



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA DE FINANZAS

**“DISEÑO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA PROMOVER
EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN EL SECTOR
EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA:

KATHERINE JULIETTE PERALTA PAREDES

Riobamba-Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

**“DISEÑO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA PROMOVER
EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN EL SECTOR
EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN FINANZAS

AUTORA: KATHERINE JULIETTE PERALTA PAREDES

DIRECTOR: ING. NATALI DEL ROCÍO TORRES PEÑAFIEL PHD.

Riobamba-Ecuador

2021

©2021, Katherine Juliette Peralta Paredes

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Katherine Juliette Peralta Paredes, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos constantes en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.


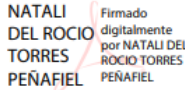
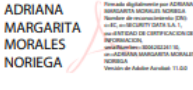
Riobamba, 29 de junio de 2021

Katherine Juliette Peralta Paredes

060427136-1

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación “**DISEÑO DE ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA PROMOVER EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL EN EL SECTOR EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**”, realizado por la señorita. **KATHERINE JULIETTE PERALTA PAREDES**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Eco. Lenin Agustín Chamba Bastidas PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2021-06-29
Ing. Natali del Rocío Torres Peñafiel PhD. DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN		2021-06-29
Ing. Eco. Adriana Margarita Morales Noriega MIEMBRO TRIBUNAL		2021-06-29

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación se lo dedico en primer lugar a Dios por darme la sabiduría necesaria en cada momento de mi formación académica y profesional, a mi madre quien a pesar de la distancia me motivó a seguir adelante y estuvo conmigo todo este tiempo, a mi tía que me enseñó a crecer y ha sido una parte fundamental para culminar esta etapa en mi vida y a mis hermanos quienes nunca dudaron en darme su apoyo y estuvieron cuando más los necesitaba para alcanzar mis metas.

Katherine.

AGRADECIMIENTO

El más sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por permitirme convertir en ser una profesional en lo que tanto me apasiona, a los docentes de la carrera de Finanzas quienes hicieron parte de este proceso de formación, a mi directora la Ing. Natali del Rocío Torres Peñafiel y a mi tutora la Eco. Adriana Margarita Morales Noriega, quienes me orientaron con sus conocimientos en este trabajo de titulación.

Katherine.

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	5
1.1 Antecedentes de Investigación	5
1.2 Marco Teórico	6
1.2.1 Finanzas	7
1.2.1.1 Tipos de finanzas.....	7
1.2.1.2 La importancia de las finanzas en las empresas.....	7
1.2.1.3 La planeación en la empresa	8
1.2.1.4 Planeación Financiera.....	11
1.2.1.5 Planeación Estratégica Financiera	12
1.2.1.6 Estrategia Financiera	13
1.2.1.7 Estrategia	13
1.2.1.8 Tipos de estrategia	14
1.2.1.9 Propósito de la estrategia	15
1.2.1.10 5 P's de la estrategia	15
1.2.1.11 Elementos de una estrategia	16
1.2.2 Desarrollo	18
1.2.2.1 Desarrollo Empresarial	18
1.2.2.2 Desarrollo Social	19
1.2.2.3 Desarrollo Sostenible.....	19
1.2.2.4 Desarrollo Económico	20
1.2.2.5 Desarrollo Económico Local	20
1.2.2.6 Estrategias Financieras en el Desarrollo económico local.....	20
1.2.2.7 Sector Empresarial	21

1.3	Marco conceptual	26
-----	------------------------	----

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO.....	28
2.1	Enfoque de investigación	28
2.2	Nivel de investigación.....	28
2.3	Tipo de estudio	29
2.4	Población y muestra.....	30
2.4.1	<i>Población</i>	30
2.4.2	<i>Muestra</i>	30
2.5	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	31
2.5.1	<i>Métodos</i>	31
2.5.2	<i>Técnica</i>	32
2.5.3	<i>Instrumentos</i>	33
2.6	Análisis e interpretación de resultados	34
2.6.1	<i>Entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba</i>	34
2.6.2	<i>Análisis de las encuestas aplicadas al sector empresarial de la ciudad de Riobamba</i>	37
2.6.3	<i>Análisis de los resultados obtenidos bajo la técnica de la Observación</i>	46

CAPÍTULO III

3.	MARCO PROPOSITIVO	48
3.1	Título	48
3.1.1	<i>Introducción</i>	48
3.1.2	<i>Objetivo General de la propuesta</i>	48
3.1.3	<i>Objetivos Específicos de la propuesta</i>	49
3.2	Contenido de la propuesta.....	49
3.2.1	<i>Antecedentes del sector empresarial en la ciudad de Riobamba</i>	49
3.2.2	<i>Análisis del crecimiento y desarrollo económico local</i>	50
3.2.3	<i>Determinación de variables</i>	53
3.2.4	<i>Diagnóstico estratégico del sector empresarial</i>	56
3.2.4.1	<i>Identificación de factores externos</i>	57

3.2.4.2	<i>Identificación de factores internos</i>	57
3.2.5	<i>Diseño de estrategias financieras</i>	61
	CONCLUSIONES	71
	RECOMENDACIONES	72
	GLOSARIO	
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Clasificación de las empresas del sector privado.....	30
Tabla 2-2:	¿A qué sector pertenece su empresa?.....	37
Tabla 3-2:	¿Innova permanentemente su actividad económica?	38
Tabla 4-2:	Actividad económica	39
Tabla 5-2:	Las principales problemáticas que tiene el empresario.....	40
Tabla 6-2:	Percepción de ayuda por parte de las instituciones financieras.	41
Tabla 7-2:	Calificación del desarrollo económico local en la generación de empleo	42
Tabla 8-2:	Aporte de la actividad económica de la ciudad.....	43
Tabla 9-2:	Apoyo al desarrollo económico por parte del GADM.....	44
Tabla 10-2:	Formas de impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes	45
Tabla 11-2:	Nivel de desarrollo económico local del cantón Riobamba.....	46
Tabla 1-3:	Participación de tipo de empresas en Ecuador y la ciudad de Riobamba.....	49
Tabla 2-3:	Evolución de las empresas que obtuvieron mayores ingresos año 2019.....	51
Tabla 3-3:	Matriz FODA.....	59
Tabla 4-3:	Matriz FODA estrategias.....	60
Tabla 5-3:	Turismo.....	61
Tabla 6-3:	Sector Financiero	63
Tabla 7-3:	Sector Comercial.....	65
Tabla 8-3:	Alianza Público Privada.....	67
Tabla 9-3:	Sector Productivo.....	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Hilo Conductor	6
Gráfico 2-1:	Proceso de Planeación	9
Gráfico 3-1:	Componentes de un plan estratégico	12
Gráfico 4-1:	Tipos de empresas	23
Gráfico 1-2:	¿A qué sector pertenece su empresa?	37
Gráfico 2-2:	¿Innova permanentemente su actividad económica?.....	38
Gráfico 3-2:	¿Considera usted que la iniciativa de su actividad económica.....	39
Gráfico 4-2:	Las principales problemáticas que tiene el empresario.	40
Gráfico 5-2:	Percepción de ayuda por parte de las instituciones financieras.....	41
Gráfico 6-2:	Calificación del desarrollo económico local en la generación	42
Gráfico 7-2:	Aporte de la actividad económica de la ciudad.	43
Gráfico 8-2:	Apoyo al desarrollo económico por parte del GADM	44
Gráfico 9-2:	Formas de impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes.....	45
Gráfico 10-2:	Nivel de desarrollo económico local del cantón Riobamba en	46
Gráfico 1-3:	Producto Interno Bruto por sectores productivos año 2019	50
Gráfico 2-3:	Empresas existentes del cantón Riobamba por sectores año 2019	51
Gráfico 3-3:	Variables que contribuyen al desarrollo económico local.....	53

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENTREVISTA APLICADA AL PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA
- ANEXO B:** ENCUESTA APLICADA AL SECTOR EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA
- ANEXO C:** LISTA DE EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo realizar un Diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba, para su desarrollo se utilizó los métodos: Inductivo para obtener información y de esta manera detectar el problema; deductivo para llegar a conclusiones lógicas y el Analítico para analizar lo que está pasando en nuestro entorno económico y el impacto que tiene dentro del sector empresarial. Para la investigación se realizó una entrevista al presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba y una encuesta aplicada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba, lo cual permitió determinar que Riobamba no es una ciudad comercial ya que la mayor parte de las empresas existentes se encuentran en el sector de servicios de igual manera existe falta de apoyo a los emprendedores y escasez de recursos económicos, para las mencionadas técnicas se utilizaron instrumentos como: guía de entrevista que contiene preguntas y aspectos importantes a los entrevistados y el cuestionario con preguntas estructuradas hacia el sector empresarial. En la propuesta se realizó un análisis del crecimiento y desarrollo económico local, determinación de variables y un diagnóstico estratégico del sector empresarial esto permitió plantear las estrategias financieras con el fin de promover el desarrollo económico local en el sector empresarial e impulsar a las empresas de la ciudad de Riobamba a ser más competitivas en el mercado y mejorar la estabilidad económica en el cantón. Por lo que se recomienda que se aplique este diseño de estrategias financieras como guía para la toma de decisiones.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ESTRATEGIAS>, <ESTRATEGIAS FINANCIERAS>, <DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL>, <SECTOR EMPRESARIAL>, <EMPRESAS>, <RIOBAMBA (CANTÓN) >



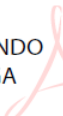
1690-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The present study aimed to design financial strategies to promote local economic development in the commercial sector of Riobamba city. To do this, the following methods were applied: The inductive method to obtain information and thus detect problems; the deductive one to reach logical conclusions and analytical to analyze what is happening in our economic environment and the impact it has within the business sector. For this study, an interview was applied to the president of the Riobamba Chamber of Commerce and a survey applied to the business sector of Riobamba city, which determined that Riobamba is not a commercial city since most of the existing companies belong to the service sector, besides there is a lack of support for entrepreneurs and a shortage of economic resources. For the aforementioned techniques, instruments such as: an interview guide containing questions and important aspects to the interviewees and the questionnaire with structured questions were applied to the business sector. In the proposal, an analysis of local economic growth and development was carried out, determination of variables and a strategic diagnosis of the business sector, this allowed to raise financial strategies in order to promote local economic development in the business sector and boost companies in Riobamba city to become more competitive within the market and improve the economic stability in the canton. Therefore, it is recommended that this design of financial strategies could be applied as a guide for decision making processes.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <STRATEGIES>, <FINANCIAL STRATEGIES>, <LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT>, <BUSINESS SECTOR>, <COMPANIES>, <RIOBAMBA (CANTON)>

LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY



Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2021.09.02
16:00:35 -05'00'

INTRODUCCIÓN

El sector empresarial en Ecuador se ha evidenciado que existe un bajo nivel de innovación, es decir, que las empresas no asumen riesgos para un mejor desempeño y esto debido a grandes obstáculos como la falta de apoyo por medio de políticas públicas y falta de inversión en cuestión de capacidades para que se desarrollen nuevas habilidades tecnológicas para la creación de nuevos productos o servicios. Así mismo, otro de las dificultades por la que las empresas no tienen un mejor desempeño es la falta de un plan de estudio de mercado el mismo que se da por falta de conocimiento de las personas que llevan adelante la empresa o un negocio. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), señala que para el año 2019 se crearon 899.208 empresas en donde el 51,16% de las empresas en el Ecuador se dedican al comercio, el 13,87% industrias manufactureras y el 34,97% otras actividades económicas.

Los resultados del GII 2019 (Global Innovation Index) en Ecuador señalan la necesidad de invertir en innovación. La inversión en innovación es vital en todo momento, pero es aún más crítica cuando el crecimiento del país es lento o inclusive no hay crecimiento en absoluto.

En lo que va del año la crisis económica ha aquejado a muchas empresas en el país y si bien es cierto la economía se ha regenerado, pero las empresas no dejan de lado enfocarse en mantener sus negocios con el único fin de optimizar sus gastos y seguir siendo competitivos en el mercado y de esta manera tener un crecimiento en el Desarrollo Económico Local generando un bienestar a las familias ecuatorianas.

El sector empresarial en Riobamba está representado por las PYMES en su mayor parte y uno de los problemas que presenta el cantón es que no hay desarrollo económico local en el ámbito empresarial ya que se ha observado una inestabilidad económica, falta de apoyo por parte del gobierno y los representantes del Gobierno Autónomo Descentralizado, además no existe un análisis adecuado del nivel de competencia que se requiere en la ciudad.

Según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, señala que para el año 2019 la ciudad de Riobamba dispone de 417 empresas, entre grandes, medianas y pequeñas; en cuanto a las actividades económicas según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) para el mismo año, nos indica que el sector comercial tiene un 53: 6%, manufacturera 9.1% y servicios profesionales y en general 24.2 % tienen más movimiento económico ya que representan un mayor porcentaje en la ciudad.

Por tanto, se puede decir que en la actualidad el sector empresarial necesita de estrategias financieras por parte de los dueños que conlleven al desarrollo económico local y puedan mejorar su funcionamiento tanto administrativo como financiero y de esta manera lograr hacer más efectivo el cumplimiento de sus objetivos a través de la implementación de acciones conjuntas que ayuden a la generación del empleo.

En la actualidad el sector empresarial de la ciudad de Riobamba está representado por microempresas con un impacto del 65,19% promedio del Valor Agregado Bruto, una de las dificultades que presenta el cantón es que no hay un desarrollo económico local en el ámbito empresarial ya que se ha observado una inestabilidad económica, falta de apoyo por parte del gobierno local además no existe un análisis adecuado del nivel de competencia que se requiere en la ciudad, por ello en la presente investigación se realizó un análisis de la situación actual en el que se demuestra que no hay apoyo hacia los emprendedores, encuentran trabas al momento de invertir y existen altos intereses y cortos plazos de pagos de pago lo que debilita a varios sectores, por esta razón se ha propuesto elaborar un Diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial y beneficie a una correcta toma de decisiones.

Por estos antecedentes el trabajo se ha realizado persiguiendo los siguientes objetivos:

Objetivo General

Diseñar estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Objetivos Específicos

- Fundamentar el marco teórico con las temáticas más sobresalientes en lo referente sobre estrategias financieras y desarrollo económico local.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual del sector empresarial de la ciudad de Riobamba aplicando los diferentes métodos, técnicas y herramientas metodológicas de investigación para la recopilación de información y datos.
- Formular estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Justificando por tal motivo en los siguientes:

Justificación Teórica

La presente investigación tiene como finalidad establecer un modelo de decisión mediante el cual el sector empresarial permita evaluar la situación actual y a su vez pueda realizar un proceso de toma de decisiones para mejorar la calidad de vida y ayudar al fortalecimiento de las empresas que posibilite un óptimo desarrollo económico local en la ciudad, razón por la cual este estudio pretende convertirse en un complemento bibliográfico, aquí se podrá encontrar análisis e instrumentos de evaluación como encuestas que permitirán comprender las herramientas financieras adecuadas para lograr el objetivo propuesto.

Justificación Metodológica

Para lograr los objetivos del estudio se ha realizado un proceso metodológico, en el cual se utilizaron técnicas de investigación cualitativa porque se basa en el estudio de conceptos y teorías de las variables de estudio buscando cada una de las definiciones para el problema planteado, método inductivo ya que se empleará para la obtención de conclusiones o teorías sobre aspectos a través del análisis de hechos que han ocurrido y de método analítico donde se empleará en la investigación para observar las causas, la naturaleza y los efectos que impactan el problema en el sector empresarial.

Justificación Práctica

El objeto del estudio es determinar un diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial para una eficiente toma de decisiones, a su vez se establecerá una propuesta en la cual se plasmarán las herramientas necesarias para generar medidas que beneficien al sector y ayuden a la generación de fuentes de empleo y facilite el impulso de las empresas de la ciudad.

Cabe mencionar que los resultados que se adquieran mediante la elaboración del presente estudio, permitirán establecer si el diseño de estrategias financieras son las adecuadas para una mejor toma de decisiones en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

La investigación está constituida por 4 capítulos, el mismo que se desarrollan a continuación:

Capítulo I El Problema: Se detalla el Planteamiento del problema, Formulación, Sistematización, Objetivos General y Específicos que se pretenden alcanzar en la presente investigación y justificación.

Capítulo II Marco de Referencia: Se establece los Antecedentes de Investigación, Marco Teórico y Marco Conceptual.

Capítulo III Marco Metodológico: Se determina los métodos que se utilizaron para la presente investigación, Enfoque de investigación, Nivel de investigación, Tipo de estudio, Población y Muestra, métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

Capítulo IV Marco Propositivo: Contenido de la propuesta, Análisis del crecimiento y desarrollo económico local, Diagnóstico estratégico del sector empresarial y el Diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local.

Finalmente se plantea las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos del trabajo realizado.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de Investigación

Para fundamentar el presente trabajo investigativo se han efectuado varias investigaciones similares desarrollado por varios autores los cuales citamos a continuación:

La tesis titulada “El empleo y el desarrollo económico local del cantón Riobamba”, autor del trabajo investigativo Ing. Romero Mena Cristian Abraham realizado en la Universidad Técnica de Ambato, tiene como objetivo principal analizar si el empleo influye con el desarrollo económico local en el cantón de Riobamba. Además concluye que es necesario potencializar varios sectores como empresas, emprendedores locales, asociaciones ya que ellos son quienes aportan de diferentes maneras para el desarrollo de la ciudad, de igual manera optimizar el desarrollo económico por medio de proyectos con el propósito de generar estrategias que garanticen un mejor porvenir de los riobambeños, el propósito es seguir creciendo como cantón en los diferentes aspectos como empleos adecuados, menor explotación de la gente de bajos recursos, y potenciar los factores de producción que cuenta el cantón.

La tesis titulada “Desarrollo Económico Local para la ciudad de Babahoyo”, autor del trabajo investigativo Ing. Duche Yáñez Sandy Fabiola realizado en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, tiene como objetivo elaborar una guía de desarrollo económico local que mejore la competitividad del mercado doméstico en la ciudad de Babahoyo y de esta manera mejorar el desarrollo económico local. Además, concluye que el gobierno local y las empresas se han creado sin tener una guía de desarrollo económico local sobre la situación que se ha establecido por lo cual sufren diversos problemas de organización por tal razón necesitan procesos que generen un desarrollo y crecimiento económico eficiente y eficaz (Duche, 2019) .

De los dos trabajos citados anteriormente se pudo determinar que la falta de un diseño de estrategias financieras en el sector empresarial puede incidir de manera directa para la toma de decisiones ya que esto puede ayudar a un mejor desarrollo económico local en la ciudad.

1.2 Marco Teórico

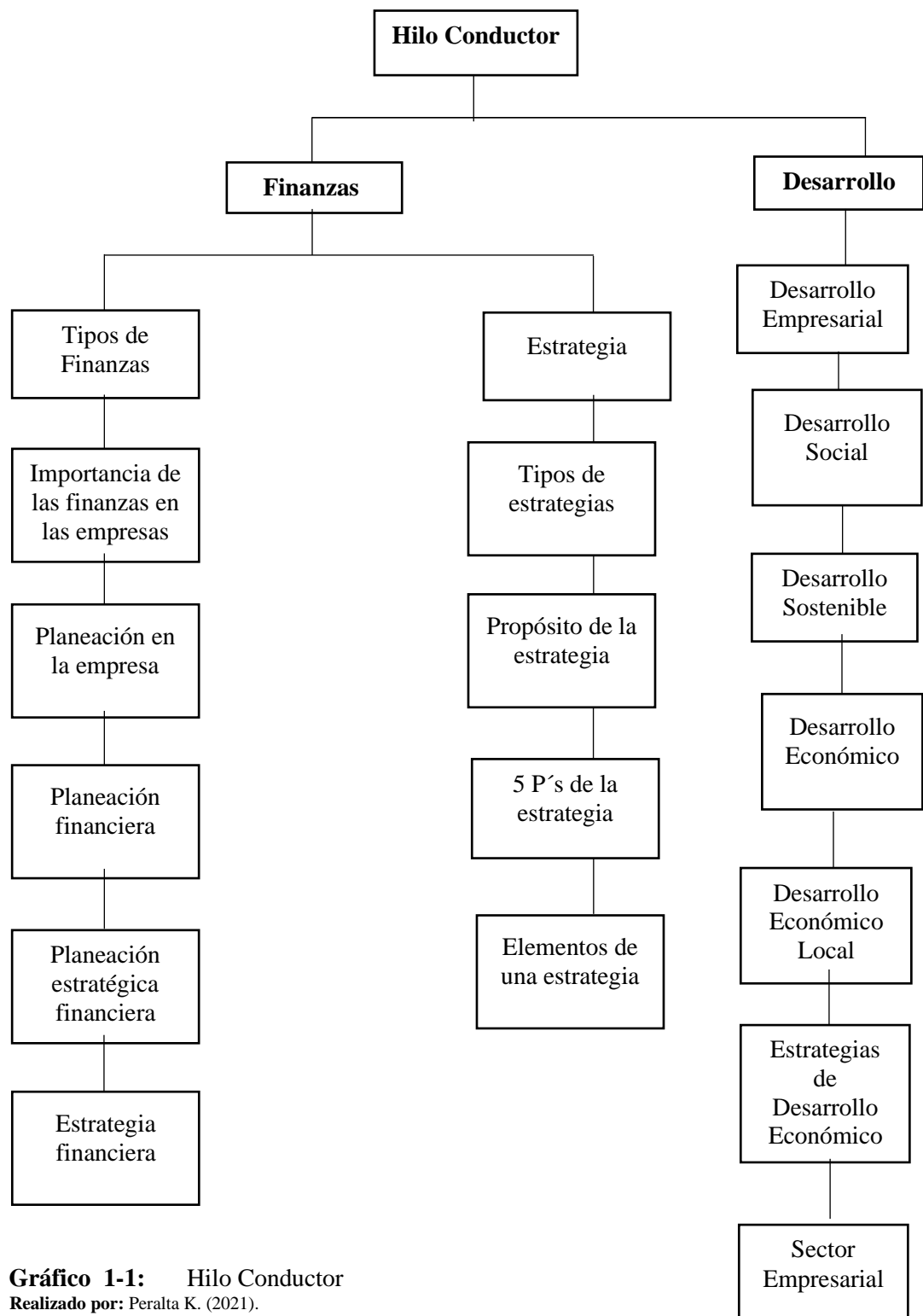


Gráfico 1-1: Hilo Conductor
Realizado por: Peralta K. (2021).

1.2.1 Finanzas

Según García (2015) finanzas se define como el conjunto de actividades mercantiles relacionadas con el dinero de los negocios, de la banca y de la bolsa; y como el grupo de mercados o instituciones financieras de ámbito nacional o internacional. Así la palabra finanzas también se lo puede definir como el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor (p.2).

1.2.1.1 Tipos de finanzas

Las finanzas están compuestas por un grupo de actividades que, por medio de la toma de decisiones, resuelven, manejan dinero y bienes de valor. Según el grupo de actividades y el entorno en el que se toman decisiones, las finanzas se clasifican en públicas, corporativas y personales; las actividades que ejecuta la administración pública y las empresas para un buen manejo de toma de decisión se las denomina como finanzas públicas y de igual manera corporativas. Mientras que las actividades que desempeñan las personas para hacer una toma de decisiones financieras en general se las denomina como finanzas personales (García V. M., 2015).

Finanzas Públicas. _ Un gobierno recibe recursos financieros por medio de los impuestos y derechos que cobra, por la ganancia que generan las empresas estatales; utiliza todos los recursos disponibles para cubrir sus gastos, crear infraestructura, garantizar la seguridad de sus ciudadanos y establecer las condiciones económicas propicias que estimulen el desarrollo de la población (García V. M., 2015).

Finanzas Corporativas. _ Las empresas que requieren recursos son aquellas que han identificado alguna oportunidad de inversión rentable, que pretenden desarrollar un proyecto de expansión; obtener los recursos suficientes ayuda a las empresas a realizar proyectos productivos, a mantener su nivel de operación y a lograr el crecimiento deseado (García V. M., 2015).

Finanzas Personales. _ Los individuos requieren de recursos que no tienen para financiar sus comprar de bienes duraderos, o para cubrir sus gastos diarios se convertirán en emisores; por el contrario, si poseen recursos de sobra, serán inversionistas (García V. M., 2015).

1.2.1.2 La importancia de las finanzas en las empresas

La empresa como entidad dinámica, se mueve y evoluciona en función de cómo se gestiona. Y, dentro de toda la estructura, la administración efectiva del dinero es clave; y es ahí en dónde

radica la importancia de las finanzas en la empresa, ya que permite tener una panorámica bastante próxima a la realidad del negocio, así como ser una herramienta fundamental en la toma de decisiones.

Finalmente se ha planteado algunas directrices que ayudan a utilizar las finanzas como una herramienta dentro de la estructura empresarial, partiendo de su importancia y del valor que le aportan a la gestión general del negocio (Saavedra, 2019).

La primera de las directrices a seguir para que las finanzas en la empresa sean una herramienta es que la información se encuentre permanentemente actualizada, es decir, ratios financieros. Si la persona es capaz de registrar toda la información tendrá más facilidad a la hora de controlarla generando informes que ayuden a resumir los datos clave y por tanto tener mayor capacidad para mejorarla, así como su utilidad de anclaje para la toma de decisiones. (Saavedra, 2019).

Creación de escenarios

La segunda de las directrices tiene que ver con uno de los aspectos más relevantes dentro del esquema financiero de una empresa; la creación de escenarios o factibilidad financiera. Se trata de representaciones que ayudan a visualizar qué pudiera pasar a corto, medio y largo plazo, así como de las estrategias a llevar a cabo para su optimización (Saavedra, 2019).

Factor de medición

Las finanzas en la empresa se tornan en una herramienta en función de cómo se puedan utilizar como un elemento de comparación respecto de lo que se ha planificado. En otras palabras, sirven como parámetro para identificar si las acciones o decisiones tomadas estuvieron conforme a lo planeado. Y en caso de no haber cumplido, entonces tomar acciones correctivas que permitan establecer mejoras en la gestión (Saavedra, 2019).

1.2.1.3 *La planeación en la empresa*

Según Morales (2014) mencionan que: la planeación tiene como objetivo establecer los objetivos que se desean alcanzar, después de hacer un análisis de la compañía y su interacción con el medio ambiente donde se desarrollan los caminos para alcanzar los objetivos, a esas vías se les denominan estrategias y tácticas (pp.14-15).

La planeación en la empresa determina las siguientes fases:

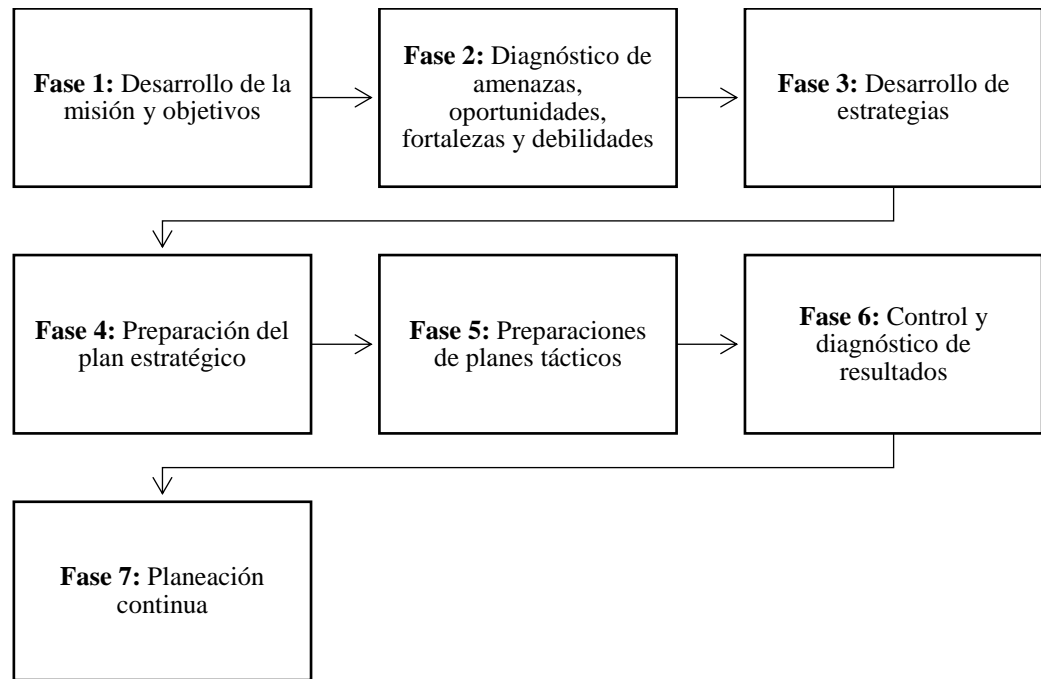


Gráfico 2-1: Proceso de Planeación
Realizado por: Peralta K. (2021).

Fase 1: Desarrollo de la misión y objetivos

A partir del análisis de las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades que la empresa tiene al desarrollar sus operaciones de producción de bienes y servicios y su interacción con el medio ambiente, fija lo que desea hacer para mantenerse como un negocio en marcha dentro del sector al que pertenece (Morales & Morales, 2014).

Entre los objetivos que puede llegar a fijar una empresa pueden ser:

- Seguir un esquema sólido y constante de ventas y crecimiento en los ingresos
- Aumentar el número de productos que la empresa fabrica
- Ampliar el número de clientes a los que se venden productos
- Tener presencia en mayor cantidad de lugares donde se venden productos

Fase 2: Diagnóstico de amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades

La planeación empresarial necesita una evaluación de estos aspectos. En el caso de las fuerzas de las empresas existen diversas variables concretas que influyen en la solidez de la compañía (Morales & Morales, 2014) . Entre estos factores se encuentra la relación que mantienen con:

- Competidores
- Clientes
- Proveedores
- Bienes y servicios sustitutos
- Requisitos que el gobierno establece a las empresas
- Tecnología en los procesos de las empresas

Fase 3: Desarrollo de estrategias

El desarrollo de estrategias debe de evaluarse en términos de oportunidades y amenazas externas, así como fortalezas y debilidades internas. Con lo cual se determina lo que la empresa desea lograr en específico, y así establece los mecanismos necesarios para conseguir los objetivos planteados, de alguna forma es la probabilidad de que las estrategias ayuden a que la organización logre su misión y objetivos (Morales & Morales, 2014).

Fase 4: Preparación del plan estratégico

Un plan estratégico contiene varios elementos, entre ellos:

- La misión y los objetivos organizacionales
- La oferta de bienes, servicios o ambos
- Un análisis y estrategias de mercado, incluyendo oportunidades y amenazas, y planes de contingencia.
- Las estrategias para obtener y utilizar los recursos tecnológicos, fabriles, de marketing, financieros y humanos.
- Las estrategias para emplear y desarrollar las competencias organizacionales y de los empleados.
- Informes financieros que comprendan proyecciones de pérdidas y ganancias
- Indicadores financieros, de producción, de ventas, de desempeño de los trabajadores que ayuden a medir las metas alcanzadas (Morales & Morales, 2014).

Fase 5: Preparaciones de planes tácticos

La formulación de las actividades en detalle que contribuyan a conseguir los objetivos de la empresa, son necesarias para el desarrollo de los planes estratégicos, porque ayudan a instrumentar los planes estratégicos, establecen el cómo con precisión para desarrollar todas las actividades necesarias, para conseguir los objetivos de corto plazo. (Morales & Morales, 2014)

Fase 6: Control y diagnóstico de resultados

Los controles ayudan a reducir desviaciones de los planes y proporcionan información útil para el proceso de la planeación en curso. Miden la cantidad de cumplimiento de los objetivos que se establecieron al inicio (Morales & Morales, 2014).

Fase 7: Planeación continua

Es un proceso ininterrumpido dado que después de evaluar el grado de obtención de los objetivos designados en la etapa de desarrollo de misión y objetivos, identificar porque no se consiguieron y hacer de nuevo el proceso de planeación (Morales & Morales, 2014).

1.2.1.4 Planeación Financiera

La planeación financiera según Álvarez (2016) señala que es una técnica que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en una empresa pronósticos y metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlo (p.158).

Beneficios de la planeación financiera en las empresas

El objetivo es saber cómo se está desempeñando la empresa y como se encuentran sus estados financieros y hacia dónde quiere llegar. Si el escenario se encuentra desfavorable, es necesario que la empresa tome acciones de manera inmediata de tal modo que reaccione de manera favorable para mejorar su financiamiento e inversión.

El análisis de la situación actual de la empresa y el establecimiento de objetivos conducen a un plan o estrategia financiera que abarca las decisiones de inversión y de financiamiento de la compañía, debido a que los resultados de la empresa son producto de dichas decisiones (Morales & Morales, 2014).

Ventajas de la planeación financiera

Cuando una empresa prepara su plan financiero no piensa únicamente en los resultados más probables, sino también planifica lo inesperado. La planeación financiera hace un diagnóstico de la situación actual, identificando las oportunidades, amenazas, fuerzas y desventajas, integra a

todas las áreas de la empresa, se anticipa al futuro describiendo escenarios de diversa índole, al desarrollar planes de acción para lo inesperado. (Morales & Morales, 2014)

1.2.1.5 Planeación Estratégica Financiera

Según Puente (2017) consideran que: un plan estratégico debe tener cinco componentes

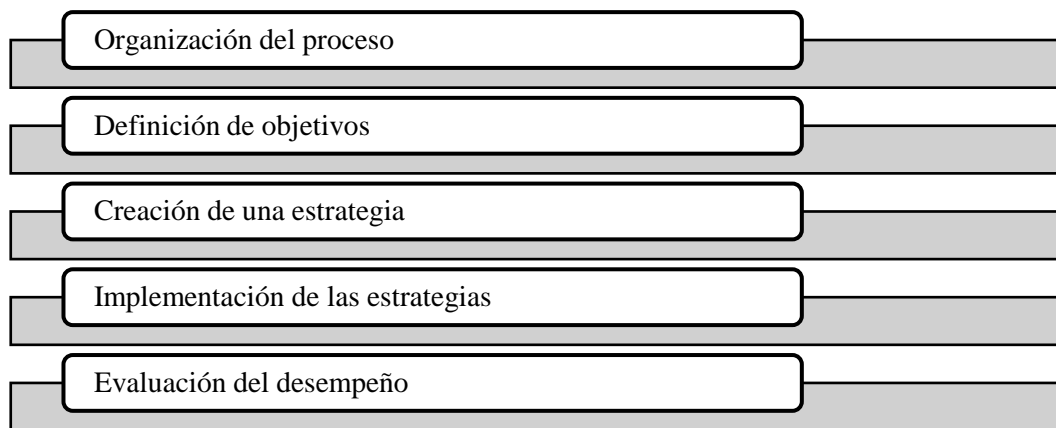


Gráfico 3-1: Componentes de un plan estratégico

Realizado por: Peralta P. (2021).

Organización del proceso: Definición de la visión estratégica, la misión de la empresa. Se define hacia donde debe dirigirse, es la identidad de la empresa.

Definición de objetivos: Consiste en convertir la visión estratégica y la misión del negocio en resultados específicos del desempeño, algo por medio del cual se pueda evaluar el progreso de la empresa u organización.

Creación de una estrategia: Se lo realiza con el objetivo de alcanzar los resultados deseados. Los objetivos son los fines y las estrategias son los medios para lograrlo.

Implementación de las estrategias: ¿Qué se debe hacer para aplicarlo?

Evaluación del desempeño: Efectuar ajustes correctivos, la estrategia financiera de la empresa es el plan de acción para lograr y mejorar el buen desempeño financiero (Puente, Viñán, & Aguilar, 2017, pág. 3).

1.2.1.6 *Estrategia Financiera*

La estrategia financiera no solamente busca obtener fondos sino determinar la forma de uso de esos fondos de manera inteligente, con el fin de proporcionar objetivamente resultados favorables a la empresa y sus partes interesadas, en este contexto este tipo de estrategia genera una ventaja competitiva mediante un menor costo de financiamiento y una capacidad flexible de recaudación de capital que contribuya a la estrategia empresarial (Karadag, 2015).

Estructura de la estrategia financiera

Este tipo de estrategias van de la mano con intereses de los accionistas y los mercados financieros, se integran con las siguientes sub estrategias:

- **Estrategias de inversión:** selección de posibles inversiones con diversificación de riesgos.
- **Estrategias de estructura Financieras:** es una estructura de las fuentes de recursos financieros.

Propósito de la estrategia financiera

- Obtener el capital suficiente para cubrir los activos de la empresa
- Lograr rendimientos de la empresa de forma sólida impredecible.
- Alcanzar una administración óptima
- Facilitar el propósito de las necesidades financieras de la empresa.

Beneficios de la estrategia financiera

- Ayudan a la empresa a desarrollar el proceso administrativo y el sustento económico y financiero.
- Análisis constante de los estados financieros.
- Facilita la toma de decisiones en función de logro de metas y objetivo de la empresa. (Baena, 2014)

1.2.1.7 *Estrategia*

Según Navajo (2019) una estrategia “es una línea, un camino, que indica y plantea cómo lograr una misión u objetivo para nuestra organización, muestra los pasos fundamentales que una organización debe dar para conseguir los objetivos y lograr ventaja competitiva” (p.119).

1.2.1.8 *Tipos de estrategia*

La estrategia de una organización consiste en una combinación de movimientos competitivos y enfoques de los negocios que los administradores utilizan para satisfacer a los clientes, competir con éxito y lograr los objetivos de la organización. En resumen, una estrategia está vinculada con las iniciativas competitivas de la empresa y los enfoques de los negocios (Coronel, 2015).

Los tipos de estrategia son los siguientes:

Defensivas

Las estrategias FA o defensivas, tratan de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la institución (Coronel, 2015).

Adaptativa

Las estrategias DO o de adaptación, tienen la finalidad de mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas. La organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decidirse a invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad (Coronel, 2015).

Sobrevivencia

Las estrategias DA o de sobrevivencia, tienen como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas debilidades, aquí las estrategias van dirigidas a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la institución o a un cambio estructural y de misión (Coronel, 2015).

Ofensiva

Las estrategias FO u ofensivas, son básicas en el uso de las fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategias son las más recomendadas. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus

capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios (Coronel, 2015).

1.2.1.9 *Propósito de la estrategia*

La estrategia no es más que una decisión sobre las metas, objetivos y acciones de la organización para prosperar en su entorno. La toma de éstas se produce tras un análisis del entorno de la organización, sus mercados y sus competidores. El propósito de la estrategia es mejorar la posición respecto a los competidores, en el caso de las administraciones e instituciones no lucrativas pasa por desarrollar en profundidad su misión de una forma eficiente en costos. En el de las empresas pasa por construir y utilizar una ventaja competitiva que les permita satisfacer mejor a los clientes y retribuir mejor a sus accionistas (Maldonado, 2018, pág. 43)

Entonces el fin de la estrategia es establecer y dar a conocer por medio de los objetivos lo que aspira la empresa, es decir, las estrategias señalan algo en general de lo que quiere la empresa y no tratan de proyectar específicamente como la empresa debe realizar sus objetivos.

1.2.1.10 *5 P's de la estrategia*

Para diseñar estrategias, existen cinco instrumentos básicos, que se han de combinar adecuadamente, con el fin de conseguir los objetivos previstos (Maldonado, 2018).

Estrategia como Plan

Es un camino el cual interviene la acción y permite alcanzar los objetivos deseados, por lo tanto, existe una guía en donde puede plantear e investigar hasta llegar a lo más específico de un tema. “De acuerdo a esta definición las estrategias tienen dos características esenciales: se elaboran antes de las acciones en las que se aplicaran y se desarrollan de manera consciente y con un propósito determinado.” (Maldonado, 2018).

Estrategia como Pauta de acción

Es una estrategia en donde se maniobra las ideas que tenga en mente la empresa para de esta manera estar más adelante que la competencia actual. Así mismo, la empresa puede ser competitiva en el momento que da a conocer lo que va hacer dentro y fuera de ella una de las razones puede ser que amenaza con ampliar su empresa de manera que desanime a su competencia

a implementar algo nuevo. Por lo tanto, esta estrategia hace referencia a la amenaza, mas no a la expansión y por ende es una pauta de acción. (Maldonado, 2018).

Estrategia como Patrón

Esta estrategia hace referencia al comportamiento en las empresas, es decir, si lo que va hacer es de manera intencional o no lo es. La estrategia como patrón es un modelo mediante el cual abarca acciones que ayudan a la consistencia en el comportamiento como tal. “La estrategia como plan puede ser independiente la una de la otra, pueden dar la impresión de sugerir sin advertirlo y ser el resultado de las acciones humanas.” (Maldonado, 2018)

Estrategia como Posición

“Este tipo de estrategia es el medio para ubicar a la organización en un ambiente competitivo. La estrategia es una posición, en particular un medio para ubicar una organización en lo que los teóricos de la organización suelen llamar un medio ambiente.” De acuerdo a esta definición, esta estrategia es la unión entre una empresa y el medio ambiente dando como resultado un ambiente competitivo ya que en una empresa internamente se maneja todo lo que va a salir al mercado y en la parte externa donde se ubica para ofertar sus productos. (Maldonado, 2018, pág. 69)

Estrategia como Perspectiva

Esta última estrategia se enfoca más en la parte interna de la empresa, en el personal encargado de organizar y preparar nuevas estrategias con una visión más amplia. “Su contenido implica no solo la selección de una posición, sino una manera particular de percibir al mundo”, lo que quiere decir que la estrategia como perspectiva es creada por personas que tienen un interés en común, tienen en mente innovar cosas que nunca antes ha existido. (Maldonado, 2018, pág. 70)

1.2.1.11 *Elementos de una estrategia*

Acciones

Es un conjunto de actividades enmarcadas en estrategias específicas y orientadas a objetivos específicos, y los correspondientes recursos y responsables que permiten la consecución de esos objetivos, es decir, materializar el estado futuro deseado o acercarse a él (CEPAL, 2012, pág. 5).

Objetivos

Según Cepeda (2013) menciona que los objetivos se refieren a los propósitos por los cuales se realiza la investigación, por lo cual nos permiten dejar en claro cuáles van a ser los alcances de nuestra investigación.

Cronograma

Para Méndez (2018) el cronograma hace referencia a un calendario de trabajo o actividades. Es una herramienta esencial para la elaboración de proyectos empresariales o actividades, tanto si se hace en conjunto con otras personas o cuando se hace individualmente.

En él, se establecen las fechas junto a las horas de inicio y final de las actividades que se van a realizar en la organización en cada uno de los proyectos.

Indicadores de Gestión

De acuerdo con García y Cazallo (2019) un indicador es esencial para poder medir la pertinencia de los sistemas de seguimiento y evaluación, como, por ejemplo, anotar los cambios operados. Los indicadores pretenden simplificar la descripción y explicación de un sistema, proceso o situación. Efectivamente, permiten evaluar, de manera sencilla y fiable, los aspectos complejos de un proceso organizacional. Constituyen así, elementos esenciales, puntos de referencia, y forman parte integrante de las actividades de seguimiento y evaluación.

Eficacia: Considera el efecto de lo que se hace ya sea de un producto o servicio que se presta, para esto no es solo necesario que se presente un producto o servicio de calidad sino también que tenga la capacidad de lograr objetivos incluyendo el entorno y que estos impacten en el mercado. Con esto la eficacia reconoce que es lo más oportuno para la organización y el entorno (García, Cazallo, & Mercado, 2019, pág. 4).

Eficiencia: Hace énfasis en los resultados que se logran alcanzar, es decir, si se obtiene un resultado alto y se minimizo tiempo, recurso y esfuerzo su eficiencia incrementa. Entonces la eficiencia además de lograr sus resultados también ayuda a que los individuos tengan un óptimo desempeño en las empresas y el entorno (García, Cazallo, & Mercado, 2019, pág. 5).

1.2.2 *Desarrollo*

Para Mujica & Rincón (2010) el desarrollo es concebido como un proceso de cambio social, deliberado, cuyo objetivo es la igualación de oportunidades sociales, políticas y económicas, tanto en el plano nacional como en las relaciones con otras sociedades más avanzadas, que coloca el acento en la acción, en los instrumentos de poder político y en las propias estructuras de poder para la orientación, eficacia, intensidad y naturaleza del cambio.

1.2.2.1 *Desarrollo Empresarial*

El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación; alcanzar un desarrollo empresarial le permitirá al empresario de una Pyme aprovechar las oportunidades que se le presentan a la empresa en un entorno globalizado (Pozos, 2016). La perspectiva del desarrollo empresarial es que genera y abre mercados hacia una mayor competitividad, por ende, la mayor parte de las empresas quieren crecer no solo a nivel local si no a nivel nacional y para permitir llegar a ese nivel es necesario que la creatividad y el cambio sea siempre constante.

Niveles de desarrollo empresarial

Según (Gonzalez, 2014, pág. 88) existen dos grandes niveles el primero es desde el nivel de la economía o también llamado nivel macro y el segundo es desde el nivel empresarial o nivel micro.

Nivel macro: Desde el nivel económico las empresas son quienes comprueban nuevas estrategias, para que estas empresas funcionen y tengan un mejor desarrollo en el sector empresarial es necesario según (Gonzalez, 2014) que se establezcan incentivos desde los siguientes marcos:

- Macroeconómico y de políticas
- Sistema financiero
- Recursos Humanos

Nivel micro: Desde el nivel empresarial se trabaja dentro de las empresas, es decir, que con sus propios recursos pueden mejorar su sector e implementar nueva tecnología, mejorar su infraestructura y capacitar a todo su personal y así poder incrementar sus ventas. De igual manera a nivel micro según (Gonzalez, 2014) existe algunas formas de desarrollo empresarial:

- Desarrollo de mercado
- Desarrollo de producto
- Expansión

1.2.2.2 *Desarrollo Social*

El desarrollo social se centra en la necesidad de poner en primer lugar a las personas en los procesos de desarrollo. La pobreza no solo se refiere a los bajos ingresos; se trata también de la vulnerabilidad, la exclusión, las instituciones poco transparentes, la falta de poder y la exposición a la violencia. El desarrollo social promueve la *inclusión social* de los pobres y vulnerables empoderando a las personas, creando sociedades cohesivas y resilientes, y mejorando la accesibilidad y la rendición de cuentas de las instituciones a los ciudadanos (Mundial, 2019).

De acuerdo con (Barbero, Manuel, & Cortés, 2005) menciona que el desarrollo social es: un proceso por cuanto se obtiene como producto y consecuencia de un conjunto de políticas, planes, actividades y acciones, ejecutadas en un determinado contexto social, signado por el espacio en que se desenvuelve durante un tiempo determinado, en las cuales intervienen el Estado, la Sociedad Civil y la Empresa Privada.

El desarrollo social es el proceso por el cual la Sociedad y el Estado asumen su responsabilidad en la superación del conjunto de dificultades sociales, la liberación de capacidades individuales y colectivas, transformando y optimizando el uso sostenible de los recursos del país, logrando la cohesión, equidad e integración de la sociedad, dentro de un marco de competitividad sistémica en el contexto internacional (Ojeda, 2010, pág. 49).

1.2.2.3 *Desarrollo Sostenible*

Según López (2016) menciona que el desarrollo sostenible permite hacer frente a las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de futuras generaciones para lograr sus necesidades; y para conseguir este desarrollo, es necesario implicar y movilizar grandes fuerzas y poderes, por este motivo se destaca que para que ocurra un desarrollo sostenible es necesario contar con el impulso de varios sistemas entre ellos político, económico, social, productivo, tecnológico, internacional y administrativo.

El desarrollo sostenible es un proceso racional de fomento de las libertades y fertilización de las capacidades humanas, tanto de las generaciones presente, como de las futuras. Para ello debe apoyarse en lo local, endógeno y autóctono; fundado en una racionalidad liberadora que

proporcione una visión holística de la realidad y engendre soluciones ajustadas a las singularidades naturales y sociales (Cabalé & Rodríguez, 2017).

1.2.2.4 *Desarrollo Económico*

Para Martín (2011) El desarrollo económico se define como el proceso en virtud del cual la renta real per cápita de un país aumenta durante un largo periodo de tiempo. En otros términos, el desarrollo es un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad. También se conoce como proceso de transformación de la sociedad o proceso de incrementos sucesivos en las condiciones de vida de todas las personas o familias de un país o comunidad (p.2).

Según Aguilar (2018) menciona que: en el desarrollo económico deben existir instituciones políticas, económicas y sociales adecuadas, estables y confiables. Debe existir un gobierno organizado y eficaz, capaz de elaborar planes de desarrollo y cumplirlos. Debe contarse con una moneda sana y un sistema financiero eficiente y confiable. Los países necesitan establecimientos educativos suficientes para instruir y capacitar a toda su población, toda la población debe tener las oportunidades y los medios para estudiar, investigar y capacitarse progresivamente (p.2).

1.2.2.5 *Desarrollo Económico Local*

Surge como una posible estrategia para compensar las crisis que sufren las economías locales. Se presenta como una estrategia de desarrollo con base en acciones plasmadas en objetivos, para lograr la competitividad y la productividad, y garantizar la equidad en los beneficios y la protección del medio ambiente. Así mismo, se basa en la participación activa de los actores locales en la toma de decisiones, y se origina para atender aquellas necesidades básicas que no son resueltas ante la carencia de una estrategia nacional. Consecuentemente, Para Galmarini (2016) pretende mejorar la eficiencia en la asignación de los recursos, fomentar la equidad en la distribución de la riqueza y empleo y satisfacer las necesidades de la población local mediante el uso adecuado de los recursos naturales y ambientales (p.38).

1.2.2.6 *Estrategias Financieras en el Desarrollo económico local*

Las estrategias de desarrollo local han tomado diferentes manifestaciones en función del punto de origen desde donde se han activado, surgiendo en todos los casos como un proceso de aprendizaje motivado por la necesidad por parte de las economías locales de adaptarse a la nueva situación de

los mercados internacionales mediante el aumento de la competitividad y la productividad. Esto se puede resumir en dos tipos de alternativas posibles: conseguir la competitividad mediante un salto tecnológico y productivo y ajustando completamente la estructura productiva de la localidad; o seguir una estrategia de pequeños pasos mediante la transformación progresiva pero equilibrada del sistema económico de la localidad (Palacio, 2016).

La estrategia de desarrollo local se instrumentaliza a través de medidas de política de carácter multisectorial y sectorial, que actúan de manera sistemática sobre los factores de competitividad de cada territorio. Esto conduce a crear una red territorial especializada, bajo la forma de cadenas de valor, que ofrece oportunidades a las pequeñas y medianas empresas para que nazcan y se desarrollen en forma sostenible, gracias a la interrelación con los demás actores que forman el sistema y a la implementación de una red organizada y optimizada de servicios (p.38).

En un área rural, cuyos principales recursos son la tierra y sus productos de fruta y hortaliza. Para desarrollar su producción y empleo, tiene que mejorar, en primera instancia, la productividad y la calidad de sus productos, crear un sector agroindustrial que transforme el producto primario y abrir nuevos mercados a nivel local, regional, y nacional (Castelli & Canzanelli, 2005).

1.2.2.7 *Sector Empresarial*

Gestión Empresarial

El sistema de gestión empresarial actual ha llevado a producir según los deseos del cliente, para satisfacer sus gustos, por lo tanto, el departamento de mercados debe participar en el diseño de los productos, porque es el que tiene contacto directo con el mercado, la tendencia, los colores y el gusto de los consumidores (Berghe, 2016).

Elementos de los sistemas de gestión empresarial

Para la implementación de un sistema de gestión empresarial se hace necesario tener en cuenta todos los elementos que interviene, ya sea como actores o pasivos, conformando una integración dinámica que propicia beneficios mutuos a sus elementos. El principal aporte de este modelo de gestión se basa en rebasar el principio reduccionista donde la organización empresarial buscaba el beneficio a toda costa. Este cambio conjetura que la sola preocupación de una organización por la calidad resulte exigua para crear una imagen corporativa (Batista & Estupiñan, 2018).

Empresa

La empresa requiere de unas materias primas, por ejemplo, los minerales extraídos de las minas, un abogado para representar a un acusado y el dinero de un capitalista. Todo ello dirigido por el empresario, el cual establece que hay que hacer, cómo, cuándo, etc. Con todo ello, se puede dar cuenta que la empresa se relaciona continuamente con el entorno, puesto que éste le proporciona los factores productivos y le dice qué es lo que necesitan para que la empresa lo produzca. (Pérez M. D., 2015).

Objetivos de la empresa

Para Pérez (2015), los objetivos son:

- *Objetivos de rentabilidad:* Que centran a la empresa en la consecución del máximo beneficio, a través del control de gastos e ingresos (Pérez M. D., 2015).
- *Objetivos de crecimiento:* La empresa intentará extenderse en el mercado mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados (Pérez M. D., 2015).
- *Objetivos sociales:* En el mundo actual las posibilidades de trabajo, consumo, realización personal e integración social de la mayoría de los individuos dependen de las empresas. Por ello, la empresa tiene una amplia responsabilidad respecto de la sociedad (Pérez M. D., 2015).

Elementos de la empresa

Para el autor Conesa (2018) la empresa está compuesta de elementos humanos, materiales e inmateriales.

Elementos humanos: Son conocidos fundamentalmente como factores activos, en donde son los encargados de poner en funcionamiento la dinámica del sistema de la empresa, en este grupo se encuentran los propietarios de capital, socios, administradores, trabajadores o empleados.

Elementos materiales: Se conocen como los factores pasivos de la empresa, el cual son aquellos bienes vinculados a la actividad productiva tanto de las materias primas como a la maquinaria utilizada, dentro de este grupo están los bienes económicos de la empresa como materias primas, provisiones y muebles e inmuebles.

Elementos inmateriales: Constituyen los elementos que confieren a la empresa un valor, capacidad; son aquellos elementos no tangibles como la imagen, relaciones exteriores, cultura de la empresa, etc. pero que tienen un valor económico respecto a la empresa.

Funciones empresariales fundamentales

Según Conesa (2018) existen dos funciones importantes en el sector empresarial las cuales son las únicas que producen resultados en una empresa (p.5).

Área Comercial: El área comercial incluye áreas como investigar las necesidades de los consumidores, diseñar un producto que satisfaga las necesidades y a su vez determinar su precio de venta y canales de distribución adecuados.

Área de innovación: Se encarga de fomentar, analizar y llevar a cabo la investigación sobre los materiales o productos de la empresa, con el fin de aplicarlos a productos o servicios cubriendo las necesidades de los clientes o potenciales

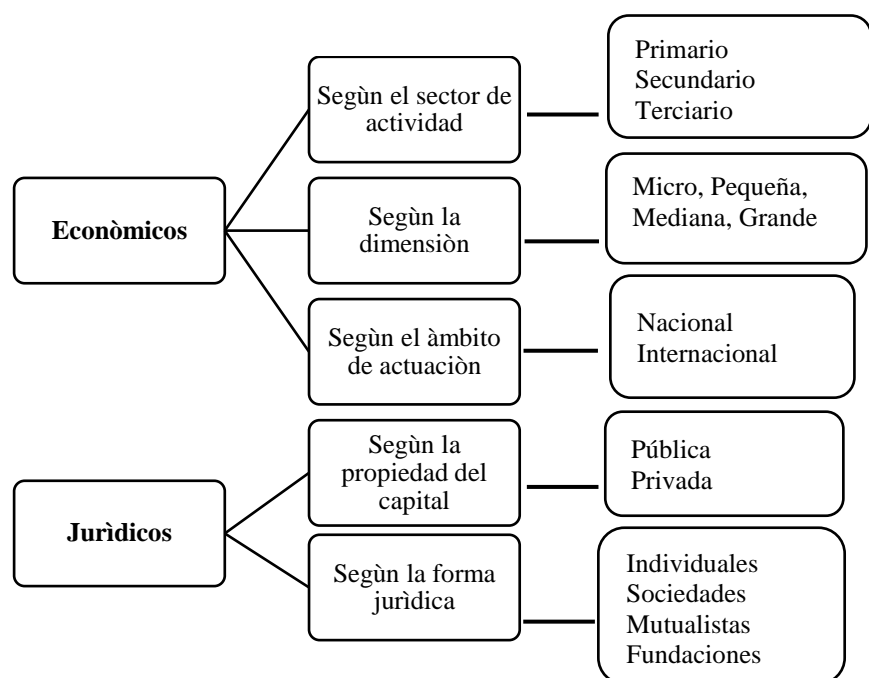


Gráfico 4-1: Tipos de empresas
Realizado por: Peralta K. (2021).

Para Conesa (2018) señala que existen dos tipos de empresas el económico y jurídico y están clasificadas de la siguiente manera:

Según el sector de actividad

- **Sector primario:** Son empresas que utilizan factores productivos que provienen directamente de la naturaleza como la agricultura, ganadería, pesca y explotaciones forestales. Se caracterizan por ser empresas de tipo individual.
- **Sector secundario:** Son empresas dedicadas a actividades transformadoras; es decir, son empresas industriales que han ido incorporando la tecnología hasta llegar a la presente estructura de industrialización.
- **Sector terciario:** Son empresas que se dedican al servicio, servicios destinados a la venta y alquiler, como transporte, hostelería, instituciones financieras y seguros (p.18).

Según su dimensión

A la hora de clasificar se establece que las microempresas están representadas hasta 9 trabajadores; pequeñas empresas de 10 a 49 trabajadores, medianas empresas de 50 a 249 trabajadores; y grandes empresas más de 250 trabajadores.

Una de las ventajas que tienen las pequeñas y medianas empresas es su mayor flexibilidad, lo que hace que exista una mayor adaptación al entorno cambiante. Por otro lado, las grandes empresas tienen más recursos físicos y humanos con la posibilidad de aprovechar economías de escala y a su vez tener un mayor poder de negociación con sus proveedores.

Según su ámbito de actuación

Para Conesa (2018)

- **Empresas nacionales:** son aquellas que abastecen la demanda de un único país en el que poseen todos sus activos y empleados (p.13).
- **Empresas internacionales:** son aquellas que traspasan, con su actividad, poseen activos y empleados en más de un país en donde llevan a cabo distintas actividades ya sean de comercio o producción (p.13).

Empresas según la propiedad de su capital

- **Empresas privadas:** lo define como el capital y la inversión realizada en estas empresas proviene de personas particulares que buscan obtener una rentabilidad y beneficios a través de su actividad económica (p.14).
- **Empresas públicas:** son empresas en el cual la mayoría del capital para realizar las actividades proviene del Estado y se utiliza para dar servicios a la población y no tienen por qué dar beneficios (p.14).

Según la forma jurídica

Según (Conesa, 2018) en función de su forma jurídica y la responsabilidad que tienen las empresas se distingue de la siguiente manera:

- **Empresario individual autónomo:** Están formadas por un único propietario, que asume todas las decisiones y el control de la empresa. Responde con todo su patrimonio de las deudas de la misma y todos los beneficios revierten sobre la persona, como único propietario.
- **Sociedades civiles:** Es un contrato privado en el cual dos o más personas se obligan a poner en común dinero, bienes o industria, con ánimo de partir entre si las ganancias.
- **Sociedad colectiva:** Es una sociedad personalista que desarrolla una actividad mercantil bajo una razón social, con la peculiaridad de que los socios responden de forma subsidiaria de las deudas sociales.
- **Sociedad comanditaria:** Es una sociedad de carácter personalista, en la que coexisten socios colectivos que aportan con su capital, los socios comanditarios tienen la responsabilidad limitada a su aportación.
- **Sociedades mercantiles:** Este tipo de sociedades se limita únicamente a la cifra de capital aportada, sin comprometer su patrimonio personal.
- **Sociedad de responsabilidad limitada:** Es una sociedad mercantil de carácter capitalista; en donde los socios limitan su responsabilidad a la aportación que hacen a la sociedad no respondiendo personalmente de los actos societarios, siendo esta la que responde al patrimonio.

- **Sociedades laborales (anónimas y limitadas):** Son sociedades cuyo capital es de los trabajadores por tiempo indefinido y a jornada completa. Se necesita tres socios mínimos y los socios trabajadores deben poseer al menos el 51% del capital social.
- **Mutualistas:** Son empresas constituidas por la agrupación voluntaria de varias personas, sin finalidad de obtener beneficios repartibles, sino de desarrollar una actividad económica al servicio de las necesidades de sus socios (p.16).

Factores Productivos

La empresa es un elemento fundamental de todo sistema económico, ya que adquiere una serie de factores productivos de la sociedad con los que produce una serie de bienes o presta una serie de servicios que serán adquiridos por la sociedad. Para la obtención de bienes y servicios, por tanto, la empresa emplea los siguientes factores: tierra, trabajo y capital, imprescindibles para que la empresa pueda funcionar y conseguir sus objetivos (Pérez M. D., 2015, pág. 4)

Tierra: Comprende de manera general todos los recursos naturales que se pueden utilizar para su producción la cual es indispensable para que una empresa pueda trabajar (Pérez M. D., 2015).

Trabajo: Es un conjunto de personas que trabajan dentro de una empresa y dedican su tiempo “tanto físico como intelectual, para la obtención de bienes y prestación de servicios”, en donde intervienen los trabajadores y los dueños de la empresa (Pérez M. D., 2015).

Capital: Este factor está constituido por las inversiones que se introducen en la empresa, como son: el dinero físico, las acciones y los bonos, además por los edificios, las maquinas, las patentes, las marcas y todos aquellos bienes que se utilizan para producir otros bienes (Pérez M. D., 2015).

1.3 Marco conceptual

Estrategia financiera: Es un proceso de planificación que la empresa debe seguir para obtener los recursos necesarios que financien todas aquellas actividades a realizar para lograr los objetivos definidos (Trenza, 2020).

Estrategia: Es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo (Pérez & Merino, 2019).

Desarrollo económico local: Manifiesta un proceso de evolución, cambio y mejora en las condiciones generales de bienestar y calidad de vida de los habitantes, como parte de un contexto espacial definido, nacional, regional o local, que supera la idea de crecimiento, medida en términos de la generación de valor y riqueza (Alarcón & González, 2018).

Crecimiento económico: El crecimiento en una empresa se establece con referencia a su mayor o menor productividad, y se entiende a la productividad como la habilidad o facultad de producir, lo que lleva implícito el reconocimiento del estado y la manera como fueron utilizados los diversos insumos en el proceso productivo (Delfin, 2016).

Empresa: Es un conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físico-espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa (Campos E. , 2015).

Competitividad: Se relaciona de manera directa con el posicionamiento, toda vez que una buena posición en el mercado queda determinada por aspectos diferenciales que se nutren de las ventajas competitivas. (Monterroso, 2016)

Innovación: Es un proceso clave de las empresas pues permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, y respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega. (Muñoz & Espinosa, 2018).

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

El enfoque cualitativo para (Cabezas, Andrade, & Torres, 2018) mencionan que:

Es un tipo de investigación sin mediciones numéricas, tomando encuestas, entrevistas, descripciones, experiencias de los investigadores, reconstrucción de hechos suscitados, no imponiendo en general la prueba de hipótesis como algo necesario en el proceso investigativo. El modo de ver las cosas las aprecia en su totalidad, como un todo, sin reducirlos a sus partes integrantes, las herramientas cualitativas intentar definir las preguntas de investigación. (p.65)

El enfoque cuantitativo para (Cabezas, Andrade, & Torres, 2018) mencionan que:

Su centro de apoyo está en el proceso de investigación a las medidas numéricas, se fundamenta y utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder las preguntas que se plantean en un inicio de la investigación. Este enfoque utilizar herramientas de análisis estadísticas, se tiene la idea de investigación, se formulan los objetivos, se derivan las hipótesis, se eligen las variables del proceso y mediante un proceso de cálculo se contrastan las hipótesis. (p.66)

El presente trabajo investigativo está encaminado a diseñar estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial y se enfocará en los campos administrativo y económico por lo que se utilizará la modalidad cualitativa y cuantitativa ya que se basará en estudios y variables y de igual manera se obtendrá datos actuales para sus respectivas interpretaciones.

2.2 Nivel de investigación

La investigación descriptiva para (Dalen & Meller, 2006) mencionan que:

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Según (Muñoz N. , 2011) la investigación exploratoria lo define como:

Una base importante en tanto advierte “dónde” pueden fallar las principales líneas de investigación, si los protocolos de investigación pueden continuar o si se proponen métodos, instrumentos y entrevistas apropiados o demasiados complejos.

Para el presente trabajo investigativo se utilizará la investigación exploratoria y descriptiva; la investigación exploratoria porque pretende buscar problemas que no se han desarrollado, es decir, que por medio de este nivel se dará soluciones al desarrollo local en el sector empresarial, seguido de la investigación descriptiva porque da a conocer las características de lo que está pasando en el sector con la ayuda de la recolección de información que esto nos permitirá analizar profundamente acontecimientos y dar a conocer las situaciones de dichos problemas.

2.3 Tipo de estudio

Investigación documental: Permitirá mejorar la información y a su vez fundamentar el proyecto de investigación detalladamente por medio de fuentes como libros, tesis, revistas, con el fin de obtener información veraz para dar soluciones al problema.

Investigación descriptiva: A través de este método se podrá estudiar cada paso de la situación actual del sector empresarial de la ciudad de Riobamba, y de esta manera llegar a proponer estrategias financieras que permitan promover y mejorar el desarrollo económico local.

Explicativo: Este método está enfocada en explicar cómo se encuentra actualmente el sector empresarial con el fin de determinar las causas y consecuencias para luego dar soluciones a las mismas.

2.4 Población y muestra

2.4.1 Población

Según (Arias, Villasis, & Miranda, 2016) la población la definen como: “Un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados (p.202).”

La población está conformada por todas las empresas existentes en la ciudad de Riobamba. Según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros para el año 2019 el cantón Riobamba dispone de 417 empresas del sector privado.

Tabla 1-2: Clasificación de las empresas del sector privado

Tipo de empresas	Número de empresas
Microempresas	292
Pequeñas	95
Medianas	23
Grandes	7

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros 2019

Realizado por: Peralta K., (2021).

2.4.2 Muestra

En palabras de (Lopez & Fachelli, 2015, pág. 6), mencionan que la muestra: “Es una parte o subconjunto de unidades representativas de un conjunto llamado población o universo, seleccionadas de forma aleatoria, y que se somete a observación científica con el objetivo de obtener resultados válidos para el universo total investigado.”

Para realizar las encuestas se procede a aplicar la siguiente fórmula estadística para el cálculo.

n: Tamaño de la muestra.

p: porcentaje de la población que tiene el atributo deseado = 0.5

q: porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 0.5

z: nivel de confianza = 1.96

N: Tamaño de la población = 417

E: Error máximo admisible = 0,10

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

$$n = \frac{1,96^2 * 417 * 0,5 * 0,5}{0,10^2 * (417 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{4004868}{51204}$$

$$n = 78,21$$

Se realizará 78 encuestas

2.5 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.5.1 Métodos

Inductivo

Según (Rodríguez & Perez, 2017) la inducción es: “Una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales.”

Este método parte de lo particular a lo general, dentro de la investigación se empleará para la obtención de información y diversos aspectos a través de hechos que han ocurrido y de esta manera encontrar el problema para así llegar a una conclusión.

Deductivo

Según (Prieto, 2017) el método deductivo se basa en: “El razonamiento el cual permite pasar de principios generales a hechos particulares, de igual manera basa sus cimientos en determinados fundamentos teóricos hasta llegar a configurar hechos o prácticas particulares.”

Mediante este procedimiento, se organizan hechos conocidos y se extraen conclusiones mediante una serie de enunciados, se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad, en este método se utilizará con el objeto de partir de aspectos generales de la investigación para llegar aspectos particulares.

Analítico

Según (Rodríguez & Perez, 2017, pág. 9) el método analítico es: “Un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes, permite estudiar el comportamiento de cada parte (p.9)”

Dentro de este método es importante analizar lo que está pasando en nuestro entorno económico, social y cultural para de esta manera tener claro que es lo que voy hacer y que impacta dentro del sector empresarial.

2.5.2 Técnica

Entrevista

Para Troncoso (2016) la entrevista lo definen como:

Una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador. También está consciente del acceso a los aspectos cognitivos que presenta una persona o a su percepción de factores sociales o personales que condicionan una determinada realidad. (p.330)

Esta técnica contribuirá con la información necesaria, la cual va a ser realizada al presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba el Dr. Delfín Córdova quien está a cargo de la organización para informar cuales son las debilidades que presenta el sector empresarial.

Encuesta

Según (Lopez & Fachelli, 2015) la encuesta es considerada como: “Una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (p.14).”

Es un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información; determina una serie de interrogantes en el cual se realiza preguntas mediante cuestionarios con el propósito de conocer lo problemas existentes en el sector empresarial.

Observación

Para (Campos & Lule, 2012) la observación puede ser entendida como:

La forma más sistematizada y lógica para el registro visual y verificable de lo que se pretende conocer; es decir, es captar de la manera más objetiva posible, lo que ocurre en el mundo real, ya

sea para describirlo, analizarlo o explicarlo desde una perspectiva científica; a diferencia de lo que ocurre en el mundo empírico, en el cual el hombre en común utiliza el dato o la información observada de manera práctica para resolver problemas o satisfacer sus necesidades. (p.49)

Se utilizará esta técnica para observar el comportamiento del sector empresarial y como suceden en su medio naturaleza.

2.5.3 Instrumentos

Guía de entrevista

Según (Lopez & Fachelli, 2015) mencionan que: “Es un protocolo para el encuestador que va desde la selección hasta la finalización de la entrevista, que debe ser recordado que debe y que no, a presentación de material como tarjetas, los filtros, que liga con el conocimiento del cuestionario.”, el cual estos contienen preguntas y aspectos importantes a analizar a los entrevistados para de esta manera receptor una respuesta adecuada a nuestras interrogantes (p.25).

Cuestionario

Según (Meneses & Rodriguez, 2011) mencionan que: “El cuestionario es el instrumento estandarizado que se utiliza para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas, fundamentalmente, las que se llevan a cabo con metodologías de encuestas.”, el cual se aplicará a todo el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Ficha de observación

Para (Cabezas, Andrade, & Torres, 2018) la ficha de observación lo definen como:

Instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática; son el complemento del diario de campo, de la entrevista y son el primer acercamiento del investigador a su universo de trabajo.

La ficha de observación es otra de las herramientas que será aplicada al sector empresarial, para ver la situación actual mediante la observación del investigador.

2.6 Análisis e interpretación de resultados

2.6.1 *Entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba*

La entrevista está dirigida exclusivamente al presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba lo cual nos permitirá ver su punto de vista del desarrollo económico local en el sector empresarial y así mismo conocer su criterio.

1. ¿Desde qué año la Cámara de Comercio está inmerso en el sector empresarial Riobambeño?

Se establece en la ciudad de Riobamba una asociación con el nombre de Cámara de Comercio de Riobamba, su fundación se efectúa en el año 1889.

2. ¿De qué manera la Cámara de Comercio de Riobamba influye en el sector empresarial local?

Nuestros intereses son los intereses del país y de todos sus habitantes, el sector comercial es uno de los sectores productivos más importantes, generadores de empleo, somos uno de los sectores que más contribuye con impuestos al erario nacional y eso significa más escuelas, más hospitales, más solidaridad.

3. ¿Considera usted que la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba promueve constantemente el desarrollo económico local?

Nuestro principal objetivo es promover el comercio, con visión nacional defendiendo una economía libre, solidaria y competitiva, representando los intereses de todos sus socios, brindando servicios de calidad y desarrollando propuestas y acciones que contribuyan al progreso de Riobamba y del país.

4. ¿Qué sectores considera usted que se deben fortalecer para promover el desarrollo económico local en la ciudad?

De los sectores manufacturero, exportador, comercial, alimentos, construcción y pequeña industria. Desde los gremios empresariales se sostiene que el país vive una recesión que aún no se ha superado y cuyos efectos se sentirán hasta finalizar el año. La situación fiscal es el problema

que más inquieta, sobre todo con la estructura actual de la deuda pública (alto intereses y plazos cortos de pago).

5. ¿Cree usted que existen trabas por parte del gobierno local cuando empresas nacionales e internacionales desean invertir en el cantón Riobamba?

Sin duda alguna se encuentran trabas para debilitar al sector empresarial es por ello que, muchos emprendedores han perdido sus locales debilitando la economía sustentable del país.

6. ¿Considera usted que hacen falta leyes que ayuden a promover el desarrollo local en Riobamba?

Se debería implementar leyes que no sean agresivas para el emprendedor el mismo que tenga un beneficio tanto para los empresarios como al gobierno local, sería importante implementar recursos que refuercen el desarrollo local.

7. ¿Cuáles cree usted que son las causas que afectan en el no desarrollo del sector empresarial de Riobamba?

Falta de recursos económicos

Falta de apoyo a los empresarios

El no explotar correctamente los recursos existentes

Las normativas mal formuladas

8. Actualmente ¿Como Cámara de Comercio han identificado debilidades en el sector empresarial? ¿Y de qué manera les están fortaleciendo?

Nos hemos visto en la necesidad de bajar los costos de afiliación para todos aquellos que deseen afiliarse a la institución, la Cámara de Comercio respalda al socio defendiendo sus intereses ante cualquier intento de perjuicio o afectación en su actividad comercial legítima.

9. ¿Cómo calificaría el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado al desarrollo económico local de la ciudad?

Se han visualizado cambios en la ciudad los mismos que han tomado tiempo y trabajo efectuarlos, más allá de ser un representante de una institución hoy hablo como ciudadano es responsabilidad

de las autoridades hacer que Riobamba se fortalezca y sea considerado como un modelo de gestión organizada.

10. ¿Considera usted que un diseño de estrategias financieras ayudaría a promover el desarrollo económico local en el sector empresarial del cantón Riobamba?

Efectivamente en el desarrollo de cualquier estrategia de negocio se determinaría la meta, su punto final deseado. El objetivo sienta las bases para el desarrollo de medidas y acciones concretas que las empresas necesitan para alcanzar los objetivos propuestos. Así, por ejemplo, el objetivo podría ser el de aumentar la cuota de mercado o mejorar el ornato de la ciudad.

Análisis de la entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de Riobamba

La Cámara de Comercio de Riobamba está inmerso en el sector empresarial desde hace mucho tiempo atrás, el principal sector el cual para ellos es un importante generador de empleo es el sector comercial ya que es uno de los sectores que más contribuye al país. Otro de los sectores que el cantón Riobamba necesita promover para un mejor desarrollo económico local es el sector manufacturero y comercial, la razón de que no se fortalezcan estos sectores es debido a la situación económica que atraviesa el Ecuador ya que existen altos intereses y cortos plazos de pago lo que debilita aún más el sector empresarial.

En el cantón Riobamba hacen falta leyes en donde ayuden a promover el desarrollo económico local y que estas favorezcan al emprendedor, es decir, que no existan trabas por parte del gobierno local al momento en que empresas nacionales e internacionales deseen invertir en la ciudad; una de las causas por las que no existe un buen desarrollo local es la falta de recursos económicos, falta de apoyo a los empresarios y normativas mal formuladas.

Por otro lado, el Gobierno Autónomo descentralizado de Riobamba son quienes deberían dar apoyo constante al sector empresarial ya que son los encargados de hacer que la economía se fortalezca en la ciudad y exista un mejor desarrollo económico local de manera que sea considerado como un modelo de gestión organizada. Por esta razón es necesario que se diseñen estrategias financieras que sean la base para el desarrollo de medidas y acciones concretas que necesitan las empresas de Riobamba para alcanzar sus objetivos.

2.6.2 Análisis de las encuestas aplicadas al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

1. ¿A qué sector pertenece su empresa?

Tabla 2-2: ¿A qué sector pertenece su empresa?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Manufacturera	3	3,85%
Comercial	20	25,64%
Servicios	53	67,95%
Otros	2	2,56%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Peralta K. (2021).

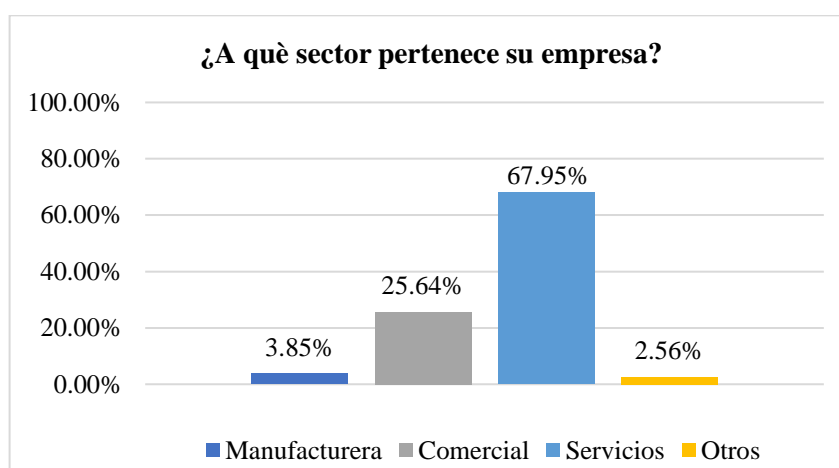


Gráfico 1-2: ¿A qué sector pertenece su empresa?

Realizado por: Peralta K. (2021)

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a que sector pertenece la empresa, se determina que el 3,85% es manufacturera, seguido de un 25,64% comercial, subsiguientemente el 67,95% es de servicios y finalmente 2,56% corresponde a otros. Se observa que la mayor cantidad de empresas en la ciudad de Riobamba pertenecen al sector de servicios en donde se encuentran las actividades de transporte, turismo, construcción e inmobiliaria que cumplen con las necesidades de las personas.

2. ¿Innova permanentemente su actividad económica?

Tabla 3-2: ¿Innova permanentemente su actividad económica?

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuentemente	10	12,82%
Frecuentemente	18	23,08%
Ocasionalmente	50	64,10%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Peralta K. (2021)

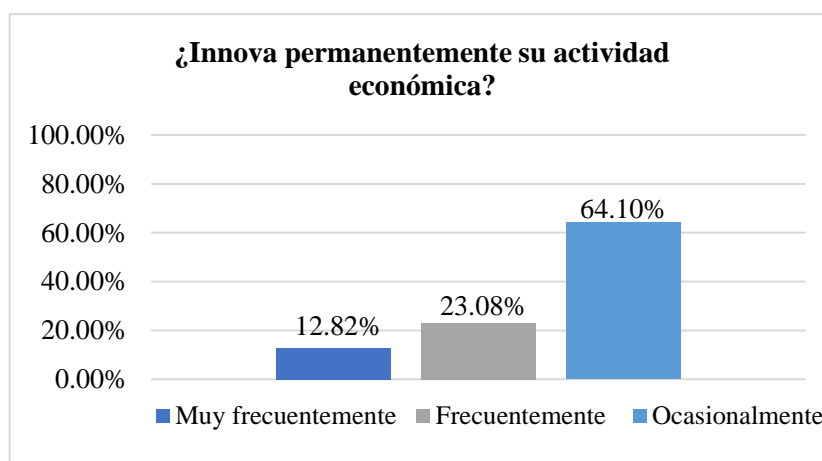


Gráfico 2-2: ¿Innova permanentemente su actividad económica?

Realizado por: Peralta K. (2021)

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a la innovación en su actividad económica, se determina que el 12,82% muy frecuentemente innova su actividad económica, seguido por 23,08% frecuentemente y finalmente el 64,10% ocasionalmente. Se observa que la mayor cantidad de empresas en la ciudad de Riobamba innova su actividad económica ocasionalmente esto puede ser debido a la falta de un foco estratégico en la cual les ayude a mejorar eficientemente y así obtener mayores beneficios económicos.

3. ¿Considera usted que la iniciativa de su actividad económica le ha permitido salir adelante?

Tabla 4-2: Actividad económica

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	24	30,77%
De acuerdo	50	64,10%
Indeciso	4	5,13%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba
Realizado por: Peralta K. (2021)

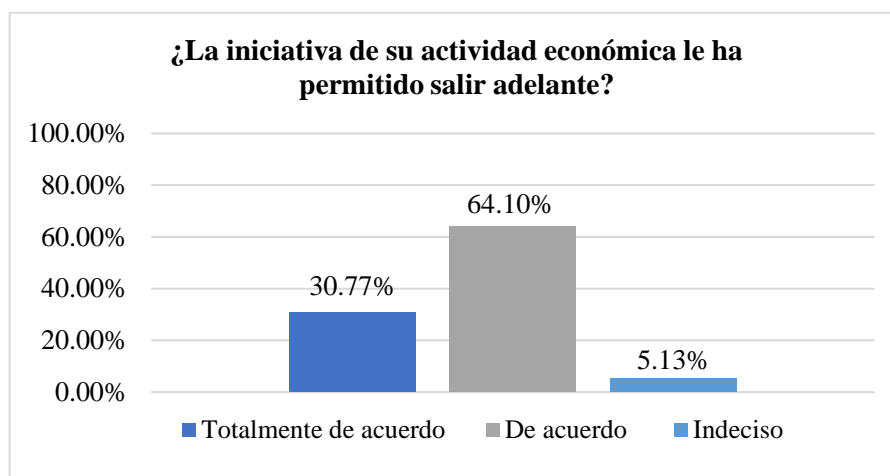


Gráfico 3-2: ¿Considera usted que la iniciativa de su actividad económica le ha permitido salir adelante?

Realizado por: Peralta K. (2021)

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a la iniciativa de su actividad económica si le ha permitido salir adelante, se determina que el 30,77 % está totalmente de acuerdo, seguido por el 64,10% de acuerdo y finalmente el 5,13% está indeciso. Se observa que la mayor parte de las empresas está de acuerdo que su actividad económica les ha permitido salir adelante. De modo que se sienten satisfechos a pesar de las circunstancias y la situación económica que atraviesa el país.

4. ¿Cuáles son las principales problemáticas que usted como empresario(a) encuentra en la ciudad?

Tabla 5-2: Las principales problemáticas que tiene el empresario

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de financiamiento	34	43,59%
Alto nivel de competencia	4	5,13%
Escasas oportunidades de crecimiento	40	51,28%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Peralta K. (2021)

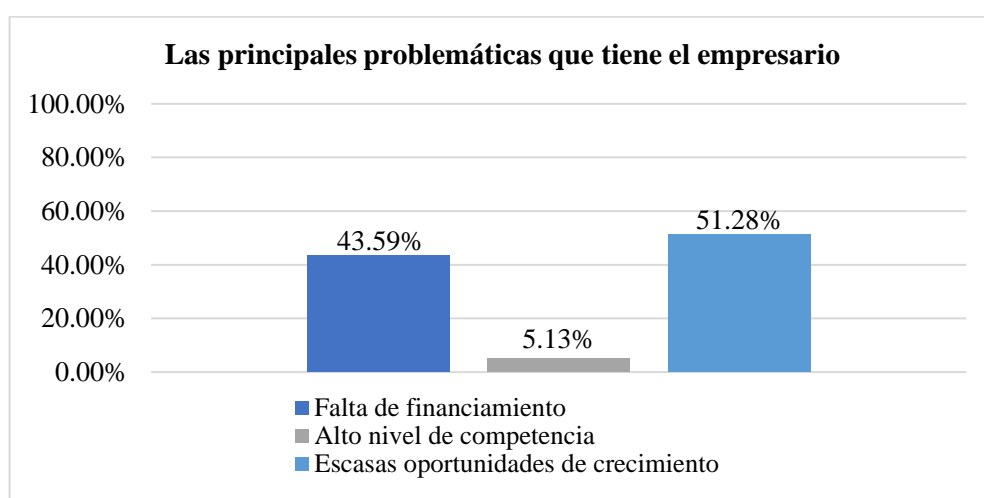


Gráfico 4-2: Las principales problemáticas que tiene el empresario.
Realizado por: Peralta K. (2021).

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a las principales problemáticas que como empresario(a) encuentra en la ciudad, se determina que el 43,59% es por falta de financiamiento, seguido del 5,13% por un alto nivel de competencia y finalmente un 51,28% por escasas oportunidades de crecimiento. Se observa que la mayor parte de las empresas mencionan que las principales problemáticas que se encuentra en la ciudad son por escasas oportunidades de crecimiento y muestran que es responsabilidad del GADMR impulsar y ayudar a las empresas sin trabas, sin poner en riesgo a los negocios para su funcionamiento el cual necesitan salir adelante para de esta manera tener un crecimiento en el desarrollo económico de la ciudad.

5. ¿Considera usted que existe suficiente ayuda por parte de las instituciones financieras para apoyar sus actividades económicas?

Tabla 6-2: Percepción de ayuda por parte de las instituciones financieras.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	0	0,00%
De acuerdo	18	23,08%
Indeciso	60	76,92%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba
Realizado por: Peralta K. (2021)

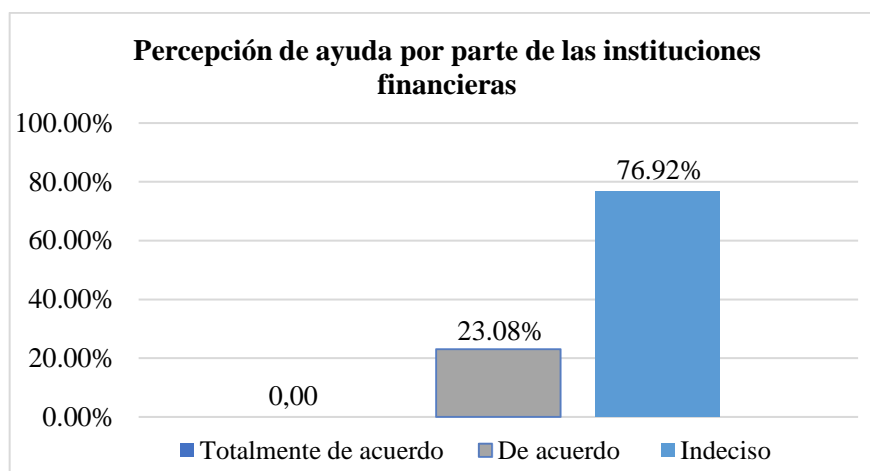


Gráfico 5-2: Percepción de ayuda por parte de las instituciones financieras
Realizado por: Peralta K. (2021)

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a la suficiente ayuda por parte de las instituciones financieras para apoyar las actividades económicas, se determina que el 23,08% está de acuerdo y un 76,92% está indeciso. Se observa que la mayoría de las empresas están indecisos ya que para ellos existe pocas posibilidades de acceso al momento de pedir un crédito, en cuanto a requisitos y en su gran mayoría han sido negados por la pandemia Covid-19.

6. ¿Cómo calificaría el desarrollo económico local en la generación de empleo?

Tabla 7-2: Calificación del desarrollo económico local en la generación de empleo

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Adecuado	0	0,00%
No adecuado	64	82,05%
Parcialmente adecuado	14	17,95%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba
Realizado por: Peralta K. (2021)

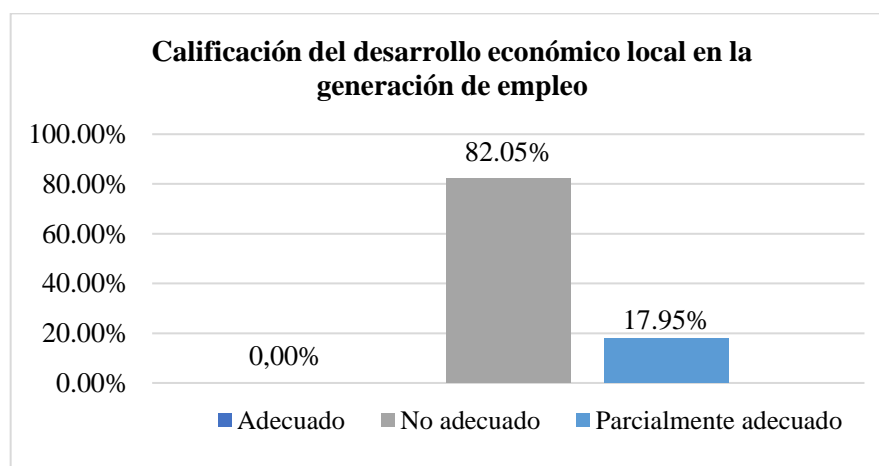


Gráfico 6-2: Calificación del desarrollo económico local en la generación de empleo

Realizado por: Peralta K. (2021)

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a la calificación del desarrollo económico local en la generación de empleo, se determina que el 82,05% no es adecuado y un 17,95% es parcialmente adecuado. Se observa que la mayor parte de las empresas califica como no adecuado al desarrollo económico local en la generación de empleo ya que se requiere un acuerdo con instituciones para obtener un mejor resultado entre los actores de desarrollo y así lograr un buen desempeño y participación de la localidad.

7. ¿Consideraría usted que su actividad económica aporta con el desarrollo económico local de la ciudad?

Tabla 8-2: Aporte de la actividad económica de la ciudad.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	40	51,28%
Casi siempre	30	38,46%
En ocasiones	8	10,26%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Peralta K. (2021)

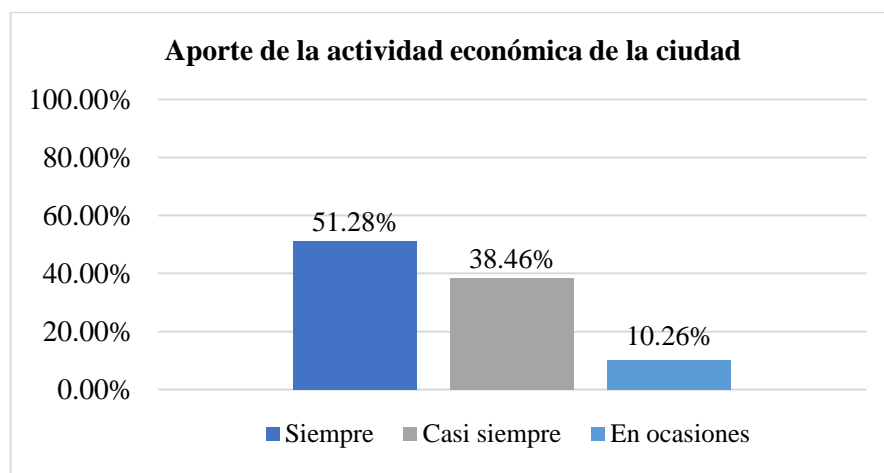


Gráfico 7-2: Aporte de la actividad económica de la ciudad.

Realizado por: Peralta K. (2021).

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a si la actividad económica de cada una de las empresas aporta con el desarrollo económico local, se determina que el 51,28% es siempre, seguido por el 38,46% casi siempre y finalmente un 10,26% en ocasiones. Se observa que la mayor parte de las empresas consideran que su actividad económica aporta con el desarrollo económico local en la ciudad. De manera que ellos son el motor que mueve la economía y son la fuente principal para generar empleo en la ciudad.

8. ¿Cómo consideraría usted que el GADM de Riobamba apoya al desarrollo económico local?

Tabla 9-2: Apoyo al desarrollo económico por parte del GADM

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A través de ordenanzas	20	25,64%
A través de ferias ciudadanas	50	64,10%
Medidas de inclusión empresarial	8	10,26%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba
Realizado por: Peralta K. (2021)

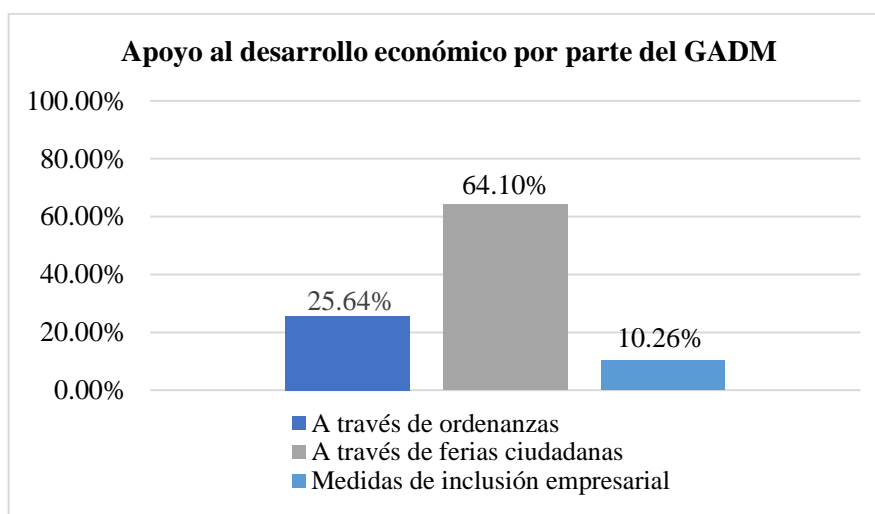


Gráfico 8-2: Apoyo al desarrollo económico por parte del GADM
Realizado por: Peralta K. (2021).

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a cómo las empresas consideran que el GADM de Riobamba apoya al desarrollo económico local, se determina que el 25,64% es a través de ordenanzas, seguido de un 64,10% a través de ferias ciudadanas y finalmente un 10,26% por medidas de inclusión empresarial. Se observa que la mayor parte de las empresas consideran que el GADM de Riobamba apoya al desarrollo económico local a través de ferias ciudadanas. Aunque la mayoría de empresas mencionan que se debe fortalecer más no solo las ferias ciudadanas sino también capacitaciones en donde beneficien a nuevos emprendimientos para de esta manera hacer conocer sus productos y servicios y mejorar la economía local.

9. ¿De qué manera a su criterio, debe el GADM impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes para mejorar el desarrollo económico local en la ciudad?

Tabla 10-2: Formas de impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Financiamiento	10	12,82%
Medidas que promuevan el crecimiento y estabilidad económica	40	51,28%
Potenciar la innovación	28	35,90%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Peralta K. (2021).

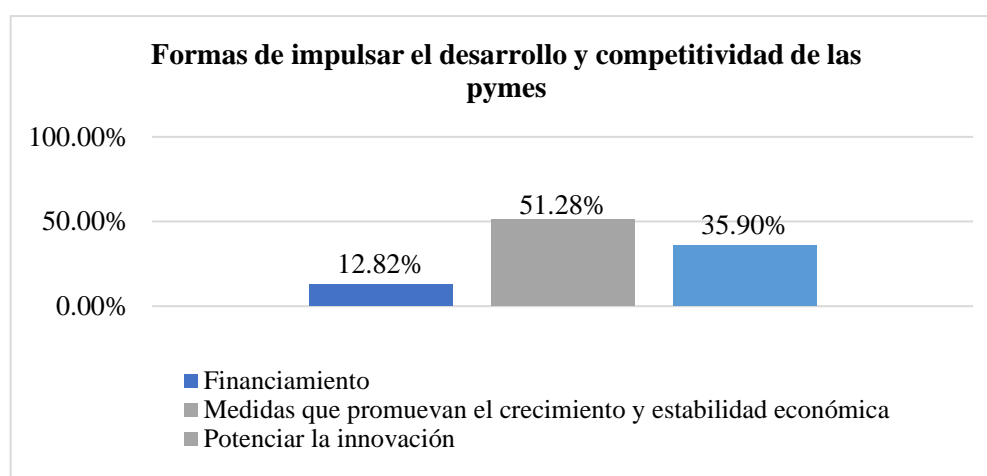


Gráfico 9-2: Formas de impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes

Realizado por: Peralta K. (2021).

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente a de qué manera el GADM debe impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes para mejorar el desarrollo económico local en la ciudad se determina que el 12,82% por financiamiento, seguido de un 51,28% por medidas que promuevan el crecimiento y estabilidad económica y finalmente un 35,90% potenciar la innovación. Se observa que la mayor parte de las empresas optan por medidas que promuevan el crecimiento y estabilidad económica, sin embargo, se debe implementar varias estrategias para un mejor crecimiento y de esta manera impulsar cada una de las empresas existentes en la ciudad.

10. ¿Califique el nivel de desarrollo económico local en la cual se encuentra el cantón Riobamba en la actualidad?

Tabla 11-2: Nivel de desarrollo económico local del cantón Riobamba en la actualidad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	0	0,00%
Bueno	13	16,67%
Regular	65	83,33%
Malo	0	0,00%
TOTAL	78	100,00%

Fuente: Encuesta realizada al sector empresarial de la ciudad de Riobamba
Realizado por: Peralta K. (2021).

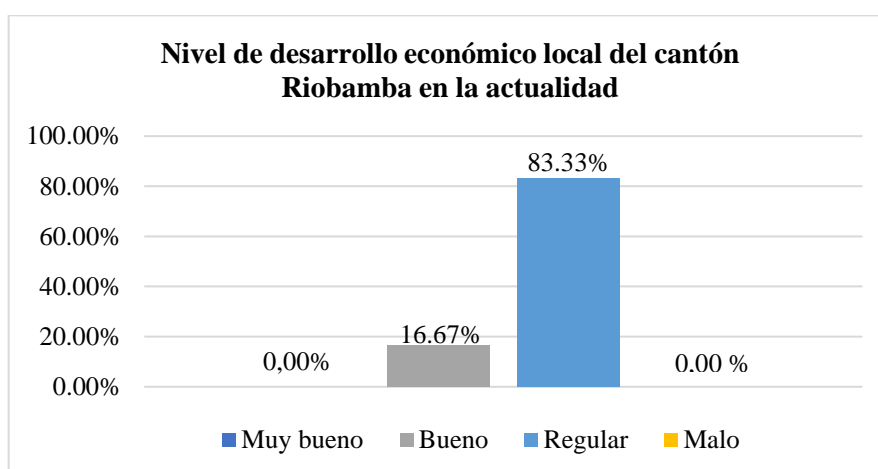


Gráfico 10-2: Nivel de desarrollo económico local del cantón Riobamba en la actualidad

Realizado por: Peralta K. (2021).

Análisis e interpretación: Del total de las empresas encuestadas referente al nivel de desarrollo económico local en el cual se encuentra el cantón Riobamba en la actualidad se determina que el 16,67% representa a bueno y un 83,33% representa a regular. Se observa que la mayor parte de las empresas consideran que el nivel de desarrollo económico local en el que se encuentra el cantón Riobamba en la actualidad es Regular, es necesario que el GADM de Riobamba apoye e impulse la inversión de las empresas privadas para el beneficio y el desarrollo económico de la ciudad.

2.6.3 Análisis de los resultados obtenidos bajo la técnica de la Observación

En base a los datos recopilados sobre el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba, se puede evidenciar que la mayor parte de empresas se encuentra en el sector de servicios seguido del sector comercial, tras la investigación se puede observar que Riobamba no es una ciudad comercial y esto debido a que la mayoría de empresas encuentran trabas al

momento de invertir o muchos de ellos han perdido sus locales y esto debilita no solo al sector empresarial si no también al desarrollo económico de la ciudad.

Así mismo, la mayor parte de las empresas están de acuerdo que el GADM para impulsar el desarrollo y competitividad de las PYMES se deben tomar medidas que promuevan el crecimiento y estabilidad económica de igual manera consideran que la generación de empleo en la ciudad no es adecuado ya que varios de ellos mencionaron que debe existir apoyo por parte del gobierno local y varias instituciones para tener mejores resultados con los actores de desarrollo y de esta manera lograr un buen desempeño y participación de la localidad.

Por otro lado, mediante la entrevista realizada se mencionó que existe falta de apoyo a los emprendedores, falta de recursos económicos por lo que es responsabilidad del gobierno local hacer que la ciudad se fortalezca, se implementen recursos que refuercen la economía local y sea considerado como un modelo de gestión organizada y un diseño de estrategias sería el punto final deseado para cada una de las empresas existentes que necesitan alcanzar objetivos propuestos. Para el diseño de estrategias financieras se planteará acciones, objetivos, cronograma e indicadores de gestión tomando en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el sector empresarial.

CAPÍTULO III

3. MARCO PROPOSITIVO

3.1 Título

Diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

3.1.1 *Introducción*

La presente propuesta acerca de un diseño de estrategias financieras, permite observar por medio de las encuestas realizadas la situación actual del sector empresarial de la ciudad de Riobamba, lo cual permite tomar decisiones con el fin de lograr el crecimiento y fortalecimiento del desarrollo económico local. Por lo tanto, se propone elaborar un Diseño de estrategias financieras en el que se plantean acciones, objetivos, cronograma e indicadores de gestión tomando en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el sector empresarial.

Por lo tanto, se procedió a un análisis de factibilidad económico, financiero y tecnológico en el que se identifica el comportamiento de las empresas existentes de la ciudad de Riobamba que influyen de manera positiva y negativa al desarrollo económico local, de igual manera se procede a la determinación y análisis de variables, una vez realizado este procedimiento se plantean estrategias para mejorar e innovar al sector empresarial de manera que sea un aporte en la económica del cantón Riobamba.

3.1.2 *Objetivo General de la propuesta*

Diseñar estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

3.1.3 *Objetivos Específicos de la propuesta*

- Diagnosticar la situación del sector económico de las empresas existentes del cantón Riobamba mediante un análisis de factibilidad.
- Estructurar los componentes que conformarán el Diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local.
- Elaborar un diseño de estrategias financieras considerando la situación actual del sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

3.2 **Contenido de la propuesta**

- Antecedentes del sector empresarial en la ciudad de Riobamba
- Análisis del crecimiento y desarrollo económico local
- Determinación de variables
- Diagnóstico estratégico del sector empresarial
- Diseño de estrategias financieras

3.2.1 *Antecedentes del sector empresarial en la ciudad de Riobamba*

En Ecuador, la estructura empresarial está representada por las MiPymes con un 99,5% según el INEC, generando el 34,3% del empleo del país. El segmento de mayor participación son las microempresas con un 81%, seguido de las pequeñas empresas con 15,3%, las medianas con un 3,2% y las grandes empresas con 0,5%. De modo que, es de tal importancia para la economía de un país, es decir, produciendo, añadiendo un valor agregado a los productos con la finalidad de generar riqueza y empleo para un mejor desarrollo económico.

En el país, las Provincias que más empresas se concentran son Pichincha, Guayas, Manabí, Azuay y El Oro con el 62,1% del total; y en la Provincia de Chimborazo con el 3,2%.

Tabla 1-3: Participación de tipo de empresas en Ecuador y la ciudad de Riobamba

Tipo de empresas	N° de empresas Ecuador %	N° de empresas Riobamba %
Microempresas	81%	70,0%
Pequeñas	15,3%	22,78%
Medianas	3,2%	5,5%
Grandes	0,50%	1,68%
Total	100%	100%

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros 2019

Realizado por: Peralta K. (2021).

La ciudad de Riobamba es el principal proveedor de servicios y productor de materias primas, es el mercado referencial y el punto estratégico de la economía y comercio de la provincia de Chimborazo. Las actividades económicas del cantón están directamente relacionadas con su ubicación geográfica. Actualmente, según el INEC, Riobamba tiene 225.741 habitantes siendo la ciudad más poblada de la Provincia.

Por su parte, el sector empresarial del cantón Riobamba está constituido por microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas con un impacto del 65,19% promedio del Valor Agregado Bruto (VAB) lo cual demuestra la importancia que tiene el sector empresarial en la economía de la ciudad. Se destaca el sector de servicios con un 39,03%; manufactura con un 12,97%; comercio con un 11,73% y otros con un 1,46%. El sector empresarial de la ciudad de Riobamba en si se caracteriza por ser en su mayoría microempresas, que a su vez las empresas más representativas están vinculadas en el sector de servicios y comercial.

3.2.2 *Análisis del crecimiento y desarrollo económico local*

La economía de la ciudad de Riobamba según el Banco Central del Ecuador (2019), es sostenida por diferentes sectores como la agricultura, ganadería, silvicultura, manufactura, comercio, servicios, actividades financieras, administración pública, y otros servicios.

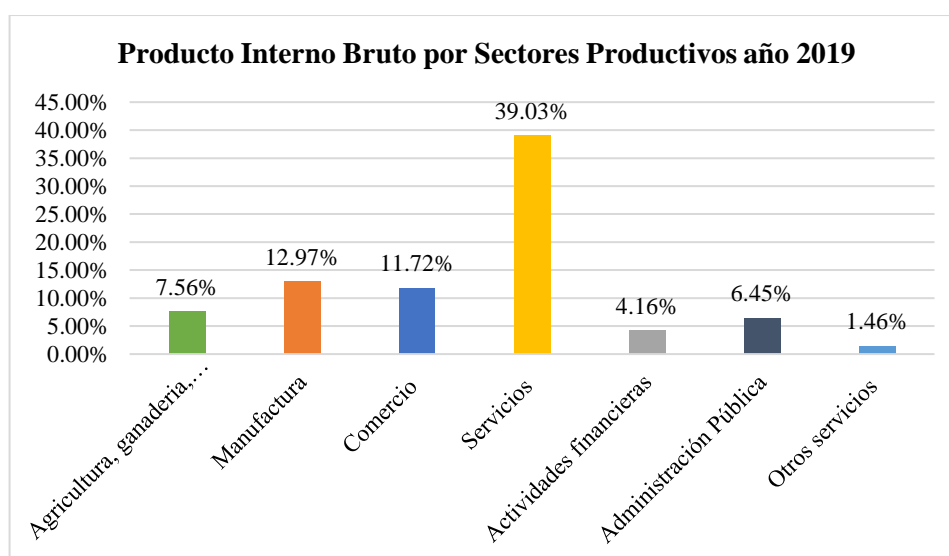


Gráfico 5-3: Producto Interno Bruto por sectores productivos año 2019
Realizado por: Peralta K. (2021).

En la actualidad el cantón Riobamba en su gran mayoría han dejado de ser productores, ya que el sector económico ha tenido grandes cambios y se puede decir que los que tienen mayor impacto son el de servicio, comercio y manufactura siendo los sectores con mayores ingresos económicos y generadores de empleos para la ciudad, de manera que aportan a un mejor desarrollo económico

local y crecimiento económico, según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros en el cantón Riobamba existen 417 empresas de las cuales están representadas por sectores económicos como se observa a continuación:

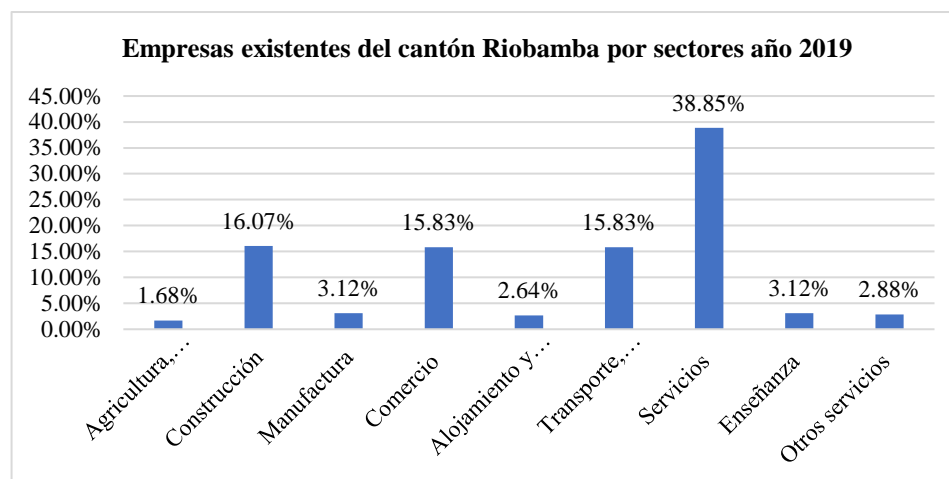


Gráfico 6-3: Empresas existentes del cantón Riobamba por sectores año 2019
Realizado por: Peralta K. (2021)

Se puede observar que dentro de las 417 empresas existentes del cantón Riobamba el sector que más empresas tiene y contribuye a la economía del cantón es el de servicios con un 38,85%; seguido del sector de construcción con un 16,07%; el sector comercial y de transporte con un 15,83% y el sector de manufactura y enseñanza con un 3,12%, estos últimos dos sectores a pesar de que existen pocas empresas en cuanto al sector manufactura y enseñanza tienen mayores ingresos, es decir, aportan al crecimiento económico del cantón.

Así mismo, se determinó la evolución de ocho empresas que obtuvieron mayores ingresos en el año 2019 en el cantón Riobamba según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros como se puede observar a continuación:

Tabla 2-3: Evolución de las empresas que obtuvieron mayores ingresos año 2019.

Compañía	Tamaño	Activos	Patrimonio	Ingreso Total
Unión Cementera Nacional, UCEM S.A.	Grande	\$ 514.762:946	\$ 296.748.710	\$ 143: 809.083
Empresa Eléctrica Riobamba S.A	Grande	\$ 183:731.228	\$ 158.471.296	\$ 37.066.586,50
Mendogas S.A	Mediana	\$ 5.074.984,61	\$ 3: 520.805,87	\$ 4.213: 611,32
Supermercado y comisariato Hortencia Vargas de Jara e Hijos CIA.LTDA.	Mediana	\$ 2:810.625,12	\$ 1.332: 083,54	\$ 4.252: 799,13
Rioempres Tours S.A	Pequeña	\$ 978.245,19	\$ 15.354	\$ 999.268,88
Albergue Turístico Abraspungo CIA.LTDA	Pequeña	\$ 1.147.718,36	\$ 175.771,76	\$ 842: 962,13
Transportes Condorazo S.A	Micro-empresa	\$ 248.527,21	\$ 237.224,57	\$ 45.069,15
Colomar Constructora CIA.LTDA.	Micro-empresa	\$ 167.709,50	\$ 66.703,09	\$ 151.505,10

Fuente: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros 2019.
Realizado por: Peralta K. (2021).

De este grupo de empresas se puede considerar que la actividad que genera mayores ingresos es el sector de servicios, en este caso la empresa que más aporta al desarrollo económico del cantón Riobamba dentro del sector de servicios es la Empresa Eléctrica el cual para el año 2019 obtuvieron un ingreso total de \$37.066.586,50. Este grupo de empresas al igual que el resto de empresas que pertenecen al sector empresarial de la ciudad aportan en gran magnitud al crecimiento económico del cantón ya que son la principal fuente generadora de empleo y por ende es necesario que exista apoyo por parte del gobierno local.

Por otra parte, es necesario también mencionar que la incorporación de la tecnología es un factor fundamental para el éxito y desarrollo de las empresas de manera que es una inversión para las empresas innovar con el fin de mejorar procesos, servicios y calidad en sus productos y en sus clientes que a su vez beneficia no solo al sector sino también a la economía local.

En la actualidad, la innovación tecnológica ha pasado a ser una herramienta a la cual todo negocio debe estar actualizado, como es el caso de las empresas existentes del cantón Riobamba que deberían tomar en consideración que la forma de hacer negocios ha ido evolucionando como por ejemplo la utilización de redes sociales para promocionar y vender sus productos y tiendas electrónicas el cual ayuda al crecimiento y estabilidad de sus empresas. Según un informe del INEC en el 2015, en Ecuador el 66,77% de las empresas pertenecientes a los sectores económicos invierten en Tecnologías de la Información y Comunicación, de este porcentaje el sector de manufactura es el que mayor aporta con un 24,6%, seguido del sector comercial con un 23,9% y finalmente el sector de servicios en un 17,3%.

El 68% de pymes en el Ecuador cuenta con ordenadores, el 82% tiene Internet y el 99% accede a la Red a través de banda ancha fija, pero aún no se alcanza una profundización en el uso del servicio. Según (comercio, 2015) el uso de computadoras por tipo de pyme es más preocupante en las microempresas, pues apenas el 42,9% registra su utilización, pero pese a esta limitante el acceso a internet en este grupo es mayor (72,4%). En cuanto a la presencia de las pymes en la web, el tema es marginal; apenas la mitad de medianas empresas cuentan con una página electrónica. Las microempresas son las que menos presentes están en la web, con apenas el 9,2%, mientras que las pequeñas alcanzan un 22,8%; en el cantón Riobamba se pudo observar que el 64,10% de las empresas no cuentan con una página web actualizada o existe un nivel bajo del uso de la tecnología, lo que quiere decir que dichas empresas innovan ocasionalmente su actividad económica lo que impide a mejorar eficientemente en las empresas y obtener mayores beneficios económicos.

3.2.3 Determinación de variables

Para determinar las variables la investigadora del presente proyecto de titulación fundamenta toda la revisión de la bibliografía que involucra las variables de estrategias financieras y desarrollo económico local además es importante considerar que estas variables están vinculadas a las variables del proyecto de investigación de la ESPOCH “Lineamientos para fomentar el desarrollo económico local con responsabilidad social corporativa en el cantón Riobamba de la Provincia de Chimborazo”; para este proyecto de investigación se considera trabajar con las siguientes cinco variables que contribuyen al desarrollo económico local:

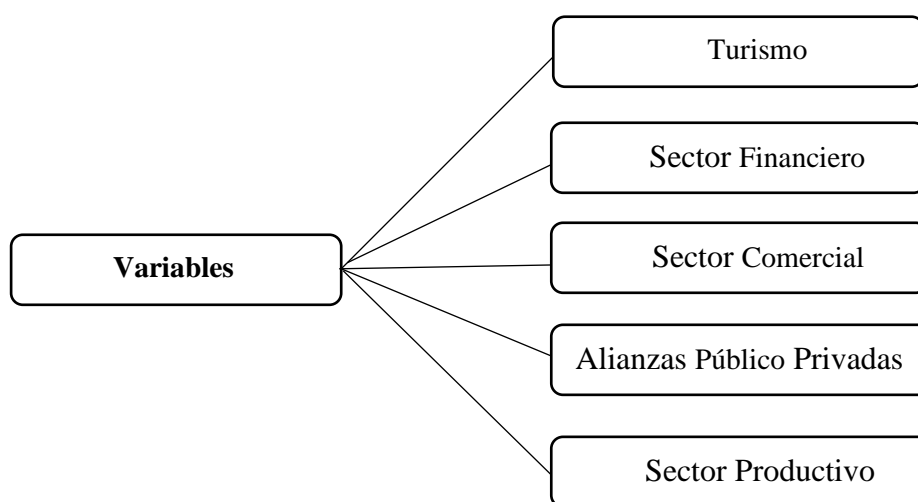


Gráfico 7-3: Variables que contribuyen al desarrollo económico local
Realizado por: Peralta K. (2021)

Turismo

El turismo es uno de los sectores principales y hace referencia a diferentes actividades en el cual ayuda a equilibrar la economía de un país por medio de bienes y servicios de consumo, de igual manera el desarrollo del turismo puede incrementar el ingreso total del país y especialmente los ingresos de las personas que están relacionadas con empresas turísticas. El turismo básicamente contribuye a mejorar la calidad de vida de la población.

El cantón Riobamba ha convertido al sector turístico en una actividad socioeconómica de proyección y crecimiento, transformando la misma en una actividad multisectorial, existen empresas turísticas que representa un gran porcentaje de movimiento económico en el sector de servicios, dentro de la actividad de alojamiento y gastronomía según estadísticas del MINTUR en el año 2020 el cantón Riobamba tuvo un decrecimiento del 19% en relación al año 2019 que obtuvo un 41% de movimiento económico; lo que quiere decir que algunas de las empresas de

dicho sector señalan que no se sienten beneficiados por actividades que realiza el GADM y aseguran que no existe promoción alguna sobre el turismo de la ciudad y apoyo suficiente hacia las empresas turísticas. Hay que mencionar que las empresas privadas participan como organizaciones y al mismo tiempo velan por sus intereses, y son quienes colaboran el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad, ya que, sin la participación de ellos el futuro del desarrollo local no es tan prometedor.

Sector Financiero

En el cantón Riobamba con datos de la Superintendencia de Bancos se puede evidenciar que actualmente existen 10 bancos que operan; y según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria existen 28 cooperativas que en conjunto realizan un mayor esfuerzo por mantenerse vigentes ayudando a dinamizar la economía. Las Instituciones Financieras del cantón contribuyen al desarrollo económico local por medio de créditos entre los principales sectores de comercio, actividades agropecuarias e industrias manufactureras.

Según el Banco Central del Ecuador, las actividades financieras en el cantón Riobamba representa el 4,16% promedio del Valor Agregado Bruto (VAB); en cuanto al volumen de créditos, los principales sectores receptores de créditos son el comercio con un 16,9%; actividades agropecuarias 11,3% e industrias manufactureras con un 8,1% de manera que el segmento con mayor rendimiento en el cantón es el de consumo con 35,4%; seguido de microcrédito con un 30,5%; comercial con 22,9%; vivienda 10,3% y finalmente el crédito educativo con un 1,0% de esta manera aporta a que los habitantes de la ciudad desarrollen innovaciones personales. Sin embargo, en la actualidad uno de los problemas que se desarrolla en el cantón Riobamba es la falta de empleo teniendo un 48,9% con mayor pobreza por ingresos esto es debido a que en la ciudad existe falta de apoyo hacia las MiPymes por parte de las Instituciones Financieras ya que hay pocas posibilidades de acceso en cuanto al otorgamiento de un crédito o también altos intereses y plazos cortos de pago, y de igual manera no hay un incentivo hacia al sector empresarial al momento de invertir teniendo en cuenta que el empleo influye el desarrollo económico local para mejorar la estabilidad y bienestar de la sociedad, (Asobanca, 2019).

Sector Comercial

El sector comercial en el cantón Riobamba está representado por el 11,72% del PIB y concentra el 15,83% del sector empresarial, es uno de los sectores más robustos y diversificados de la economía; una de las problemáticas dentro del cantón son las fuentes de empleo de manera que cuando el comercio se dinamiza en este caso el sector privado a través de las MiPymes y grandes

empresas generan dinamismo en el sector laboral lo cual contribuyen a la disminución de factores sociales, por ende cuando no existe empleo a través del comercio se genera y se afecta a la sociedad.

Por su parte el gobierno local carece de estrategias en cuanto a la comercialización para dicho sector y por ende no toman acciones que ayuden o contribuyan a la competitividad y mejora que ayuden al desarrollo económico local, siendo así el gobierno local trata de dar opciones en donde mejore el sector comercial pero no logra cumplir el cometido como es el de atraer clientes potenciales que consuman en la ciudad, así también hay que mencionar que el sector empresarial del cantón Riobamba hacen un esfuerzo por mejorar la competitividad, el crecimiento y desarrollo económico, pero de igual manera se encuentran trabas para debilitar al sector empresarial en donde también se topan con la escasez de financiamiento y la imposibilidad de crear un ambiente competitivo porque no cuentan con el apoyo del gobierno local, es por ello que mucho de las MiPymes han perdido sus negocios debilitando la economía sustentable del cantón.

Alianzas Público Privadas

Las alianzas Público –Privado se refieren a un acuerdo entre el sector público y privado y son buenas alternativas para el desarrollo de proyectos. Orientada a desarrollar infraestructura y servicios públicos en ámbitos de educación, salud y calidad. Las APP también aportan mayor eficiencia y sostenibilidad a los servicios públicos, de igual manera pueden permitir una mejor distribución de los riesgos entre las entidades públicas y privadas.

Según (Pérez S. , 2017) menciona que las alianzas público-privadas son una herramienta de colaboración entre el sector público y el sector privado con el fin de llevar a cabo proyectos, programas o prestar servicios que tradicionalmente han sido proyectados y suministrados por las administraciones públicas. De este modo, el término de alianzas público-privada hace referencia al sector público como un actor de contratante mientras que el sector privado se constituye como proveedor de servicios. Por lo tanto, es importante la participación de estos actores ya que ambos buscan una mayor eficiencia, eficacia y calidad en proyectos, infraestructura, bienes o servicios en el desarrollo económico de la ciudad de Riobamba.

El objetivo principal de una alianza publico privada es una modalidad de ejecución de contratos para infraestructuras públicas y/o servicios públicos donde los principales actores actúan como proveedores (sector privado) y cliente (sector público), el principal interés del sector privado radica en la inversión y la actividad comercial para la creación de oportunidades de empleo, innovación y crecimiento económico de un país o ciudad, mientras que del sector público es el

cumplimiento de la ley mediante regulaciones y normativos necesarios y propiciar servicios para la ciudadanía (Oleas, 2017).

Sector Productivo

El sector productivo en el cantón Riobamba de acuerdo a la información del Censo Agropecuario, Riobamba es el gran productor agrícola de Chimborazo con relación a la producción provincial que representa el 30% y a nivel empresarial está representada por el 1,68% por tal motivo es uno de los sectores más importantes en cuanto al incremento del volumen de producción e ingresos para los productores, pero así mismo es uno de los sectores que no tiene suficiente apoyo o que no saca provecho a sus productos como tal.

La producción agrícola del cantón está compuesta de una gran cantidad de productos, siendo los de mayor representatividad la cebada, papa, zanahoria, y haba seca. Según un informe del GADM de Riobamba “Riobamba, sultana de la renovación” menciona que no es un cantón productor ni de flores, ni de frutas, salvo el tomate de árbol y de tomate denominado de carne, productos que se han incrementado especialmente en los últimos 10 años, a través de los invernaderos. Además, la producción agrícola se destina principalmente para el autoconsumo y un mínimo a la comercialización, los productos más representativos y que constituyen la fuente principal de ingresos de los agricultores, corresponde en su orden al maíz suave seco, seguido por la cebada y la papa siendo el tercer producto que en gran parte está destinado para la comercialización.

Hay que mencionar que el sector productivo presenta una baja calidad en cuanto a la producción de sus productos y por ende adolece en factores de competitividad en los que por diferentes razones no se ha dinamizado con mayor potencial dicho sector a pesar de tener una gran ventaja como es el territorio del cantón Riobamba.

3.2.4 Diagnóstico estratégico del sector empresarial

Para determinar el diagnóstico estratégico del sector empresarial se tomó en cuenta las cinco variables antes mencionadas y se prosiguió a identificar los factores internos y externos de manera general.

3.2.4.1 Identificación de factores externos

Oportunidades

- **O1:** Los sectores cuentan con el apoyo del GADM- Riobamba, a través de acciones para la reactivación de la economía, una de ellas es la exoneración del 50% del pago de patente y activos totales en el 2021.
- **O2:** Geográficamente el cantón Riobamba se encuentra ubicado en el centro del país, el cual favorece en especial al sector productivo.
- **O3:** Inversión de empresas privadas para incrementar el desarrollo económico del cantón.
- **O4:** En las empresas de los diferentes sectores existe la posibilidad de que accedan a la tecnología de tal manera que permita un mejor desempeño tales como en la producción con calidad de nuevos productos, inventarios y servicio al cliente.
- **O5:** Las plataformas digitales, una página web son muy importantes para las empresas existentes en el cantón ya que de esta manera obtienen mayores beneficios económicos como el de hacer conocer sus productos y servicios e incrementar los niveles de ventas.

Amenazas

- **A1:** Ausencia de incentivos tributarios para la conformación de empresas.
- **A2:** Ausencia de políticas por parte del gobierno local para un mejor desarrollo económico local en el sector empresarial.
- **A3:** El incremento del desempleo ha provocado una disminución en sus ventas afectando a cada uno de los sectores económicos.
- **A4:** Falta de innovación en procesos organizacionales y tecnológicos.
- **A5:** Dificultades de financiamiento- tasas de interés muy altas.

3.2.4.2 Identificación de factores internos

Fortalezas

- **F1:** La ubicación de las empresas es apropiado por cuanto la mayoría está en lugares estratégicos de la ciudad.
- **F2:** Es un cantón proveedor de servicios y productor de materia prima.
- **F3:** Es el centro de intercambio de bienes y servicios.
- **F4:** Aprovechan todos los recursos como oportunidades para el crecimiento de su empresa.

- **F5:** Tienen claro sus objetivos para lograr mejorar su actividad económica, así como el desarrollo económico de la ciudad a través de sus productos y servicios que ofrecen.

Debilidades

- **D1:** No existe un debido fortalecimiento de vínculo entre las instituciones públicas y privadas para la toma de decisiones vinculadas directamente con el desarrollo económico.
- **D2:** Falta de empoderamiento del sector empresarial hacia el impulso de la economía local.
- **D3:** Inexistencia de un plan de capacitación empresarial en donde el gobierno local intervenga en el sector empresarial con actualización de conocimientos para mejorar el desarrollo económico en la ciudad.
- **D4:** Escasa conexión del sector empresarial con las universidades de indiscutible calidad de la ciudad al no contar con industrias desarrolladas.
- **D5:** Ausencia de políticas y estrategias para un mejor desarrollo en el sector productivo.

Matriz FODA

Tabla 3-3: Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p><i>F1:</i> La ubicación de las empresas es apropiado por cuanto la mayoría está en lugares estratégicos de la ciudad.</p> <p><i>F2:</i> Es un cantón proveedor de servicios y productor de materia prima.</p> <p><i>F3:</i> Es el centro de intercambio de bienes y servicios.</p> <p><i>F4:</i> Aprovechan todos los recursos como oportunidades para el crecimiento de su empresa.</p> <p><i>F5:</i> Tienen claro sus objetivos para lograr mejorar su actividad económica, así como el desarrollo económico de la ciudad a través de sus productos y servicios que ofrecen.</p>	<p><i>O1:</i> Los sectores cuentan con el apoyo del GADM- Riobamba, a través de acciones para la reactivación de la economía.</p> <p><i>O2:</i> Geográficamente el cantón Riobamba se encuentra ubicado en el centro del país, el cual favorece en especial al sector productivo.</p> <p><i>O3:</i> Inversión de empresas privadas para incrementar el desarrollo económico del cantón.</p> <p><i>O4:</i> En las empresas de los diferentes sectores existe la posibilidad de que accedan a la tecnología de tal manera que permita un mejor desempeño.</p> <p><i>O5:</i> Las plataformas digitales, una página web son muy importantes para las empresas existentes en el cantón.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p><i>D1:</i> No existe un debido fortalecimiento de vínculo entre las instituciones públicas y privadas.</p> <p><i>D2:</i> Falta de empoderamiento del sector empresarial hacia el impulso de la economía local.</p> <p><i>D3:</i> Inexistencia de un plan de capacitación empresarial.</p> <p><i>D4:</i> Escasa conexión del sector empresarial con las universidades de indiscutible calidad de la ciudad al no contar con industrias desarrolladas.</p> <p><i>D5:</i> Ausencia de políticas y estrategias para un mejor desarrollo en el sector productivo.</p>	<p><i>A1:</i> Ausencia de incentivos tributarios para la conformación de empresas.</p> <p><i>A2:</i> Ausencia de políticas por parte del gobierno local para un mejor desarrollo económico local en el sector empresarial.</p> <p><i>A3:</i> El incremento del desempleo ha provocado una disminución en sus ventas afectando a cada uno de los sectores económicos.</p> <p><i>A4:</i> Falta de innovación en procesos organizacionales y tecnológicos.</p> <p><i>A5:</i> Dificultades de financiamiento- tasas de interés muy altas.</p>

Fuente: Trabajo propio

Realizado por: Peralta K. (2021).

FODA estrategias

Tabla 4-3: Matriz FODA estrategias

<p style="text-align: center;">FODA ESTRATÉGICO</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <p><i>F1:</i> La ubicación de las empresas es apropiado por cuanto la mayoría está en lugares estratégicos de la ciudad. <i>F2:</i> Es un cantón proveedor de servicios y productor de materia prima. <i>F3:</i> Es el centro de intercambio de bienes y servicios. <i>F4:</i> Aprovechan todos los recursos como oportunidades para el crecimiento de su empresa.</p>	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <p><i>D1:</i> No existe un debido fortalecimiento de vínculo entre las instituciones públicas y privadas. <i>D2:</i> Falta de empoderamiento del sector empresarial hacia el impulso de la economía local. <i>D3:</i> Inexistencia de un plan de capacitación empresarial. <i>D4:</i> Escasa conexión del sector empresarial con las universidades de indiscutible calidad de la ciudad al no contar con industrias desarrolladas. <i>D5:</i> Ausencia de políticas y estrategias para un mejor desarrollo en el sector productivo.</p>
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p><i>O1:</i> Los sectores cuentan con el apoyo del GADM- Riobamba, a través de acciones para la reactivación de la economía. <i>O2:</i> Geográficamente el cantón Riobamba se encuentra ubicado en el centro del país, el cual favorece en especial al sector productivo. <i>O3:</i> Inversión de empresas privadas para incrementar el desarrollo económico del cantón. <i>O4:</i> En las empresas de los diferentes sectores existe la posibilidad de que accedan a la tecnología de tal manera que permita un mejor desempeño. <i>O5:</i> Las plataformas digitales, una página web son muy importantes para las empresas existentes en el cantón.</p>	<p style="text-align: center;">F-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el sector empresarial aprovechando la situación geográfica del cantón. (F1; F2,F3;O2;O3) • Desarrollar mecanismos del uso de la tecnología para potencializar sus productos o servicios. (F2;O4;O5) 	<p style="text-align: center;">D-O</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas y estrategias claras donde se ayude a potencializar el sector empresarial, dando apertura a todo tipo de sectores. (D1;D5;O1;O2;O3) • Utilizar herramientas tecnológicas para dar un valor agregado a sus productos. (D4;O4;O5)
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <p><i>A1:</i> Ausencia de incentivos tributarios para la conformación de empresas. <i>A2:</i> Ausencia de políticas por parte del gobierno local para un mejor desarrollo económico local en el sector empresarial. <i>A3:</i> El incremento del desempleo ha provocado una disminución en sus ventas afectando a cada uno de los sectores económicos. <i>A4:</i> Falta de innovación en procesos organizacionales y tecnológicos. <i>A5:</i> Dificultades de financiamiento- tasas de interés muy altas.</p>	<p style="text-align: center;">F-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incentivar la innovación en el sector empresarial que ayude a mejorar y dar un valor agregado a sus productos y servicios. (F2;A3;A4) • Promover más líneas de créditos referente a créditos productivos y facilidades de pago mediante el cual ayude a los sectores a ser mas competitivos en el mercado. (F2; F3;A2;A3;A5) 	<p style="text-align: center;">D-A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Requerir la aplicación de políticas de manera que beneficie a las MiPymes respecto al desarrollo de sus actividades para fortalecer e impulsar el apoyo a todos los sectores. (D1; D2; A1; A2;A5) • Establecer nexos con instituciones públicas y privadas para que se den talleres de capacitación al sector empresarial. (D1; D3; D4; D5; A2) • Establecer políticas financieras en donde sus líneas de crédito y productos financieros sean más flexibles para el sector empresarial. (D1; A4; A5)

Fuente: Trabajo propio

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

3.2.5 *Diseño de estrategias financieras*

Variable: Turismo

Objetivo: Incentivar a las empresas turísticas a implementar un plan financiero que les ayude a mejorar su desempeño económico y además brindar un mejor servicio de calidad.

Tabla 5-3: Turismo

<p>Estrategia 1: Promoción de las empresas turísticas hacia la competencia con sus productos turísticos frente a otros territorios.</p>	<p>Acción 1: Desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que amplíen horizontes de mercado, marquen la diferencia y se logre atraer nuevos clientes.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar ferias en donde puedan dar a conocer sus nuevos productos turísticos y de esta manera incrementar y ampliar su mercado. • Establecer contacto con personas del Ministerio del Turismo y de esta manera poder participar en eventos con el motivo de dar a conocer sus productos y mejorar sus servicios en la ciudad.
<p>Estrategia 2: Proyección de un plan financiero para las empresas turísticas y saber qué servicios adicionales se ofrecerá de acuerdo a los clientes potenciales a los que se dirige cada empresa.</p>	<p>Acción 2: Realizar proyecciones financieras, así como los respectivos análisis en cada una de las empresas para la correcta toma de decisiones.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un estado de resultados en donde se refleje los ingresos, egresos y costos de la empresa y de esta manera determinar el desempeño esperado. • Realizar una evaluación de sus ventas y analizar cuánto están vendiendo y cuánto podrán vender en un futuro para así poder adicionar nuevos servicios.
<p>Estrategia 3: Diseño de programas de capacitación al sector turístico con respecto a ofrecer nuevos productos y servicios con precios asequibles.</p>	<p>Acción 3: Diseñar un plan de capacitación con el fin de ofrecer productos y servicios de calidad que satisfagan las exigencias de los turistas.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar eventos de capacitación para las empresas del sector turístico con respecto a fijar precios adecuados con el fin de promover la utilización de sus productos o servicios. • Establecer un sondeo de mercado para conocer la situación y la disposición de los clientes.

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

INDICADORES DE GESTIÓN						
Variable	Estrategias	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Fórmula del Indicador	Frecuencia
Turismo	1. Promoción de las empresas turísticas hacia la competencia con sus productos turísticos frente a otros territorios.	A1. Crear y desarrollar nuevos productos y servicios turísticos que amplíen horizontes de mercado, marquen la diferencia y se logre atraer nuevos clientes.	Satisfacción de crear nuevos productos con respecto a atraer nuevos clientes.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas satisfechas} / N^{\circ} \text{ total de empresas encuestadas}) * 100$	Trimestral
	2. Proyección de un plan financiero para las empresas turísticas y saber qué servicios adicionales se ofrecerá de acuerdo a los clientes potenciales a los que se dirige cada empresa.	A2: Realizar proyecciones financieras, así como los respectivos análisis en cada una de las empresas para la correcta toma de decisiones.	Aplicación de proyecciones financieras con respecto a la correcta toma de decisiones.	Eficiencia	$(\text{Porcentaje del cumplimiento de las proyecciones} / \text{porcentaje planificado}) * 100$	Anual
	3. Diseño de programas de capacitación al sector turístico con respecto a ofrecer nuevos productos y servicios con precios asequibles.	A3: Diseñar un plan de capacitación con el fin de ofrecer productos y servicios de calidad que satisfagan las exigencias de los turistas.	Determinación de un plan de capacitación para ofrecer productos y servicios de calidad.	Eficiencia	$(\text{Porcentaje del cumplimiento de capacitaciones} / \text{porcentaje planificado}) * 100$	Semestral

Realizado por: Peralta Paredes Katherine, (2021).

Variable: Sector Financiero

Objetivo: Ofrecer nuevos productos y servicios que ayuden a mejorar el desarrollo económico de las pequeñas y medianas empresas.

Tabla 6-3: Sector Financiero

<p>Estrategia 1: Determinación de las necesidades hacia el sector empresarial aportando con suficiente información sobre financiamientos ofrecidos para las empresas tales como nuevos productos y servicios.</p>	<p>Acción 1: Aportar con la información necesaria y adecuada sobre el financiamiento para las empresas y mediante los mecanismos establecidos promover mayor acceso al financiamiento y en consecuencia facilitar medios y procedimientos que les permitan obtener.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Socializar con el sector empresarial sobre los nuevos productos y servicios y de esta manera identificar las necesidades que tiene cada empresa para facilitar su acceso de manera rápida y sencilla al financiamiento y pueda mejorar el desarrollo de cada empresa.
<p>Estrategia 2: Promoción de líneas de créditos referente a créditos productivos ya que actualmente no está muy desarrollada o no se ajusta a la realidad local.</p>	<p>Acción 2: Fomentar más líneas de crédito productivo en el mercado de tal manera que dicho sector se beneficie y tenga más oportunidades de ingresos.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer contacto con entidades financieras y plantear la situación real del sector empresarial de modo que se pueda otorgar más créditos a las pequeñas y medias empresas y sea un apoyo para cada uno de ellos.
<p>Estrategia 3: Promover a las pequeñas y medianas empresas a que realicen un plan financiero para que de esta manera definan sus objetivos y les sirva como guía hacia el éxito y para la correcta toma de decisiones en sus actividades económicas.</p>	<p>Acción 3: Diseñar un plan financiero el cual lo apliquen las empresas de manera que ayude a mejorar su actividad económica desde un punto financiero y económico y así poder tomar decisiones correctas para la empresa.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar la situación actual de la empresa • Determinar los fondos necesarios y de esta manera saber lo que necesita la empresa para dentro de un periodo determinado y poder cumplir sus metas. • Realizar un control de sus ventas el cual ayude a manejar de una manera adecuada los recursos de la empresa.

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

INDICADORES DE GESTIÓN

Variable	Estrategias	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Fórmula del Indicador	Frecuencia
Sector Financiero	1. Determinación de las necesidades hacia el sector empresarial aportando con suficiente información sobre financiamientos ofrecidos para las empresas tales como nuevos productos y servicios.	A1. Aportar con la información necesaria y adecuada sobre el financiamiento para las empresas y mediante los mecanismos establecidos promover mayor acceso al financiamiento y en consecuencia facilitar medios y procedimientos que les permitan obtener.	Cumplimiento de información sobre financiamiento con respecto a promover mayor acceso de financiamiento a las empresas.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas satisfechas con información sobre financiamiento} / N^{\circ} \text{ total de empresas con mayor acceso a financiamiento}) * 100$	Trimestral
	2. Promoción de líneas de créditos referente a créditos productivos ya que actualmente no está muy desarrollada o no se ajusta a la realidad local.	A2: Fomentar más líneas de crédito productivo en el mercado de tal manera que dicho sector se beneficie y tenga más oportunidades de ingresos.	Satisfacción de más líneas de crédito productivo con respecto a más oportunidades de ingreso.	Eficiente	$(N^{\circ} \text{ de empresas con créditos productivos} / N^{\circ} \text{ total de empresas con oportunidades de ingresos}) * 100$	Semestral
	3. Promover a las pequeñas y medianas empresas a que realicen un plan financiero para que de esta manera definan sus objetivos y les sirva como guía hacia el éxito y para la correcta toma de decisiones en sus actividades económicas.	A3: Diseñar un plan financiero el cual lo apliquen las empresas de manera que ayude a mejorar su actividad económica desde un punto financiero y económico y así poder tomar decisiones correctas para la empresa.	Determinación de un plan financiero con respecto a mejorar la actividad económica de las empresas.	Eficiente	$(\text{Porcentaje de cumplimiento de un plan financiero} / \text{porcentaje planificado}) * 100$	Anual

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

Variable: Sector Comercial

Objetivo: Potencializar los diversos productos o servicios que oferte el sector empresarial de acuerdo a las necesidades del consumidor y elaborar un plan de comercialización y ventas para el sector terciario.

Tabla 7-3: Sector Comercial

<p>Estrategia 1: Implementación de un plan de negocios en donde permita mejorar su negocio y de esta manera poder ofrecer mejor sus productos o servicios.</p>	<p>Acción 1: Diseñar un plan de negocios donde se establezca objetivos, estrategias de manera que se detalle el costo de los productos o servicios que se va a ofrecer.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar y analizar su entorno, es decir, su mercado en el cual opera el negocio. • Realizar un plan de marketing que permita incrementar sus ventas y atraer a más clientes. • Realizar una evaluación financiera en donde indique el desarrollo y desempeño de la empresa.
<p>Estrategia 2: Proyección de programas de capacitación a todo el sector comercial y de servicios con respecto a ventas, servicio al cliente con el apoyo de entidades públicas y privadas.</p>	<p>Acción 2: Buscar asesoramiento profesional en el campo financiero, administrativo, servicio al cliente y establecer un plan de capacitación y evaluación del desempeño.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar procesos de capacitación que fortalezcan al sector comercial y de servicios. • Buscar la calidad y preparación de los formadores. • Incentivar a las empresas a tener un aprendizaje óptimo para que mejoren su crecimiento en sus negocios.
<p>Estrategia 3: Implementación de estrategias de comunicación online del sector, de manera que sus productos o servicios se viralicen y puedan llegar al cliente.</p>	<p>Acción 3: Diseñar un plan de comunicación online para el sector comercial del sector empresarial de la ciudad de Riobamba.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis interno y externo de la empresa • Definir objetivos y saber a quién va dirigido el producto o servicio que se va a ofrecer. • Tener un calendario de acciones en donde se gestione el tiempo para enseñar su producto o brindar un servicio.

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

INDICADORES DE GESTIÓN

Variable	Estrategias	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Fórmula del Indicador	Frecuencia
Sector Comercial	1. Implementación de un plan de negocios en donde permita mejorar su negocio y de esta manera poder ofrecer mejor sus productos o servicios.	A1. Diseñar un plan de negocios donde se establezca objetivos, estrategias de manera que se detalle el costo de los productos o servicios que se va a ofrecer.	Determinación de un plan de negocios.	Eficacia	(Porcentaje de cumplimiento de un plan de negocios/porcentaje planificado) * 100	Semestral
	2. Proyección de programas de capacitación a todo el sector comercial y de servicios con respecto a ventas, servicio al cliente con el apoyo de entidades públicas y privadas.	A2: Buscar asesoramiento profesional en el campo financiero, administrativo, servicio al cliente y establecer un plan de capacitación y evaluación del desempeño.	Cumplimiento de un plan de capacitación al sector empresarial.	Eficacia	(N° de empresas capacitadas / N° total de empresas asesoradas y que han mejorado su desempeño) * 100	Anual
	3. Implementación de estrategias de comunicación online del sector, de manera que sus productos o servicios se viralicen y puedan llegar al cliente.	A3: Diseñar un plan de comunicación online para el sector comercial del sector empresarial de la ciudad de Riobamba.	Determinación de un plan de comunicación.	Eficacia	(Porcentaje de cumplimiento de un plan de comunicación / porcentaje planificado) * 100	Trimestral

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

Variable: Alianzas Público Privadas

Objetivo: Analizar cada una de las estrategias que se va a cumplir ya que de esto dependerá una buena o mala gestión de las diferentes entidades hacia el sector empresarial.

Tabla 8-3: Alianza Público Privada

<p>Estrategia 1: Potencialización de convenios entre las diferentes entidades públicas-privadas con el fin de afianzar más la asociatividad con el sector empresarial.</p>	<p>Acción 1: Socializar con empresas ya posesionadas en el mercado bien sean públicas o privadas que permitan a las pequeñas y medianas empresas a formar algún tipo de tratado en donde puedan contribuir a un mejor desarrollo económico local.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar las entidades públicos-privadas para realizar dicho convenio. • Elegir y establecer el convenio para cada empresa. • Formar equipos de trabajo con las entidades interesadas durante el desarrollo del convenio para cada empresa.
<p>Estrategia 2: Implementación de un plan de acción en donde se desarrolle diferentes gestiones que se deberá cumplir para el beneficio de las empresas, la sociedad y mejorar el crecimiento sustentable.</p>	<p>Acción 2: Establecer lineamientos en donde se destaquen cada una de las actividades de las empresas y de esta manera verificar la buena coordinación de los mismos enfocados al cumplimiento de sus metas.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Conformar equipos de trabajo con todas las empresas interesadas para que participen y den sus opiniones acerca de sus actividades y llevar estratégicamente cada sector.
<p>Estrategia 3: Determinación de un plan estratégico en donde el sector empresarial pueda mostrar sus ideas innovadoras a nuevos turistas ya que con ellos se promueve más el desarrollo económico-social.</p>	<p>Acción 3: Fomentar capacitaciones con el sector empresarial en donde se pueda visualizar la calidad de los productos y servicios que se van a ofrecer a las personas que visitan nuestra ciudad.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades que tiene cada sector. • Determinar temas a tratar en la capacitación tales como la calidad en sus productos y servicios.

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

INDICADORES DE GESTIÓN

Variable	Estrategias	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Fórmula del Indicador	Frecuencia
Alianzas Público-Privadas	1. Potencialización de convenios entre las diferentes entidades públicos-privadas con el fin de afianzar más la asociatividad con el sector empresarial.	A1. Socializar con empresas ya posesionadas en el mercado bien sean públicas o privadas que permitan a las pequeñas y medianas empresas a formar algún tipo de tratado en donde puedan contribuir a un mejor desarrollo económico local.	Convenios realizados entre las empresas público-privadas	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas satisfechas con convenios realizados} / N^{\circ} \text{ total de empresas con resultados óptimos con las empresas aliadas}) * 100$	Trimestral
	2. Implementación de un plan de acción en donde se desarrolle diferentes gestiones que se deberá cumplir para el beneficio de las empresas, la sociedad y mejorar el crecimiento sustentable.	A2: Establecer lineamientos en donde se destaquen cada una de las actividades de las empresas y de esta manera verificar la buena coordinación de los mismos enfocados al cumplimiento de sus metas.	Cumplimiento de lineamientos para cumplir con el beneficio de las empresas.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de actividades que se realizarán en un período de tiempo} / N^{\circ} \text{ total de empresas que han tenido un mayor crecimiento al realizar las gestiones}) * 100$	Trimestral
	3. Determinación de un plan estratégico en donde el sector empresarial pueda mostrar sus ideas innovadoras a nuevos turistas ya que con ellos se promueve más el desarrollo económico-social.	A3: Fomentar capacitaciones con el sector empresarial en donde se pueda visualizar la calidad de los productos y servicios que se van a ofrecer a las personas que visitan nuestra ciudad.	Cumplimiento de capacitaciones con respecto a la calidad de productos y servicios.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas capacitadas} / N^{\circ} \text{ total de turistas que encuentran satisfacción en su producto o servicio}) * 100$	Trimestral

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

Variable: Sector Productivo

Objetivo: Contribuir al mejoramiento de las empresas del sector productivo, a través de la tecnología y diversos actores locales como parte del desarrollo económico de la ciudad.

Tabla 9-3: Sector Productivo

<p>Estrategia 1: Buscar diferentes tipos de financiamiento para el sector empresarial en donde se pueda adquirir una tecnología adecuada y tener productos de calidad.</p>	<p>Acción 1: Fortalecer la competitividad de estos sectores el cual se busca potencializar sus productos de manera que por medio de una tecnología adecuada logren innovar sus productos y se conviertan en empresas importantes no solo a nivel local sino también nacional.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un diagnóstico del grado de satisfacción del cliente de los productos que ofrecen los sectores. • Realizar una encuesta a la población riobambeña sobre los productos que prefieran y que se podría mejorar en cada uno.
<p>Estrategia 2: Promoción hacia una cultura empresarial en donde se proyecte una buena imagen de las empresas vinculados con las actividades del sector productivo.</p>	<p>Acción 2: Fortalecer una visión más corporativa que permita a las empresas negociar y acceder más oportunidades de financiamiento con instituciones público-privadas.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Estructurar un modelo de imagen corporativa en donde se establezca lo que hace la empresa, mejorar visualmente la esencia del negocio, crear una página web el cual ayude a mejorar el rendimiento de sus productos y poder llegar a más personas.
<p>Estrategia 3: Fomentación hacia las empresas del sector primario a dar un valor agregado a sus productos por medio de la Agroindustria y el desarrollo de la tecnología.</p>	<p>A3: Implementar programas productivos y nuevos emprendimientos para incentivar a estos sectores a sacar nuevos y mejores productos al mercado.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Formar un equipo de trabajo con las personas del sector primario. • Desarrollar talleres de emprendimientos que sean un apoyo para mejorar sus productos o tener mejores ideas para el mercado. • Conseguir asociarse con empresas públicas o privadas para que sea un apoyo en cuanto a la aplicación de la tecnología en sus productos.

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

INDICADORES DE GESTIÓN

Variable	Estrategias	Acciones	Nombre del Indicador	Tipo de Indicador	Formula del Indicador	Frecuencia
Sector Productivo	1. Buscar diferentes tipos de financiamiento para el sector empresarial en donde se pueda adquirir una tecnología adecuada y tener productos de calidad.	A1. Fortalecer la competitividad de estos sectores el cual se busca potencializar sus productos de manera que por medio de una tecnología adecuada logren innovar sus productos y se conviertan en empresas importantes no solo a nivel local sino también nacional.	Empresas competitivas con una tecnología adecuada.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas competitivas} / N^{\circ} \text{ total de empresas con productos innovadores}) * 100$	Trimestral
	2. Promoción hacia una cultura empresarial en donde se proyecte una buena imagen de las empresas vinculados con las actividades del sector productivo.	A2: Fortalecer una visión más corporativa que permita a las empresas negociar y acceder más oportunidades de financiamiento con instituciones público-privadas.	Satisfacción de una visión corporativa con respecto a oportunidades de crecimiento.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas con visión corporativa} / N^{\circ} \text{ total de empresas con oportunidades de crecimiento}) * 100$	Semestral
	3. Fomentación hacia las empresas del sector primario a dar un valor agregado a sus productos por medio de la Agroindustria y el desarrollo de la tecnología.	A3: Implementar programas productivos y nuevos emprendimientos para incentivar a estos sectores a sacar nuevos y mejores productos al mercado.	Determinación de programas productivos con respecto a mejorar sus productos.	Eficacia	$(N^{\circ} \text{ de empresas satisfechas con programas productivos} / N^{\circ} \text{ total de empresas que han mejorado sus productos}) * 100$	Trimestral

Realizado por: Peralta Paredes, Katherine, (2021).

CONCLUSIONES

- Al investigar la fundamentación teórica con las temáticas más sobresaliente sobre finanzas, estrategias financieras, sector empresarial, desarrollo económico local y la aplicación de diferentes métodos, técnicas y herramientas tecnológicas; se puede concluir que la investigación contribuyó a tener una idea más clara sobre el tema y a obtener un mejor resultado del mismo.
- Se realizó el diagnóstico de la situación del sector económico de las empresas existentes del cantón Riobamba mediante un análisis el cual se ha podido determinar que el sector que más contribuye a la economía es el de servicios con un 38,85%, así como también la determinación de variables que contribuyen al desarrollo económico y que de igual manera pertenecen al sector empresarial del cantón Riobamba y la aplicación de la matriz de análisis FODA que permitió conocer la problemática en el ámbito económico y financiero del sector empresarial.
- La aplicación de este diseño de estrategias financieras se estructuró partiendo del FODA, luego se establecieron acciones, un cronograma de ejecución y los indicadores que van a permitir evaluar el cumplimiento de estas estrategias a futuro encaminadas a promover el desarrollo económico local en el sector empresarial, por medio de los cuales se espera impulsar a las empresas de la ciudad de Riobamba mejorando sus productos o servicios.

RECOMENDACIONES

- El cantón Riobamba posee una gran variedad de productos y servicios, pero la gran mayoría no les da un valor agregado a sus productos es por eso que las empresas se deben capacitar en cuanto al desarrollo de la tecnología para crecer e innovar constantemente y puedan ofrecer un mejor servicio y producto al cliente de manera que incrementen sus ingresos.
- El gobierno local debe invertir más en centros de capacitaciones en donde se relacionen más las pequeñas y medianas empresas con el fin de aportar conocimientos, dar nuevas ideas para mejorar el desarrollo económico de la ciudad, socializando con empresas ya posesionadas en el mercado bien sean públicas o privadas que permitan a las empresas a trabajar en conjunto para mejorar el bienestar y calidad de vida de cada uno.
- Incentivar a las pequeñas y medianas empresas a ser más competitivas en el mercado, a invertir en la ciudad de Riobamba con el apoyo del gobierno local ya que el sector empresarial tiene una gran representación de oportunidades de poder generar más empleos y mejorar la estabilidad económica en el cantón.

GLOSARIO

Competitividad: Se relaciona de manera directa con el posicionamiento, toda vez que una buena posición en el mercado queda determinada por aspectos diferenciales que se nutren de las ventajas competitivas (Monterroso, 2016).

Crecimiento económico: El crecimiento en una empresa se establece con referencia a su mayor o menor productividad, y se entiende a la productividad como la habilidad o facultad de producir, lo que lleva implícito el reconocimiento del estado y la manera como fueron utilizados los diversos insumos en el proceso productivo (Delfin, 2016).

Desarrollo económico local: Manifiesta un proceso de evolución, cambio y mejora en las condiciones generales de bienestar y calidad de vida de los habitantes, como parte de un contexto espacial definido, nacional, regional o local, que supera la idea de crecimiento, medida en términos de la generación de valor y riqueza (Alarcón & González, 2018).

Estrategia: Es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo (Pérez & Merino, 2019).

Estrategia financiera: Es un proceso de planificación que la empresa debe seguir para obtener los recursos necesarios que financien todas aquellas actividades a realizar para lograr los objetivos definidos (Trenza, 2020).

Empresa: Es un conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físico-espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa (Campos E. , 2015).

Innovación: Es un proceso clave de las empresas pues permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, y respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega (Muñoz & Espinosa, 2018).

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, I. (2018). *Principios de desarrollo económico*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Alarcón, O., & González, H. (2018). El desarrollo económico local y las teorías de localización. Revisión Teórica. *Revista Espacios*, 4.
- Albuquerque, F. (octubre de 2004). *Organización Internacional del Trabajo*. Obtenido de: https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1251776298.area_enfoque_de_l_0.pdf
- Álvarez, L. (2016). *Finanzas I. Contabilidad, planeación y administración financiera*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Arias, J., Villacis, M., & Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. *Revista Alergia México*, 201-206.
- Asobanca. (2018). *La Banca en Ecuador: Un enfoque provincial*. Obtenido de: <https://www.asobanca.org.ec>
- Asobanca. (2019). *Cifras*. Obtenido de: www.asobanca.gob.ec
- Baena, D. (2014). *Análisis Financiero: Enfoque y proyecciones*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Barbero, J., & Cortés, F. (2005). *Trabajo comunitario, organización y desarrollo social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Batista, N., & Estupiñán, J. (2018). *Gestión Empresarial y Posmodernidad*. Bélgica Trillas.
- Berghe, E. V. (2016). *Gestión gerencial y empresarial: Aplicadas al siglo XXI*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cabalé, E., & Rodríguez, G. (2017). *El desarrollo sostenible en la actividad constructiva*. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*.
- Campos, E. (2015). *La empresa y su organización*. Obtenido de: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448199359.pdf>
- Campos, G., & Lule, N. (2012). *La observación, un método para el estudio de la realidad*. *Xihmai*, 45-60.
- Castelli, O., & Canzanelli, G. (2005). *Estrategias e instrumentos para el desarrollo local en la era de la globalización*. *Revista Opera*, 5-25.
- CEPAL. (27 de junio de 2012). *Naciones Unidas*. Obtenido de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40572/1/S2012396_es.pdf
- Cepeda, F. (7 de agosto de 2013). *Metodología de la investigación*. Obtenido de: <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/objetivos-de-lainvestigacion.html>
- Comercio, E. (19 de Julio de 2015). *El 82% de pymes de Ecuador accede a Internet, pero su uso se limita a enviar correos y tareas administrativas*. Obtenido de:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/pymes-internet-ecuador-tecnologia-empresas.html>

- Conesa, E. M. (2018). *Iniciación en la economía y gestión de empresas*. Cartagena: Universidad Politécnica de Cartagena.
- Coronel, R. (2015). *Estrategia y Ventaja competitiva*. Obtenido de: <https://docplayer.es/87235302-1-tipos-de-estrategia.html>
- Dalen, D. V., & Meller, W. (12 de septiembre de 2006). *La investigación descriptiva*. Obtenido de: <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Delfin, F. (20 de abril de 2016). *Obtenido de Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Obtenido de: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Duche, S. (2019). *Desarrollo Económico Local para la ciudad de Babahoyo. Tesis de Pregrado*. Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato.
- Galmarini, M. (2016). Turismo rural y desarrollo económico local. *Revista de Ciencias Sociales*, 35-51.
- García, J., Cazallo, A., & Mercado, C. B. (2019). *Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia*. *Espacios*, 16.
- García, V. M. (2015). *Introducción a las finanzas*. México: Grupo Editorial Patria.
- Gonzalez, J. (2014). *Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial*. (86-106).
- Hernández, I., Alvarado, J., & Luna, M. (2015). *Creatividad e innovación: competencias genéricas o transversales en la formación profesional*. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 135-151.
- Ibarra. (2017). *Investigación Mixta*. Obtenido de: <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Ibarra, C. (2016). *Metodología de la Investigación: Tipos de investigación*. Obtenido de: <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com>.
- Karadag. (2015). *Financial management challenges in small and medium-sized enterprises: A strategic management approach*. *Emerging Markets*, 26.
- López, I. G. (2016). *Desarrollo Sostenible*. España: E-learning S.L.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.
- Maldonado, J. Á. (2018). *La estrategia empresarial. Su formulación, planeación e implantación*. Barcelona: Feniz.
- Martín, P. C. (2011). *Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible*. *Revista Internacional del mundo económico y del derecho*. Volumen III, 12:

- Méndez, D. (21 de diciembre de 2018). *Economía Simple*. Obtenido de:
<https://www.economiasimple.net/glosario/cronograma>
- Meneses, J., & Rodríguez, D. (2011). *El cuestionario y la entrevista*. Obtenido de:
<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario-entrevista/cuestionarioentrevista.pdf>
- Monterroso, E. (2016). *Competitividad y Estrategia: Conceptos, fundamentos y relaciones*. Revista electrónica departamento de ciencias sociales Ulu, 4-26.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación Financiera*. México: Grupo Editorial Patria.
- Mujica, N., & Rincón, S. (2010). *El concepto de desarrollo: posiciones teóricas más relevantes*. Revista Venezolana de Gerencia, 15-50.
- Mundial, B. (09 de abril de 2019). *Banco Mundial*. Obtenido de:
<https://www.bancomundial.org/es/topic/socialdevelopment/overview#1>
- Muñoz, G., & Espinosa, D. (2018). *La innovación: baluarte fundamental para las organizaciones*. INNOVA, 212-229.
- Muñoz, N. (2011). *El estudio exploratorio. Mi aproximación al mundo de la investigación cualitativa*. Investigación y Educación en Enfermería, 492-499.
- Navajo, P. (2019). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas*. Madrid: Narcea Ediciones.
- Ojeda, A. (4 de noviembre de 2010). *El enfoque del desarrollo social*. Obtenido de:
<https://www.mimp.gob.pe/webs/mimp/sispod/pdf/53: pdf>
- Oleas, D. (octubre de 2017). *Alianzas Público-Privadas y desarrollo territorial*. Obtenido de:
<https://biblio.flacoandes.edu.ec/libros/digitales/57085.pdf>
- Palacio, J. (2016). *Obtenido de Las estrategias de desarrollo local: Aproximación metodológica desde una perspectiva socio-económica integral* Obtenido de:
<https://base.socioeco.org/docs/a8.pdf>
- Pérez, J., & Merino, M. (2019). Definición de *estrategias*. Obtenido de:
<http://definicion.de//estrategia/>
- Pérez, M. D. (2015). *Economía Empresarial*. España: Editorial ICB.
- Pérez, S. (2017). *Diccionario critico de empresas transnacionales*. Obtenido de:
<https://omal.info/spip.php?article4810>
- Pozos, F. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Scielo, 40.
- Prieto, B. (2017). *El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del*. 18-46.
- Puente, M., Liñán, J., & Aguilar, J. (2017). *Planeación financiera y presupuestaria*. Ecuador: Politécnica ESPOCH.
- Puente, W. (2017). *Técnicas de investigación*. Obtenido de:
<http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>

- Rodríguez, A., & Pérez, J. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Revista Escuela de Administración de Negocios, 1-26.
- Rodríguez, A., & Pérez, O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Revista Escuela de Administración de Negocios, 1-26.
- Ruiz, A. (2018). *Método Deductivo*. Obtenido de: <https://concepto.de/metodo-deductivo-2/>
- Saavedra, H. (11 de febrero de 2019). *Business Training R&A*. Obtenido de: <https://ryaformacion.es/importancia-de-las-finanzas-en-laempresa/>
- Trenza, A. (22 de enero de 2020). *Estrategia Financiera*. Obtenido de : <https://anatrenza.com/estrategia-financiera/>
- Troncoso, C., & Amaya, A. (2016). *Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigacion de salud*. Facultad de Medicina, 329-332:
- Villacorta, A. E. (2005). *Alternativas para el desarrollo*. El Salvador Trillas.



ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA APLICADA AL PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA INGENIERÍA FINANCIERA



ENTREVISTA REALIZADA A LA CÁMARA DE COMERCIO DE RIOBAMBA

- 1. ¿Desde qué año la Cámara de Comercio está inmerso en el sector empresarial Riobambeño?**
- 2. ¿De qué manera la Cámara de Comercio de Riobamba influye en el sector empresarial local?**
- 3. ¿Considera usted que la Cámara de Comercio de la ciudad de Riobamba promueve constantemente el desarrollo económico local?**
- 4. ¿Qué sectores considera usted que se deben fortalecer para promover el desarrollo económico local en la ciudad?**
- 5. ¿Cree usted que existen trabas por parte del gobierno local cuando empresas nacionales e internacionales desean invertir en el cantón Riobamba?**
- 6. ¿Considera usted que hacen falta leyes que ayuden a promover el desarrollo local en Riobamba? ¿Cuáles?**
- 7. ¿Cuáles cree usted que son las causas que afectan en el no desarrollo del sector empresarial de Riobamba?**
- 8. Actualmente ¿Como Cámara de Comercio han identificado debilidades en el sector empresarial? ¿Y de qué manera les están fortaleciendo?**
- 9. ¿Cómo calificaría el apoyo del Gobierno Autónomo Descentralizado al desarrollo económico local de la ciudad?**
- 10. ¿Considera usted que un diseño de estrategias financieras ayudaría a promover el desarrollo económico local en el sector empresarial del cantón Riobamba? ¿Por qué?**

ANEXO B: ENCUESTA APLICADA AL SECTOR EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA



CUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA INGENIERÍA FINANCIERA



Encuesta aplicada al Sector Empresarial de la ciudad de Riobamba

Tema: Diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Objetivo: El fin de esta encuesta es para la realización de un diseño de estrategias financieras para promover el desarrollo económico local en el sector empresarial de la ciudad de Riobamba.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y responda con sinceridad analizando la realidad de su entorno organizacional.

Pregunta 1. ¿A qué sector pertenece su empresa?

<input type="checkbox"/>	Manufacturera
<input type="checkbox"/>	Comercial
<input type="checkbox"/>	Servicios
<input type="checkbox"/>	Otros

Pregunta 2: ¿Innova permanentemente su actividad económica?

Muy Frecuentemente () Frecuentemente () Ocasionalmente ()

Pregunta 3: ¿Considera usted que la iniciativa de su actividad económica le ha permitido salir adelante?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Indeciso ()

Pregunta 4. ¿Cuáles son las principales problemáticas que usted como empresario(a) encuentra en la ciudad?

Falta de financiamiento	
Alto nivel de competencia	
Escasas oportunidades de crecimiento	

Pregunta 5. ¿Considera usted que existe suficiente ayuda por parte de las instituciones financieras para apoyar sus actividades económicas?

Totalmente de acuerdo () De acuerdo () Indeciso ()

Pregunta 6. ¿Cómo calificaría el desarrollo económico local en la generación de empleo?

Adecuado () No Adecuado () Parcialmente adecuado ()

Pregunta 7. ¿Considera usted que su actividad económica aporta con el desarrollo económico local de la ciudad?

Siempre () Casi Siempre () En ocasiones ()

Pregunta 8. ¿Cómo considera usted que el GADM de Riobamba apoya al desarrollo económico local?

A través de ordenanzas	
A través de ferias ciudadanas	
Medidas de inclusión empresarial	

Pregunta 9. ¿De qué manera a su criterio, debe el GADM impulsar el desarrollo y competitividad de las pymes para mejorar el desarrollo económico local en la ciudad?

Financiamiento	
Medidas que promuevan el crecimiento y estabilidad económica	
Potenciar la innovación	

Pregunta 10. ¿Califique el nivel de desarrollo económico local en el cual se encuentra el cantón Riobamba en la actualidad?

Muy bueno () Bueno () Regular () Malo ()

ANEXO C: LISTA DE EMPRESAS ENCUESTADAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

	NOMBRE	TAMAÑO
1	TRANSPORTES CONDORAZO S.A	MICROEMPRESA
2	INPAPEL PATRIA C LTDA	MEDIANA
3	APICARE CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
4	IMPORTADORA GALLEGOS MORA C LTDA	MICROEMPRESA
5	CONSTRUCTORA OVIEDO PALACIOS COVIPAL CIA. LTDA	GRANDE
6	LAS COLINAS DE RIOBAMBA LACORBAM CIA. LTDA	MICROEMPRESA
7	SUPERTAPI SERVICIOS C LTDA	MEDIANA
8	CREPE&CO ROYALFRANCHISE S.A.	MICROEMPRESA
9	EMPRESA IMPANDI DE IMPORTACIONES S.A	MEDIANA
10	SERVI TRANS NEVADO EMPRESA NEVAEMPRES S.A	MICROEMPRESA
11	IMPORAKABADOS CIA.LTDA.	MEDIANA
12	BUSES DE SERVICIO DE TRANSPORTE PURUHA, BUSTRAP C.A	MICROEMPRESA
13	SERVICIO DE TAXIS PAZ SETAXPAZ S.A	MICROEMPRESA
14	COMPAÑÍA DE FURGONETAS DE TRANSPORTE ESTUDIANTIL Y TURISMO TRANESCORDAN S.A	MICROEMPRESA
15	LIBERTADORES LIBERTAXIS S.A	MICROEMPRESA
16	UNITRASEEP UNIDADES DE TRANSPORTE SELECTIVO Y EJECUTIVO EL PRADO SOCIEDAD ANONIMA	MICROEMPRESA
17	COMPAÑÍA DE TAXIS RUTAS DEL CHIMBORAZO S.A COTRACHSA	MICROEMPRESA
18	TAXIS HOSPITAL HOSPITAXI S.A	MICROEMPRESA
19	TRANSPORTES PESADOS TRAILEROS DE CHIMBORAZO TRAICHIMB S.A	PEQUEÑA
20	EMPRESA HOTELERA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES C.A	PEQUEÑA
21	ELECTROVENTAS LA BAHIA ELECTROBAHIA CIA. LTDA.	MEDIANA

22	COMPAÑÍA DE TRANSPORTES SAN MIGUEL DE PUNGALA S.A	MICROEMPRESA
23	DISCONTRED CONSTRUCCIONES CIA. LTDA	MICROEMPRESA
24	RIOCONSULTORES CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
25	GEORGE WASHINGTON CIA. LTDA.	PEQUEÑA
26	COSMACOR S.A	MICROEMPRESA
27	TRANS AVEPA S.A	PEQUEÑA
28	COMPAÑÍA AGRICOLA AGROMAGNA CIA. LTDA	MICROEMPRESA
29	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE ESTUDIANTIL Y TURISMO PADREMENSI S.A	PEQUEÑA
30	RUTAS CHIMBORACENSES S.A	MICROEMPRESA
31	INCAÑAN ECOTOURISM S.A	MICROEMPRESA
32	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE RIOBUNETAS S.A	MICROEMPRESA
33	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO BENZOR S.A	MICROEMPRESA
34	GIOBESERVICE S.A	MICROEMPRESA
35	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO RIOBAMBA UNION Y PROGRESO RIOUNPRO S.A	MICROEMPRESA
36	TRANSPORTES TENEMAZA INTERNACIONAL C.A	MICROEMPRESA
37	RIOCOMPU CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
38	CENTRO DE CAPACITACIÓN Y CONDUCCIÓN DE MANEJO CENTERDRIVE CIA. LTDA.	MEDIANA
39	TRANSPORTES DE CARGA MINERA SHOBOL S.A	PEQUEÑA
40	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO RIOBAMBA CIUDAD BONITA RIOCIB S.A	MICROEMPRESA
41	COMPAÑÍA DE TAXIS ASODITAX S.A	MICROEMPRESA
42	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO CENTINELA DE LOS ANDES TRANSCENANDES S.A	PEQUEÑA
43	INDUVEST S.A	PEQUEÑA
44	DICOALMACO CIA. LTDA.	PEQUEÑA
45	TV SULTANA T.V.S S.A	GRANDE
46	MEGACOMEXPORT CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
47	ESTUDIOS Y FORMACION EN SEGURIDAD ESTFORSEG CIA.LTDA.	MICROEMPRESA
48	COMPAÑÍA DE CAMIONETAS DE CARGA LIVIANA MERCADO MAYORISTA ZONA CENTRO MERZOCENTRO S.A	MICROEMPRESA

49	COMPAÑÍA DE TAXIS TAXIALICAN S.A	MICROEMPRESA
50	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE PESADO RUTAS DEL FLORECER TRANSFLORECER S.A	MICROEMPRESA
51	CICLOTUR CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
52	COMPAÑÍA DE TAXIS WILSON MOROCHO S.A	MICROEMPRESA
53	NUVINAT S.A	MICROEMPRESA
54	RIOEMPRES TOURS S.A	PEQUEÑA
55	COMPAÑÍA DE TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL NATIONAL TRAVEL C.A	MICROEMPRESA
56	BULLCANDLE COMPANY CIA. LTDA	MICROEMPRESA
57	IRCOSTEL CIA. LTDA	MEDIANA
58	RUPHAY S.A.	PEQUEÑA
59	VOLQUETES LA VASIJA VOLQUEVAS S.A	MICROEMPRESA
60	INTERANGELES TOURS CIA. LTDA.	PEQUEÑA
61	DISCOMPAL CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
62	AGRICOLA LA RIVERA HEREDIA S.A AGRORIVHERSA	PEQUEÑA
63	SERVIOIL CIA. LTDA.	GRANDE
64	FABRICA DE EMBUTIDOS JORGE JARA VALLEJO LA IBERICA C.L	MEDIANA
65	SUPERMERCADO Y COMISARIATO HORTENCIA VARGAS DE JARA E HIJOS C.LTDA.	MEDIANA
66	ALBERGUE TURISTICO ABRASPUNGO COMPAÑÍA LIMITADA	PEQUEÑA
67	RIOBAMGAS CIA. LTDA.	PEQUEÑA
68	MENDOGAS S.A	MEDIANA
69	CHILDRENCITOS CIA. LTDA.	PEQUEÑA
70	MEGA INMOBILIARIA VILEMA CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
71	THE ELENES SPRINGS CIA. LTDA	MICROEMPRESA
72	COMISARIATO DE CALZADO S.A JCALLE	PEQUEÑA

73	JARA SEGURIDAD JARASEG CIA. LTDA.	GRANDE
74	TRANSGAVILANEZ CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
75	COMERCIAL "SAN FRANCISCO" COMSAFRAN CIA.LTDA.	MEDIANA
76	SUPERTOTALHOME TOTALHOME CORP. SUPERMERCADOS TOTALHOME CIA.LTDA.	PEQUEÑA
77	CONSORCIO TURÍSTICO COMERCIAL DE CHIMBORAZO RIOTURTRAVEL CIA. LTDA.	MICROEMPRESA
78	LA CASA ANDALUZA CASANDALUZ CIA. LTDA.	PEQUEÑA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

*DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS DEL APRENDIZAJE
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y DOCUMENTAL*

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 03 / 09 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
<i>Nombres – Apellidos: Katherine Juliette Peralta Paredes</i>
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
<i>Facultad: Administración de Empresas</i>
<i>Carrera: Ingeniería en Finanzas</i>
<i>Título a optar: Ingeniería en Finanzas</i>
<i>C. Analista de Biblioteca responsable: Ing. Rafael Inty Salto Hidalgo</i>



1690-DBRA-UTP-2021