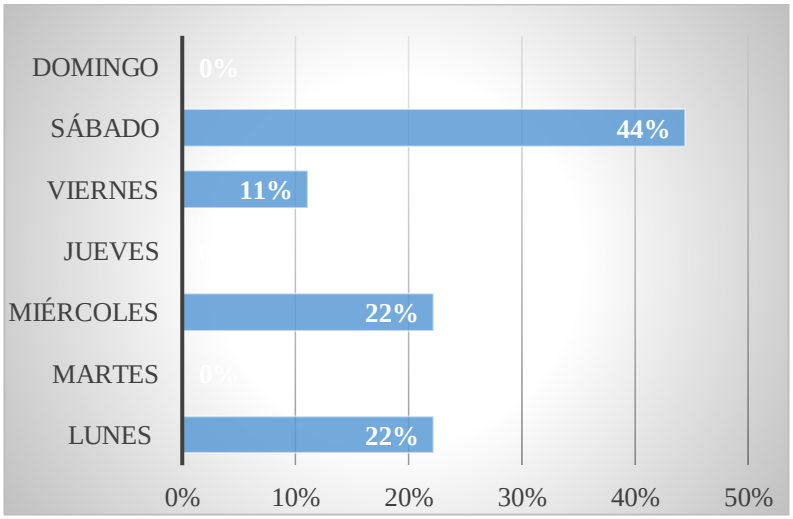


Gráfico N° 9 *Actividad comercial.*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Cada ciudad del país tiene su fortaleza de convocar para realizar sus actividades comerciales, por lo que vemos según nuestro trabajo de investigación que mejor desarrollo comercial se encuentran los días lunes, miércoles, viernes, sábados de la semana. La evaluación de productividad agroindustrial se ve reflejado en mayor

movimiento económico los días sábados donde existen ofertas y demandas de los productos con mayor proporción.

Tabla N° 10 Aceptación de productos

¿La aceptación que tiene sus clientes de los productos que ofrece su empresa es?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ALTA	0	0%
ALTA	8	89%
REGULAR	1	11%
BAJA	0	0%
MUY BAJA	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿La aceptación que tiene sus clientes de los productos que ofrece su empresa es?

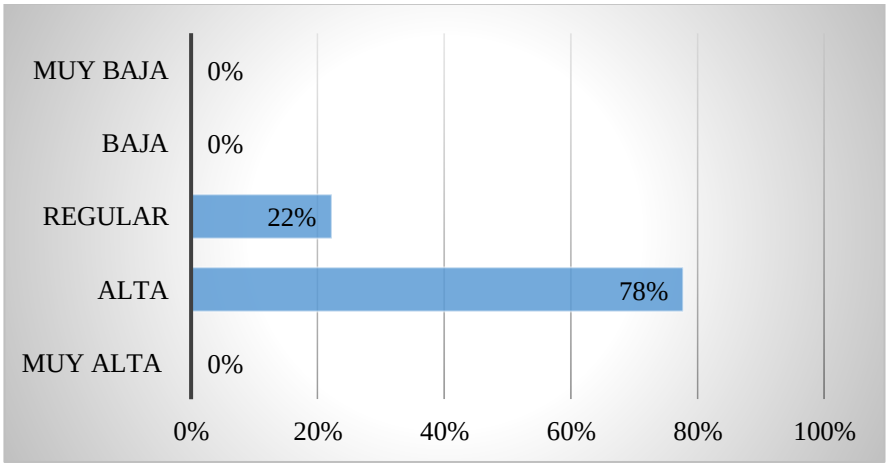


Gráfico N° 10 *Aceptación de productos*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Todo desarrollo económico promueve la oferta y la demanda, por lo tanto mientras las empresas oferten un buen producto tendrá la satisfacción de los clientes. De acuerdo a la investigación existe un alto porcentaje aceptación de los productos, además los clientes se ve fortalecido por el poder adquisitivo de la moneda que es el dólar, que es un medio elemental para adquirir los productos que satisface las necesidades de consumidor.

Tabla N° 11 Trabajadores en la empresa

¿En su empresa número de trabajadores es?

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 HASTA 49 EMPLEADOS	8	89%
50 HASTA 100 EMPLEADOS	1	11%
100 A 200 EMPLEADOS	0	0%
MAS DE 200 EMPLEADOS	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿En su empresa número de trabajadores es?

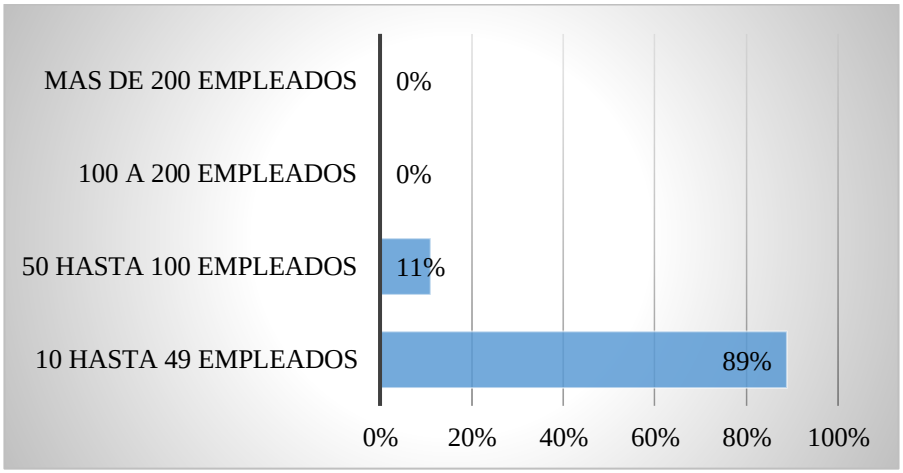


Gráfico N° 11 *Trabajadores en la empresa*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Las actividades laborales en las PYMES en el cantón Guaranda el 89% cuentan con 10 a 49 empleados, y el 11% tiene 50 a 100 empleados. Esto significa que la mayoría dispone, de diez a cuarentainueve empleados caracterizando como pequeñas empresas, como lo demuestra en la investigación levantada, que en las PYMES existan oportunidades de un mercado laboral para la población

Tabla N° 12 Competencia de la empresa en el mercado

¿El nivel de competencia de su empresa en el mercado es?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY ALTA	2	22%
ALTA	5	56%
MEDIO	2	22%
BAJA	0	0%
MUY BAJA	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿El nivel de competencia de su empresa en el mercado es?

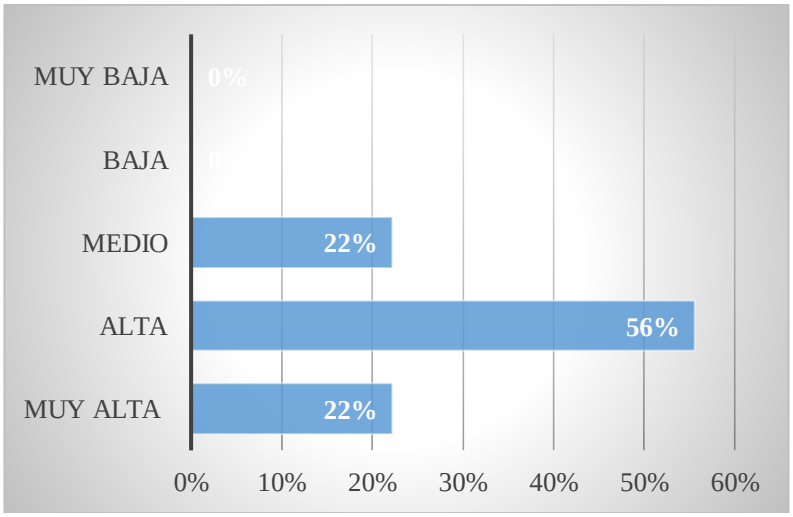


Gráfico N° 12 *Competencia de la empresa en el mercado*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Según los encuestados de las PYMES el nivel de competencia en el mercado es alta, esto permite una estrategia de mejora para atraer a los consumidores, con el afán de satisfacer sus necesidades de los clientes .Cuando hablamos de la oferta y la demanda vemos que el producto que ofrece en la ciudad de Guaranda es de consumo de productos de la canasta familiar, por lo tanto existe un mayor porcentaje de competencia con las microempresas dentro y fuera de la provincia.

Tabla N° 13 Proveedores de la empresa

¿Los proveedores de su negocio son?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE LOCALIDAD	3	33%
FUERA DE LOCALIDAD	6	67%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿Los proveedores de su negocio son?

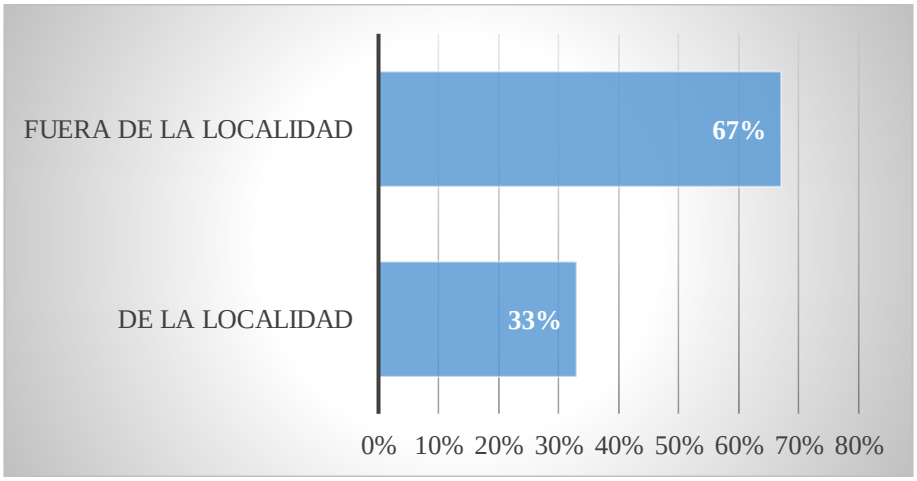


Gráfico N° 13 *Proveedores de la empresa*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

El presente gráfico demuestra el 67% de los proveedores es de fuera de localidad, y el 33% de proveedores es de la localidad. Así arroja los resultados de la encuesta que los proveedores en su mayoría son de afuera de la ciudad, tomando en cuenta los precios, calidad, promoción la marca que los distribuidores abastecen según la necesidad a la ciudadanía a través de sus PYMES.

Tabla N° 14 Utilidad de la empresa.

¿La utilidad que genera su empresa a su criterio es?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	1	11%
ACEPTABLE	8	89%
BAJA	0	0%
MUY BAJA	0	0%
TOTAL	9	100%

Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

¿La utilidad que genera su empresa a su criterio es?

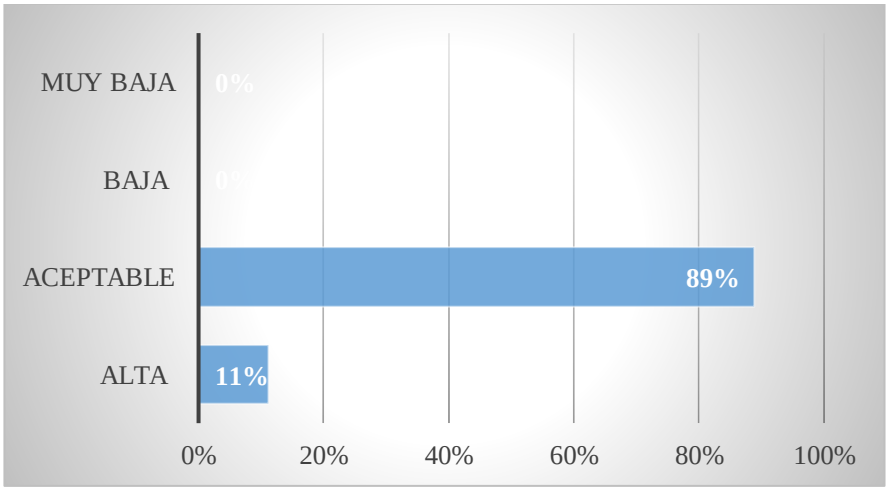


Gráfico N° 14 *Utilidad de la empresa.*
Fuente: *Encuesta aplicado a las PYMES del Cantón Guaranda.*
Realizado por: *David Chacha, Luis Chela.*

Análisis e interpretación

Según la información levantado en las PYMES de cantón Guaranda el 89% utilidad aceptable, y el 11% utilidad alta, esto permite conocer en verdad de su rendimiento económico aceptable. Toda empresa legalmente constituida tiene como objetivo fundamental, generar un rendimiento económico conocido como utilidad, en mismo que las empresas tiene la obligatoriedad de capitalizar sus utilidades para fortalecer su posicionamiento en el mercado.

CONCLUSIONES

Una vez realizado la investigación del posicionamiento de las PYMES en el mercado procedemos las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- ✓ En este proyecto se logró diagnosticar el nivel del posicionamiento de las PYMES existentes en el cantón Guaranda, esto les permite contar con una rentabilidad aceptable enfrentando los desafíos económicos que se presentan, aun así existen ciertas falencias que es necesario ser organizados, y más participes en el mercado local nacional.

- ✓ En la investigación se comprobó que las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda presentan un margen de utilidad rentable, por la aceptación de los productos, también las PYMES están legalmente constituidas y registrados en el (MIPRO) dando así, cumplimiento a las normas establecidas por la ley, además existe control por organismos competentes, por ende sus actividades lo realizan en su total normalidad.

- ✓ Las pequeñas y medianas empresas vienen realizando sus actividades comerciales desde hace varios años atrás en el mercado esto permite obtener experiencia para evitar fracasos al futuro. Las autoridades gubernamentales de la localidad, poco o nada han hecho para fortalecer el crecimiento de las PYMES, en su mayoría son empresas pequeñas y competitividad con las micros empresas de la localidad.

RECOMENDACIONES

- ✓ Qué las empresas tiene la facultad de tener una estrategia adecuada para cada producto, y realizar constantemente la investigación en los mercados locales.

- ✓ Cada empresa debe conocer en el entorno el desarrollo económico, así identificar la problemática que existe para tomar nuevos mecanismos y estrategias para el producto, que los clientes consuman lo nuestro.

- ✓ Los organismos gubernamentales pongan más interés de ayudar a las pequeñas y medianas empresas del cantón Guaranda, para abrir nuevos mercados a nivel local y nacional.

- ✓ Apoyo por parte de las autoridades del cantón Guaranda para un mejor posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas, con el fin de mejorar sus negocios a través convenios con las grandes empresas, que permite abrir nuevos mercados a nivel local, nacional e internacional.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFÍA

Alcaide, J. C. (ABRIL de 2013). *Marketing & PYMES*. Recuperado el 20 de 09 de 2017, de http://www.marketingyPYMESebook.com/wp-content/uploads/2013/04/MARKETING-Y-PYMES.pdf

Alejandro, S. (2013). Comportamiento de Consumidor. Bogotá: Primera Edición.

Ana, C. (2010). introduccion al marketing. alicate: club universitario.

Aranque, W. (ENERO de 2012). *La PYMES y su Situacion Actual.* Recuperado el 12 de 09 de 2017, de http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/Las_PYME_y_su.pdf

Arias, F. (2012). Proyecto de Investigación. Carácas.

Benal, & Cesar. (2010). Metodología de la Investigación. Bogotá.

Benal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Bogotá.

Bernal, & Cesar. (2010). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación.* Bogotá.

Bernal, C. (2006). En *Metodología de la Investigación* (pág. 57). MEXICO.

Bernal., C. (2006). En *Metodología de la Investigación* (pág. 57). México.

Carvajal, C. G. (2017). LA IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR. *Revista Observatorio de la Economía*, 10-11.

Chacha, D., & Chela, L. (2017). Guaranda.

Gouvea, M. (2010). Marketing Estrategico. Brasil: Saraiva.

Guillermo, R. (2011). La Empresa y su Entorno. Barcelona: Prisa.

Holquín., M. (2012). Fundamentos de Marketing. Bogotá.

Kerberg., A. (2012). Marketing para Emprendedores.

Leyva., A. (2016). Marketing en Esencia Gestiona tu Marca Personal Profesional y Empresarial.

Llopes Sancho, E. (Mayo de 2012). *estrategias de marketing.* Recuperado el 13 de 09 de 2017, de Claves de Marketing para PYMES y Emprendedores: http://www.garrigosyllopis.com/documents/publications/Claves-de-marketing-para-PYMES-y-emprendedores.-M-V-abril-2012-2012-05-08-10-09-16.pdf

Lucio, Q. (2010). Metodología de la Investigación. Lima.

SRI. (2017). PYMES. Quito.

SRI. (2017). PYMES. Quito: Libresa.

SRI. (2017). PYMES Ecuador. Quito.

Torres, B. (2010). Metodología de la Investigación. Bogotá.

UIEM. (Octubre de 2013). *PYMES Contribucion Clave en la Economia*. Recuperado el 12 de 09 de 2017, de http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=2476

APÉNDICES

ANEXO 1

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ENCUESTA SOBRE EL POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTÓN GUARANDA.

Objetivo: Esta encuesta es dirigida a las PYMES del cantón Guaranda con la finalidad de conocer el nivel de posicionamiento en el mercado competitivo.

1. **¿Su empresa está legalmente constituida:**
   - Formalmente ☐
   - Informalmente ☐
2. **¿Su empresa está registrada en la Cámara de Comercio de Guaranda?**
   - En trámite ☐
   - Si ☐
   - No ☐
3. **¿De acuerdo a las características su empresa es?**
   - Pequeña ☐
   - Mediana ☐
4. **¿Para el desarrollo de su actividades su empresa lo hace en?**
   - Local propio ☐
   - Local arrendado ☐
5. **¿El lugar de ubicación de su empresa es?**
   - Muy adecuado. ☐
   - Adecuado ☐
   - Medio adecuado. ☐
   - Poco adecuado ☐
   - No adecuado. ☐
6. **¿Cuál es la experiencia en el mercado?**
   - Menos de un año ☐
   - 1 a 2 años ☐
   - 3 a 5 años ☐
   - Más de 5 años ☐

7. **¿El apoyo que recibe organismos gubernamentales del cantón Guaranda es?**

   Muy frecuente ☐
   Medianamente frecuente ☐
   Poco frecuente ☐
   No existe ☐

8. **¿Existen visitas por parte de los organismos gubernamentales a su empresa?**

   Siempre ☐
   A veces ☐
   Casi Nunca ☐
   Nunca ☐

9. **¿Qué día o días de la semana son de mayor intensidad comercial en su empresa?**

   Lunes ☐
   Martes ☐
   Miércoles ☐
   Jueves ☐
   Viernes ☐
   Sábado ☐
   Domingo ☐

10. **¿La aceptación que tiene sus clientes de los productos que ofrece su empresa es?**

    Muy alta ☐
    Alta ☐
    Regularmente ☐
    Baja ☐
    Muy baja ☐

11. En su empresa número de trabajadores es

10 a 49 empleados ☐

50 a 100 empleados ☐

100 a 200 empleados ☐

Más de 200 empleados ☐

12. ¿El nivel de competencia de su empresa en el mercado es?

Muy alta ☐

Alta ☐

Medio ☐

Baja ☐

Muy baja ☐

13. ¿Los proveedores de su negocio son?

De localidad ☐

Fuera de la localidad. ☐

14. ¿La utilidad que genera su empresa a su criterio son?

Alta ☐

Aceptable ☐

Baja ☐

Muy Baja ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

Ministerio de Industrias y Productividad del Cantón Guaranda

No	RAZON SOCIAL	CATEGORIA	ACTIVIDAD	SECTOR	CANTÓN	REFERENCIA	FECHA DE CATEGARIZACIÓN
1	COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN LECHERA PAMBABUELA COOPROLEPAM	PEQUEÑA EMPRESA	ELABORACIÓN DE QUESO Y CUAJADA.	ALIMENTOS FRESCOS Y PROCESADOS	GUARANDA		2017/08/15
2	CÓRDOVA AZAS WILLIAM JAVIER	PEQUEÑA EMPRESA	VENTA AL POR MENOR DE LÁCTEOS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS.		GUARANDA	RECINTO YURAKUKSHA, A DOS CUADRAS DE LA CASA COMUNAL	2017/07/31
3	GUINGLA CAIBE ELVIA PIEDAD	PEQUEÑA EMPRESA	ELABORACIÓN DE PAN, PANECILLOS.	ALIMENTOS FRESCOS Y PROCESADOS	GUARANDA	BARRIO PLAZA ROJA, FRENTE AL PAI DE POLICIA	2017/06/07
4	ALEGRIA JIMENEZ ANGEL GONZALO	PEQUEÑA EMPRESA	VENTA AL POR MAYOR DE CEREALES (GRANOS) Y SEMILLAS.		GUARANDA	JUNTO A LA CLINICA PANAMERICANA	2017/05/29
5	COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA EL SALINERITO	MEDIANA EMPRESA	ELABORACIÓN DE QUESO Y CUAJADA.	ALIMENTOS FRESCOS Y PROCESADOS	GUARANDA		2017/05/17

6	CORFAMEP SOCIEDAD ANÓNIMA	PEQUEÑA EMPRESA	FABRICACIÓN DE COSMÉTICOS.	INDUSTRIA FARMACÉUTICA	GUARANDA		2016/12/23
7	CHÁVEZ BADILLO EDISON JHOVANI	PEQUEÑA EMPRESA	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS, INCLUIDO HELADOS, BOLOS, ETCÉTERA.		GUARANDA	RECINTO CHASOJUAN, FRENTE A LA ESCUELA ATAHUALPA, VIA A SALINAS	2016/11/28
8	ASOCIACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL E INTEGRAL DE LA COMUNIDAD DE SAN MIGUEL DE MONO LOMA	PEQUEÑA EMPRESA	SERVICIOS DE APOYO A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS A CAMBIO DE UNA RETRIBUCIÓN O POR CONTRATO.	ALIMENTOS FRESCOS Y PROCESADOS	GUARANDA		2016/09/14
9	URBINA SANCHEZ NATALIO	PEQUEÑA EMPRESA	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS LÁCTEOS, INCLUIDO HELADOS, BOLOS, ETCÉTERA.		GUARANDA	RECINTO COCHABAMBA, VIA A TELIMBELA, A CINCO CUADRAS DEL CENTRO DE SALUD DE COCHABAMBA	2016/09/14

FUENTE: *Lista de las PYMES legalmente constituidas en el Cantón Guaranda.*
REALIZADO POR: *David Chacha, Luis Chela.*

ANEXO 3

FOTOS QUE MUESTRAN EL PROCESO DE APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS A LAS PYMES DEL CANTÓN GUARANDA

Encuesta aplicada a la empresa de elaboración de pan y panecillos en la plaza roja.



Encuesta aplicada a la empresa de venta por mayor y menor de lácteos.



Encuesta aplicada a la empresa de venta de lácteos y chocolates en Chaso Juan.



Encuesta aplicada a la empresa de elaboración de quesos Vía Salinas.





Guaranda 26 de abril del 2018

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO:

Yo **Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte** Director del proyecto de investigación certifica que los señores: **Chacha Chacha Angel David** con el número cedula N°. **020185782-8 y Chela Tenelema Luis Jacovo** con el número cedula N°. **020234241-6** estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial dentro de la modalidad titulación (Proyecto de Investigación); ha cumplido con la revisión a través de la herramienta URKUND, el 26 de abril del 2018 del informe final del proyecto de investigación denominado **"ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO DE LAS PYMES INCLUSIVAS DEL CANTÓN GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2017"** dando como resultado 2% de coincidencia; porcentaje que se encuentra dentro del parámetro legal establecido.

Es todo en cuanto puedo certificar.

Ing. Ramiro Jaramillo Villafuerte. Mba
DIRECTOR

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	INFORME DEL PROYECTO-DE-PYMES-ACTUAL-112.docx (D37977283)
Submitted:	4/25/2018 10:07:00 PM
Submitted By:	luis.chelatg12@gmail.com
Significance:	2 %

Sources included in the report:

INFORME DEL PROYECTO-DE-PYMES-ACTUAL-112.docx (D36276728)

Instances where selected sources appear:

1

