

## **Análisis de los factores que limitan el crecimiento sostenido de las pequeñas empresas comerciales de electrodomésticos de línea blanca y línea café del Cantón La Maná.**

Román Robalino-Alex <sup>1</sup>; Crow Sarmiento Edison <sup>2</sup>; Abrigo Vivas Oscar <sup>3</sup>; Moreta Juan Carlos<sup>4</sup>

### **RESUMEN**

En el presente artículo se describe los factores que limitan el crecimiento de las pymes, entre las más reconocidas están el acceso al financiamiento, la escasa presencia del recurso humano especializado en ventas y la falta de estructura organizacional, en especial las que se encuentran ubicadas en la zona rural del cantón La Maná.

En diversas investigaciones determinan que estas son las tres debilidades de las pymes, por lo que es necesario tomar medidas para contrarrestar las causas y consecuencias de este problema entre las medidas que se recomiendan se tiene: control en el capital inicial y mantener un fondo extra con una visión de crecer poco a poco y evitar este tipo de problemas ya que a largo tiempo podrían desaparecer las pequeñas y medianas empresas al no resolver sus problemas financieros también es necesario disponer de toda la información necesaria y experiencias para optimizar el recurso humano que se tienen las empresas, este puede ser particular o familiar como se ha notado en la presente investigación que su gran mayoría son empresas familiares; en cuanto a la estructura organizacional ya que si la administración es directamente desde sus propietarios y no cuentan con asesoramientos externos para evitar caer en errores con el resto de personal

**Palabras clave:** Pequeña y mediana empresa, crecimiento, control, financieros, administración.

1. Rector Del Instituto Superior Tecnológico La Maná, correo: romanrobalinoalex@yahoo.es
2. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná, correo: lenincrow73@gmail.com
3. Docente Del Instituto Superior Tecnológico La Maná, correo: naveliz@istluistello.edu.ec
4. Unidad Educativa Fiscomisional Sagrado Corazón, correo: juancaec76@gmail.com

**Fecha de recepción:** 31/03/2023

**Fecha de aceptación:** 22/05/2023

# **Analysis of the factors that limit the sustained growth of small commercial companies of white line appliances and coffee line of Canton La Maná.**

## **ABSTRACT**

This article describes the factors that limit the growth of SMEs, among the most recognized are access to financing, the scarce presence of human resources specialized in sales and the lack of organizational structure, especially those located in the rural area of La Maná canton.

In various investigations they determine that these are the three weaknesses of SMEs, so it is necessary to take measures to counteract the causes and consequences of this problem among the measures that are recommended are: control in the initial capital and maintain an extra fund with a vision of growing little by little and avoiding this type of problem since in a long time small and medium-sized companies could disappear by not solving their financial problems, it is also necessary to have all the necessary information and experiences to optimize the human resource that they have companies, this can be private or family as it has been noted in this investigation that the vast majority are family businesses; in terms of the organizational structure since if the administration is directly from its owners and they do not have external advice to avoid making mistakes with the rest of the staff.

**Keywords:** Small and medium business, growth, control, finance, administration.

## INTRODUCCIÓN

En el Cantón La Maná se denota un débil crecimiento de las pymes, muchos emprendimientos se crean por necesidad y no por oportunidad esto se obtuvo a través de un estudio realizado en las áreas rurales, y las que existen van creciendo de una manera lenta o desproporcionada. En las encuestas realizadas se determinó que existen 703 empresas, de las cuales 350 empresas se dedican a la actividad comercial generando como porcentaje el 50% de la población. (CENSO INEC, 2010).

Al analizar los factores externos como las leyes, estudios (INEC) por parte del gobierno de turno y los factores internos dados por ordenanzas del GAD Municipal. Según el censo económico realizado por el INEC 2010, podemos analizar el siguiente sector económico:

**Comercial:** ingreso por ventas 25.0%, % de personal ocupado 38.3%, número de establecimientos comerciales es de 53.8%.

Debido al análisis de una indagación en el INEC 2010 sobre el crecimiento económico del cantón y encuestas realizadas en las empresas dedicada a la actividad comercial de ha decidido elaborar un proyecto macro de investigación el cual, se enviará a su respectiva aprobación por el órgano rector y se establecerá las posibles áreas y campos de investigación, de esta manera los docentes podrán realizar los trabajos de investigación de acuerdo a las necesidades planteadas en el mismo, logrando objetividad con los resultados institucionales, y podrán ser aplicados en

el cantón para mejorar la sostenibilidad de las pymes generando mejores ingresos y desarrollo local.

## METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente artículo, se planteó el diseño de una investigación de campo, de tipo descriptivo apoyado de una encuesta, como también revisión bibliográfica, la misma que sirvió para la recolección de información; se detalla a continuación el proceso metodológico:

### Etapas del artículo

- Diagnóstico del problema.
- Fundamentación teórica y Técnica – (cifras).
- Análisis y propuesta de aporte.

### Métodos

- Inducción.
- Recolección de datos.
- Análisis sintético.
- Inductivo deductivo.
- Análisis sintético.
- Análisis de datos nacionales.

### Técnicas

- Encuestas
- Revisión Bibliográfica y por internet.
- Revisión de resultados obtenidos

### Resultados

- Tabulación y entrega de resultados.
- Base teórica científica Y análisis de

informes con cifras del Ecuador sobre el tema.

- Se denota varios factores que influyen en el crecimiento de las PYMES en el Cantón La Maná.

### Análisis e interpretación de datos

A continuación, se dará a conocer el análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada a los clientes y empleados con el fin de conocer cuáles son los factores externos e internos que limitan el crecimiento sostenido de las Pymes.

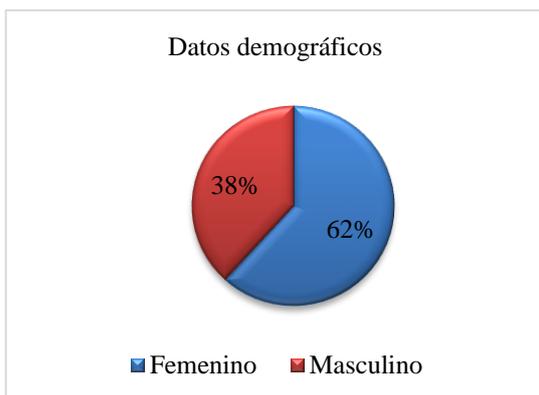
### Encuestas a los Clientes

Tabla 1

¿Cuál es su género?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	231	62%
Masculino	143	38%
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Gráfica 1



### Análisis e interpretación

Se recopilaron datos demográficos pertenecientes a los clientes del cantón La Maná donde se puede observar que existe una gran intervención de género

femenino, dando como resultado un 62% dentro de las encuestas realizadas.

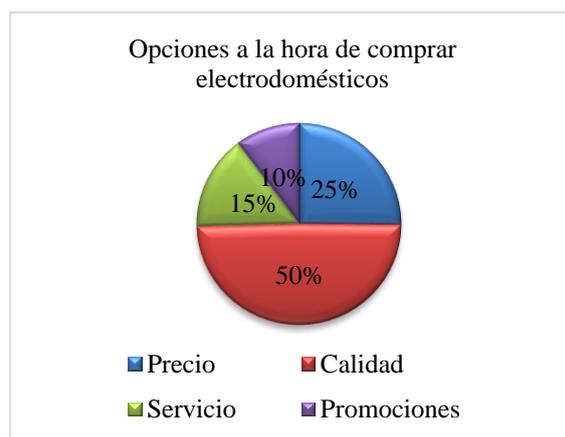
### Encuestas a los Clientes

Tabla 2

¿Al comprar electrodomésticos observan?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	94	25%
Calidad	185	50%
Servicio	57	15%
Promociones	38	10%
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Gráfica 2



### Análisis e interpretación

Los clientes a la hora de comprar electrodomésticos prefieren que sea de buena calidad, de tal manera que un 50% de la encuesta realizada seleccionaron esta opción debido a que esto garantiza que producto dure más tiempo siempre y cuando también se genere una buena utilización.

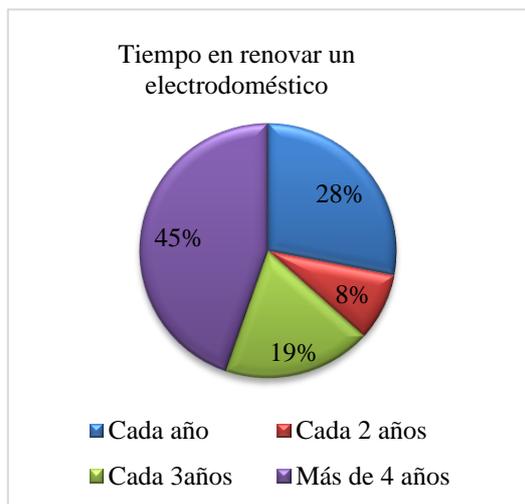
### Encuestas a los Clientes

Tabla 3

Cada que tiempo renueva los electrodomésticos.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cada año	105	28%
Cada 2 años	32	8%
Cada 3 años	70	19%
Más de 4 años	167	45%
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Gráfica 3



### Análisis e interpretación

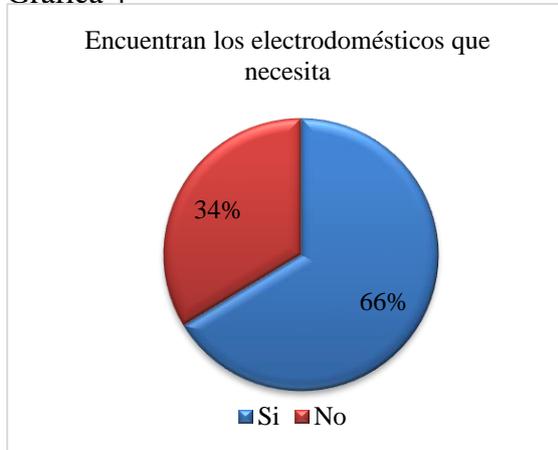
La siguiente tabla nos revela los datos recopilados en la encuesta, acerca de cada cuanto tiempo los clientes renuevan sus electrodomésticos ya sea en línea blanca o café; para lo cual se pudo determinar que un 45% de consultados realizan una sustitución del producto pasado los 4 años de uso a simple vista aquí es donde se encuentran la gran mayoría de personas.

### Encuestas a los Clientes

Tabla 4

Hallan los electrodomésticos que necesitan.

Gráfica 4



### Análisis e interpretación

Según los resultados alcanzados un 66% de encuestados se sienten conforme con los almacenes del cantón La Maná porque el cliente al realizar la búsqueda de los electrodomésticos que necesitan encuentra con facilidad mismas que agilizan las tareas diarias dentro del hogar.

### Encuestas a los Clientes

Tabla 5

Está de acuerdo con los créditos y facilidades de pago.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	278	74%
No	96	26%
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100%</b>

Gráfica 5



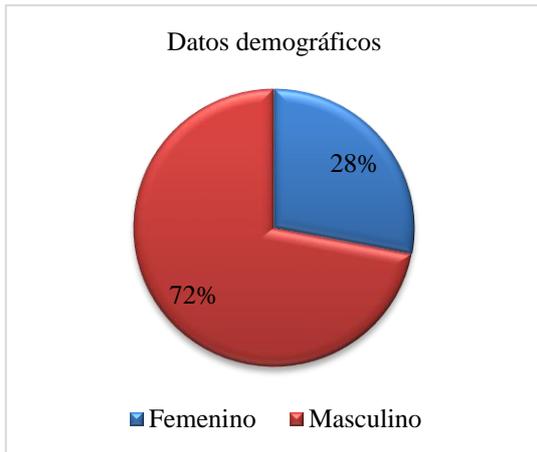
**Encuestas a los Clientes**

Tabla 6

¿Cuál es su género?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	36	28%
Maculino	14	72%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Gráfica 6



**Análisis e interpretación**

Según los datos demográficos tabulados en este cuadro (6), evidentemente se puede observar que existe una gran participación de género masculino esto permitió generar un 72% de los resultados obtenidos una vez aplicado el cuestionario.

**Encuestas a los Clientes**

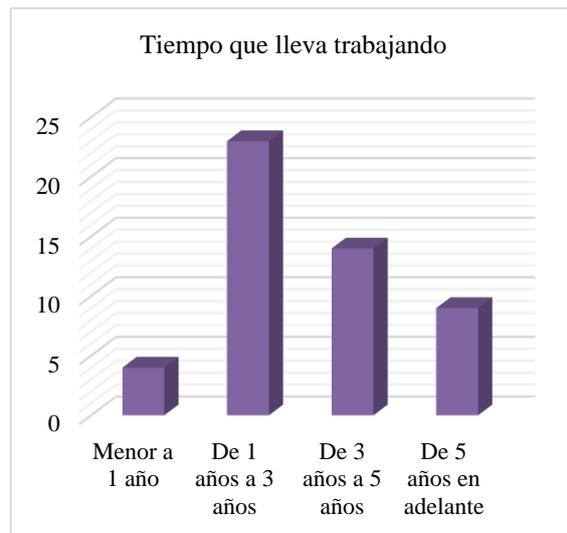
Tabla 7

¿Qué tiempo trabaja en el local comercial?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	4%
No	48	96%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 1 año	5	10%
1 años a 3 años	22	42%
3 años a 5 años	14	27%
5 años en adelante	11	21%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Gráfica 7



Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad	8	16%
Ofertas	15	30%
Redes	22	44%
Páginas web	5	10%
Ninguna	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

### Análisis e interpretación

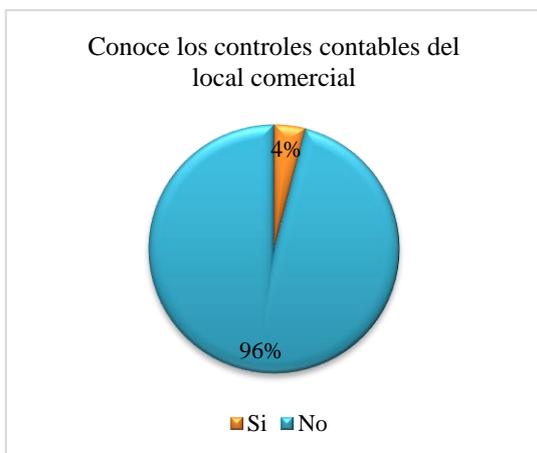
Del total de los trabajadores encuestados un 42% nos manifestaron que llevan prestando sus servicios a la empresa alrededor de 1 a 3 años.

### Encuestas a los Clientes

Tabla 8

¿Conoce los controles contables que existe en el local comercial?

Gráfica 8



### Análisis e interpretación

Según los datos adquiridos de la encuesta aplicada un 96% del personal que labora en las diferentes Pymes dedicadas a la comercialización de electrodomésticos nos dieron a conocer que no conocen los controles contables que utiliza la empresa ya en muchas ocasiones esto solo maneja el dueño del

negocio.

### Encuestas a los Clientes

Tabla 9

¿Qué tiempo trabaja en el local comercial?

Gráfica 9



### Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos un 44% de los trabajadores nos señalan que para ellos conseguir nuevos clientes y mantener activos a los demás utilizan las varias redes sociales en donde muestran los diferentes artefactos, pero lo más importante la calidad de los productos que ofertan.

### Encuestas a los Clientes

Tabla 10

Se ha capacitado en comercialización de productos y atención al cliente.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	24%
No	38	76%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Gráfica 9

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos en la siguiente tabla (8) se puede conocer que los dueños de los negocios no brindan capacitaciones a sus colaboradores; que ayuden mejorar la comercialización de los bienes que ofrece el local comercial por otra parte tampoco capacitan para dar un buen servicio al cliente.

## CONCLUSIONES

Es factible desarrollar el proyecto tomando en cuenta que existe la predisposición de la sociedad en general para establecer mecanismos de fortalecimiento del área productivo, sobre todo en el desarrollo micro empresarial. Además de contar con el personal humano debidamente capacitado para emprender acciones de investigación socio productivo, para encaminar labores de forma integral, articulando elementos para generar acciones que fortalezcan el área de las PYMES.

El estudio y desarrollo de este proyecto

de investigación tiene como finalidad facilitar el conocimiento y el entendimiento de las principales causas que limitan el crecimiento de las Pymes en La Maná, el cual representa un grupo importante en la



Evolucion del concepto y características. En C. Belloch, Tecnologías de la información y comunicación. Obtenido de <https://www.uv.es/-belloch/pdf/pwtic1.pdf>

Castillo. (2011). Política Económico: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. Revista Internacional del Mundo Económico y del Desarrollo, 1-12.

Castillo, P. (2011). Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. Revista Internacional Económico y del Desarrollo, 1-12.

Castillo, P. (2011). Política económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. Revista Internacional del Mundo Económico y del Derecho, 1-12.

Farber & Bonta . (2011). Definición de mercado.

Hernan & Rodríguez. (2017). Introducción a la Administración.

Martinez. (2004). Finanzas publicas,

derecho y economía. Mexico.

Méndez. (2008). Crecimiento de las Pymes.

Molina & Sánchez. (2016). Acceso al Financiamiento.

Porter, M. (2016). Ser Competitivo. Grupo Editorial.

Robbins & Coulter. (2018). Administracion. En S. R. Coulter. Prentice-hall.

Rogelio, S. (2018). Reflexiones sobre el concepto de innovacion. Manual de Oslo.