



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

**“ESTUDIO ECONÓMICO DEL IMPACTO POSTPANDEMIA DE
LAS PYMES EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, AÑO 2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

SHIRLEY JEANINE AGREDA CHONGO

Riobamba – Ecuador

2023



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

**“ESTUDIO ECONÓMICO DEL IMPACTO POSTPANDEMIA DE
LAS PYMES EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO, AÑO 2022.”**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación.

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: SHIRLEY JEANINE AGREDA CHONGO

DIRECTOR: PH.D. JUAN ALBERTO ÁVALOS REYES

Riobamba – Ecuador

2023

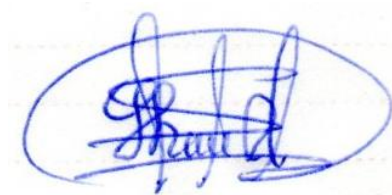
© 2023, Shirley Jeanine Agreda Chongo

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, Shirley Jeanine Agreda Chongo, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos 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, 19 de abril de 2023



Shirley Jeanine Agreda Chongo

C I: 2200061501

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; tipo: Proyecto de Investigación, “**ESTUDIO ECONÓMICO DEL IMPACTO POSTPANDEMIA DE LAS PYMES EN EL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022.**”, realizado por la señorita: **SHIRLEY JEANINE AGREDA CHONGO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

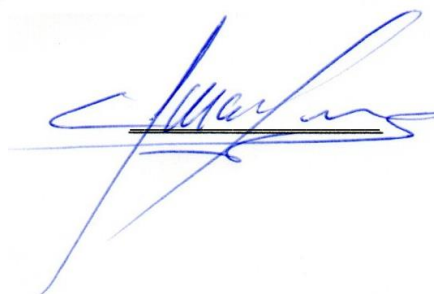
FECHA

Ing. Jorge Luis Chafla Granda
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



2023-04-19

Ph.D. Juan Alberto Ávalos Reyes
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



2023-04-19

Ph.D. Roberto Isaac Costales Montenegro
**ASESOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**



2023-04-19

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres Franco Agreda y Priscila Chongo, por el apoyo incondicional en todo mi camino universitario, además de brindarme los principales valores y herramientas para poder forjarme como persona; a mis hermanos y hermanas por apoyarme y darme ánimos para seguir adelante en momentos difíciles; ingenieros/as, amigos/as y compañeros/as que fueron parte de mi proceso académico por brindarme sus conocimientos. Gracias a todos he alcanzado un objetivo de vida más.

Shirley

AGRADECIMIENTO

Al terminar mi carrera universitaria, agradezco en primer lugar a Dios por darme la vida, salud, sabiduría y por haberme dado esta oportunidad de superarme y guiarme en el transcurso de la vida. También, agradezco a mi familia en especial a mis padres que son el pilar fundamental en mi vida, por siempre comprenderme y estar a mi lado en todos mis momentos. A todos los profes que formaron parte de mi proceso académico y de manera muy especial al Ing. Juan Alberto Avalos y Ing. Roberto Isaac Costales, quienes me brindaron apoyo en el desarrollo de la tesis.

Shirley

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Objetivos	5
<i>1.2.1 Objetivo General.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2.2 Objetivos Específicos.....</i>	<i>5</i>
1.3 Justificación	5
<i>1.3.1 Justificación Teórica.....</i>	<i>5</i>
<i>1.3.2 Justificación Metodológica</i>	<i>5</i>
<i>1.3.3 Justificación Práctica.....</i>	<i>6</i>
1.4 Pregunta de Investigación	6

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes de Investigación.....	7
2.2 Referencias Teórica.....	9
<i>2.2.1 Estudio económico</i>	<i>9</i>
<i>2.2.1.1 Análisis económico.....</i>	<i>9</i>
<i>2.2.1.2 Factores que inciden en entorno</i>	<i>10</i>
2.2.2 COVID.....	11
<i>2.2.2.1 Efectos de la pandemia por COVID a nivel Internacional</i>	<i>12</i>
<i>2.2.2.2 Efectos de la Pandemia por COVID 19 en Ecuador.....</i>	<i>13</i>
<i>2.2.2.3 Impacto del COVID en las empresas de Ecuador.....</i>	<i>14</i>
<i>2.2.2.4 Temporalidad de COVID</i>	<i>15</i>

2.2.3	<i>Sistema empresarial</i>	16
2.2.3.1	<i>La empresa</i>	16
2.2.3.2	<i>Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)</i>	17
2.2.3.3	<i>Clasificación de las PYMES</i>	18
2.2.3.4	<i>Importancia de las Pymes en Ecuador</i>	19
2.2.3.5	<i>Economía de las pequeñas y medianas empresas</i>	20
2.2.4	<i>Estrategias</i>	20
2.2.4.1	<i>Tipologías de las estrategias</i>	22
2.2.4.2	<i>Estrategias de crecimiento económico</i>	24

CAPÍTULO III

3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1	Enfoque de Investigación	25
3.2	Nivel de Investigación:	25
3.3	Diseño de Investigación	26
3.4	Tipo de Estudio	26
3.5	Métodos de Estudio	26
3.6	Técnicas e Instrumentos de Investigación	27
3.6.1	<i>Técnicas de Investigación de Campo</i>	27
3.6.2	<i>Instrumentos de Investigación de Campo</i>	28
3.7	Población y Muestreo	28
3.7.1	<i>Población</i>	28
3.7.2	<i>Muestreo</i>	29

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	30
4.1	Procesamiento, análisis e interpretación de resultados	30
4.2	Discusión	52

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	53
5.1	Propuesta	53

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES..... 81

RECOMENDACIONES..... 82

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2: Clasificación de las Pymes	18
Tabla 2-2: Clasificación de empresa según RICOP	19
Tabla 1-4: Tipo de empresa	30
Tabla 2-4: Actividad económica	31
Tabla 3-4: Afectación de las medidas sanitarias	32
Tabla 4-4: Tipos de afectación.....	33
Tabla 5-4: Porcentaje de afectación	34
Tabla 6-4: Cierres temporales	35
Tabla 7-4: Días en reanudar actividades	36
Tabla 8-4: Calificación del negocio	37
Tabla 9-4: Tendencia de ingresos	38
Tabla 10-4: Progreso económico esperado	39
Tabla 11-4: Decisiones en momento de crisis.....	40
Tabla 12-4: Decisiones en comunicación	41
Tabla 13-4: Problemas actuales	42
Tabla 14-4: Acciones de recuperación.....	43
Tabla 15-4: Utilidad neta de las pequeñas empresas	47
Tabla 16-4: Utilidad neta de las medianas empresas	51
Tabla 1-5: Estrategia 1: Realidad financiera y el flujo de caja de la empresa	54
Tabla 2-5: Estrategia 2: Nuevos nichos de mercado.....	58
Tabla 3-5: Estrategia 3: Digitalización de los negocios.....	61
Tabla 4-5: Estrategia 4: Financiamiento.	65
Tabla 5-5: Estrategia 5: Asociatividad.....	69
Tabla 6-5: Estrategia 6: Plan de negocio	71

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-4:	Tipo de empresa.....	30
Ilustración 2-4:	Actividad económica	31
Ilustración 3-4:	Afectación de las medidas sanitarias	32
Ilustración 4-4:	Tipo de afectación.....	33
Ilustración 5-4:	Porcentaje de afectación	34
Ilustración 6-4:	Cierres temporales	35
Ilustración 7-4:	Días en reanudar actividades	36
Ilustración 8-4:	Calificación del negocio	37
Ilustración 9-4:	Tendencia de ingresos.....	38
Ilustración 10-4:	Progreso económico esperado.....	39
Ilustración 11-4:	Decisiones en momento de crisis.....	40
Ilustración 12-4:	Decisiones en comunicación.....	41
Ilustración 13-4:	Problemas actuales.....	42
Ilustración 14-4:	Acciones de recuperación	43
Ilustración 1-5:	Pasos de la estructuración del flujo de efectivo	55
Ilustración 2-5:	Ejemplo de Flujo de efectivo método directo	56
Ilustración 3-5:	Ejemplo de Estructura flujo de efectivo método indirecto	57
Ilustración 4-5:	Proceso para definir un nicho de mercado.....	59
Ilustración 5-5:	Tipos de nichos de mercado.....	59
Ilustración 6-5:	Proceso para digitalizar un negocio	62
Ilustración 7-5:	Herramientas para digitalizar un negocio	62
Ilustración 8-5:	Hoja de ruta para la implementación de Cloud Computing.....	63
Ilustración 9-5:	Pasos para crear una tienda online en Ecuador	63
Ilustración 10-5:	Pasos en la elaboración de un plan de marketing digital	64
Ilustración 11-5:	Métodos de pago digital.....	64
Ilustración 12-5:	Proceso de Inversión	66
Ilustración 13-5:	Como funciona el crowdfunding	67
Ilustración 14-5:	Etapas del Bootstrapping	67
Ilustración 15-5:	Inversión en la Bolsa de Valores	68
Ilustración 16-5:	Fases de la asociatividad.....	70
Ilustración 17-5:	La empresa.....	72
Ilustración 18-5:	Análisis PESTEL.....	73
Ilustración 19-5:	Las 5 Fuerzas de Porter.....	73

Ilustración 20-5: Plantilla para realizar el Análisis DAFO	74
Ilustración 21-5: Preguntas orientadas al análisis de la demanda	74
Ilustración 22-5: Estrategia de Marketing	75
Ilustración 23-5: Esquema de un Plan de Producción.....	76
Ilustración 24-5: Estructura jerárquica	76
Ilustración 25-5: Descripción de cargos	77
Ilustración 26-5: Esquema de Matriz de análisis cualitativo de riesgo	77
Ilustración 27-5: Esquema de respuesta ante riesgos	77
Ilustración 28-5: Formato de Cálculo de Inversión Inicial.....	78
Ilustración 29-5: Formato de Cálculo de Financiación	78
Ilustración 30-5: Formato cálculo costo variable	79
Ilustración 31-5: Formato cálculo de costo fijo.....	79
Ilustración 32-5: Ejemplo de cronograma de Implementación	80

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

ANEXO B: FICHA DE ENTREVISTA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal desarrollar un estudio del impacto económico postpandemia en las pequeñas y medianas empresas del cantón Riobamba aplicado en el año 2022, para conocer la situación actual y establecer estrategias de mejora. La metodología implementada tuvo un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo. Se utilizó un diseño no experimental de tipo transversal ya que no se manipularon datos ni variables en un cierto período de tiempo; la población de este estudio, fueron los 148 propietarios de las PYMES del cantón Riobamba, y se aplicó 104 encuestas que permitieron obtener información base de como la Pandemia COVID 19 les afectó, asimismo se aplicó una entrevista dirigida a la presidenta de la Cámara de Pequeñas Industrias de Chimborazo. Mediante la metodología aplicada se logró determinar que las PYMES fueron afectadas en sus ventas e ingresos por la pandemia y aún siguen teniendo esa posición afectada, motivo por el cual se propuso establecer estrategias de mejora y crecimiento, por medio de objetivos, metas, metodología, su aporte y control, además se proporcionó esquemas y modelos para facilitar su aplicación. Se concluye que el impacto de la pandemia aún persiste hasta la actualidad, siendo los más afectados las pequeñas empresas, lo que les ha dificultado recuperar sus ingresos o ventas posterior a los dos años, lo que les vuelve frágiles a los cambios imprevistos fundamentalmente en el ámbito económico. Se recomienda abordar este tipo de problemáticas que ayuden a dinamizar la economía del cantón, además de dar seguimiento a los problemas que se han identificado.

Palabras clave: <ESTUDIO ECONÓMICO>, <IMPACTO>, <PYMES >, <ESTRATEGIAS>, < RIOBAMBA (CANTÓN)>.



24-04-2023

0734-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The main objective of this research work was to develop a study of the post-pandemic economic impact on small and medium-sized companies (SMBs) in the Riobamba canton during 2022 to know their current situation and set improvement strategies. This research methodology involved a mixed approach, that is, qualitative and quantitative. A non-experimental cross-sectional design was necessary since neither data nor variables were manipulated in a certain period. The population of this study included the 148 owners of SMBs in the Riobamba canton. Also, it was possible to collect essential information after addressing 104 surveys to determine how the COVID-19 Pandemic had affected them. Additionally, an interview addressed to the Chamber of Small Chimborazo Industries president was helpful in the data collection process. Through the applied methodology, it was possible to determine the adverse effect of the pandemic in the sales and income of the SMBs and how they are currently affected. For this reason, it was proposed to establish improvement and growth strategies through objectives, goals, methodology, contribution, and monitoring. In addition, schemes and models were provided to facilitate their implementation. Finally, the impact of the pandemic persists to this day, with small businesses being the most affected. This situation has made it difficult for SMB owners to recover their income or sales after two years, making them weak to unforeseen changes, mainly in the economic field. Therefore, addressing this type of problem is recommended to help boost the canton's economy, in addition to following up on the problems identified.

Keywords: <ECONOMIC STUDY>, <IMPACT>, <SMALL AND MEDIUM SIZED BUSINESSES (SMBs)>, <STRATEGIES>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



Lic. Mónica Logroño Becerra

060274953-3

INTRODUCCIÓN

Las pymes están dentro de un grupo importante de empresas que aportan al desarrollo económico del país, pero exactamente hace dos años vivió un episodio que afectó a toda la población en general, por la pandemia del COVID 19, cuyo suceso dejó como resultado la paralización de la mayor parte de actividades económicas, que impactó más a las pequeñas y medianas empresas, porque no pudieron subsistir todo el tiempo sin operar y con problemas de iliquidez.

En este sentido se diseña un “ESTUDIO ECONÓMICO DEL IMPACTO POST PANDEMIA A LAS PYMES, DEL CANTÓN RIOBAMBA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, AÑO 2022”, con el propósito de analizar los problemas que enfrentan estas organizaciones de carácter económico en su ciclo de vida y competitividad, bajo el factor de la pandemia, proponiendo estrategias de mejora. El presente trabajo considera 6 capítulos.

Capítulo I Se define el planteamiento del problema de la investigación, que contiene la formulación del problema, los objetivos generales y específicos, y la justificación teórica, metodológica y práctica. Queda claro la razón por la que se realiza la presente investigación de estudio económico del impacto post pandemia a las pymes de Riobamba.

Capítulo II Se detalla el marco teórico, donde se sustenta el desarrollo de la investigación, por medio de la estructura del marco teórico y conceptual de las variables que intervienen: el estudio económico, análisis económico, tipos de empresa, pymes y el escenario de la pandemia.

Capítulo III: Se especifica los métodos, nivel, alcance, diseño, tipo, métodos, técnicas e instrumentos de investigación empleadas en el proceso de recolección de información para la presente investigación.

Capítulo IV Se realiza el análisis e interpretación de los resultados, del mismo modo se lleva a cabo la discusión por medio de la argumentación, sistematización y cuestionamiento de la información obtenida por medio de las encuestas y entrevistas; finalmente se puede responder a la pregunta de formulación del problema para establecer soluciones.

Capítulo V Se desarrolla el marco propositivo en donde se plantea una solución al problema por medio de estrategias de mejora que permitan a las pymes de Riobamba ser competitivas y tener un ciclo de vida larga.

Capítulo VI Se establecen las conclusiones y recomendaciones de la investigación con referencia a la problemática planteada, finalmente se confirma si se aplica la propuesta, considerando los aspectos encontrados en la investigación y en base a ellos se propone cambios, el cual debe ser aplicado para brindar estrategia de mejora a las pymes

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

Las Pymes, son un tipo de empresa que posee una representación amplia a nivel mundial, cumplen un rol fundamental dentro del sector económico, debido a su número de representación en la generación de empleo y el aporte al Producto Interno Bruto (PIB), además de contribuir al desarrollo del país. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las Pymes son unidades que en muchos países está representado en más del 90% del total, y en la mayoría de las naciones que conforman la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), las Pymes representan más del 50% del Producto Interno Bruto (SAP, 2021). Según los datos de la OIT, la actividad de las microempresas y las pequeñas empresas, sumada a la de los trabajadores por cuenta propia, alcanza la asombrosa tasa de 70% del empleo mundial. Por otra parte, las empresas con menos de 100 empleados generan más del 50% de los nuevos puestos de trabajo en todo el mundo.

A ese entorno de las Pymes, se agregó un nuevo factor relevante, la crisis mundial sanitaria COVID 19, que se desarrolló en el año 2020 que no solo dejó consecuencias económicas y financieras, sino también sociales y políticas, que obligó a los gobiernos aplicar medidas sanitarias estrictas para evitar que se trascienda los contagios, el más conocido fue el confinamiento, restringiendo la reunión de personas, reduciendo aforos en espacios públicos. A nivel mundial, las pymes fueron afectado a más del 60%.

En América Latina y Ecuador existe un gran porcentaje de representación de las PYMES, que cumplen un papel relevante, para brindar servicios y productos que satisfagan las necesidades de las personas. En Ecuador según el Censo realizado por el INEC en el año 2021 existe 849.831 empresas de las cuales 47.910 son PYMES con una representación porcentual del 5,64% a nivel nacional, a pesar que en el total con respecto al año anterior haya aumentado, las Pymes han disminuido en un 2,01%, en este aspecto se han visto afectadas por diferentes factores externos que sucedieron en el país, el cual se puede evidenciar que para el año 2020 decreció en el número de Pymes de 64.719, cantidad que no se observaba de hace años atrás y el 2019 fue de 81.528. En el aspecto de las plazas de empleo también se han visto afectados en el 2021 fue de 31,23%, el año anterior fue de 34,16%, porcentajes representativos casi al nivel de las grandes empresas.

En Ecuador se aplicó medidas mediante el Decreto Ejecutivo N°1017, el “16 de marzo, el presidente de la República, Lenin Moreno, a través de una cadena nacional, declaró el Estado de Excepción en todo el territorio ecuatoriano, con el propósito de contener la transmisión del coronavirus (COVID-19)” (Secretaría General de Comunicación, 2020). Lo que conllevó a la suspensión temporal de las actividades no esenciales y se permitiera las más básicas o de primera necesidad para la sociedad, cuya decisión afecta a las Pymes debido a que no podían trabajar con normalidad. De acuerdo con los reportes del BCE (2021) la inactividad económica marzo-diciembre del 2020 dejó pérdidas aproximadas de USD 12.790,51 millones. Las pérdidas totales representan el 16,6% del PIB en valores corrientes.

En el ámbito local, en el cantón Riobamba según las Superficies (2021) existe 148 Pymes y no fueron la excepción de sufrir las consecuencias por las medidas sanitarias aplicadas. Las pymes como empresas de: servicios, comercial, industrial, manufactureras, entre otros, cerraron en un promedio 15%, según los datos de las Superficies con respecto al año anterior. Las políticas fueron desafiantes en el escenario de las pymes debido a que existía una desestabilidad entre sus ingresos y sus gastos, ya que al estar inactivos de sus operaciones no poseían ingresos, pero si generaban obligaciones como: pago de impuesto, salarios, etc.

Además, nadie estuvo preparado o tenía un plan de contingencia eficaz que anticipara los hechos y puedan seguir operando con normalidad, evitando tener pérdidas. A pesar de ello existen pymes que funcionan con una caja reducida y alto endeudamiento. El que este sector sea afectado implica un impacto para la sociedad en su conjunto, debido a que generan la mayor parte de empleos aproximadamente un 36% a nivel nacional y tienen un papel muy importante de generar un valor agregado a los productos, son la base de la economía, por lo que sus efectos también se reflejaron en el aumento del desempleo.

Por ello, es necesario realizar un estudio económico del impacto, posterior a los dos años y una vez se haya retomado a la normalidad del giro del negocio de las pymes, analizando sus puntos débiles y fuertes, entiendo los sucesos anteriores y como estos han afectado, por lo que conocer los problemas o dificultades brindará herramientas para los gobiernos locales para que puedan generar estrategias y políticas para una dinamización de la economía y el desarrollo del cantón.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Desarrollar un estudio económico del impacto postpandemia en las pymes del cantón Riobamba, año 2022 para conocer la situación actual y establecer estrategias.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis teórico de todas las variables que interviene en la problemática del crecimiento económico postpandemia de las pymes.
- Determinar las afectaciones en las pymes en pandemia y postpandemia por medio de la recolección de datos.
- Establecer estrategias de mejora continua y crecimiento orientadas a las pequeñas y medianas empresas.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación Teórica

El presente trabajo de investigación se lleva a cabo por medio de la recolección de información de algunos autores de libros, revistas, artículos científicos, tesis y sitios web que trataron este tema con antelación, esto permite sustentar la base teórica sobre la problemática que se plantea, como es el impacto post pandemia a las pymes y como solucionar la mismas tratando de proponer un mejor modelo o estrategias de mejora con base en estudios técnicos factibles para brindar alternativas proyectadas al crecimiento y competitividad.

1.3.2 Justificación Metodológica

En el presente trabajo de investigación se utiliza diferentes metodologías que orientan la recolección de información, así como su análisis y conclusiones que ayudan a la presente investigación caminar por este mismo sendero de modo de garantizar la información requerida para el efecto del análisis.

1.3.3 Justificación Práctica

El desarrollo de la presente investigación es necesario para orientar, direccionar estrategias que permitan potencializar, las pequeñas y medianas empresas que aún subsisten en el mercado local, siendo los beneficiarios directos, los dueños de estas pequeñas y medianas empresas, e indirectos los consumidores internos y externos de las mismas.

1.4 Pregunta de Investigación

¿Cómo el Estudio Económico Postpandemia aplicado a las pequeñas y medianas empresas (pymes) del cantón Riobamba y la propuesta de estrategias de mejora, permitirá el crecimiento y el aumento del ciclo de vida de estas organizaciones?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de Investigación

La presente investigación utiliza tres antecedentes fundamentales: artículos de revista y trabajos de titulación, tanto nacionales como internacionales:

En el ensayo de grado de Quintero (2018): “Las Pymes en Colombia y las Barreras para su Desarrollo y Perdurabilidad”, realiza un estudio a las pymes para identificar las principales barreras de progreso y el ciclo de vida, sus principales desventajas en comparación con las grandes empresas son: viven del día y no pueden soportar períodos largos de crisis, vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, su administración no es especializada sino que lo realiza de forma empírica por los propietarios, con respecto al personal no cuentan con el especializado y capacitado debido a sus altos salarios.

Además, el autor expone que las altas tasas de contribución son una barrera para el desarrollo, lo cual afecta a la economía del país, nivel de competitividad y el desempleo. Pero los problemas para las pymes nacen desde la creación, evidenciado que el 42% supera los cinco años, demostrando la dificultad de mantenerse en el tiempo, sin embargo, en comparación con otros países “se puede evidenciar una amplia brecha entre países como Bélgica y Portugal, donde el primero, después de 5 años más del 82 % permanecen en el mercado y en Portugal tan solo un 29%” (Quintero, 2018, p. 23). Entonces se puede concluir, que la permanencia de las pymes depende de muchos factores en especial de cada país, del mismo modo se debe tomar en cuenta los fundamentos constitucionales y legales.

Finalmente, el autor recomienda de forma general a los propietarios de las pequeñas y medianas empresas dejar de considerar a la innovación como un gasto para sus empresas, por el contrario, se debe percibir como una inversión que, en el corto o mediano plazo, traerá beneficios manifestados en productividad y rentabilidad, y que alcanzar el umbral de innovación de las PYMES en un futuro será una condición necesaria para poder sobrevivir y competir en el mercado. (Quintero, 2018, p. 34)

Acorde a lo expuesto por Baque et al., (2020) en su artículo de revista titulado “Fracaso de las pymes: Factores desencadenantes, Ecuador 2020”, muestra:

Que la causa principal de fracaso de las pymes en la actualidad es la pandemia del covid-19 en la que se presentan tres escenarios en los cuales se exponen las caídas de las ventas de las pymes ecuatorianas, consecuentemente el cierre de los negocios y descenso en la productividad, y por último se hace referencia a que si la pandemia se extiende por más tiempo para las empresas será más desalentador, ante los tres escenarios expuestos es evidente que la pandemia se convierte en factor directo de fracaso empresarial, como ya se analizó la pandemia desencadenó problemas internos en las pymes en las que se identificaron causas de fracaso subyacente. (Baque et al., 2020, p. 18)

De acuerdo con los autores en el período de análisis determinan que los factores del fracaso de las pymes están condicionados por el COVID 19, y otros factores internos, destacando a el problema financiero, de gestión y planificación que han dejado consecuencias en su periodicidad, sea de un promedio de cinco años, afectando a los indicadores macroeconómicos del país. Los otros factores se consideran subyacentes que están relacionados a la parte interna de la empresa de acuerdo con el estudio realizado a las diferentes organizaciones. Se destaca que los factores son macroeconómicos y microeconómicos, siendo la primera, un factor que no se puede manipular.

Los autores en sus estudios mencionan que:

Si la pandemia llegase a extenderse por un tiempo más prolongado provocaría una baja en la economía con repercusión en todos los ámbitos, debido a que la economía se sostiene en el sector empresarial, por eso es vital indagar acerca de los problemas que se presentan en el mismo, con el fin de que a través de la investigación se pueda proponer alternativas que mejoren las falencias que se encuentra en este sector con el objetivo de contribuir al desarrollo del país. (Baque et al., 2020, p. 20)

De acuerdo con el artículo de revista “Las Pymes en Ecuador: Un análisis necesario” realizado por Rodríguez y Avilez (2020) las principales causas del fracaso de las pymes se las puede analizar desde varios aspectos:

En el año 2017 tres millones de PYMES iniciaron negocio; pero la mayoría de los emprendimientos fracasan rápidamente, no llegan a pasar los tres meses de existencia, pues casi la totalidad de los emprendimientos se producen por necesidad, no por oportunidad, faltando el ingrediente de la innovación. (R. Rodríguez & Aviles, 2020, p. 197)

Del mismo modo, los autores consideran que el problema principal es la falta de un estudio técnico o de mercado antes de lanzar un producto al mercado, realizándolo de forma empírica, debido a que consideran que es un gasto innecesario. Otros problemas que enfrentan: es la falta de liquidez para cubrir sus gastos. Asimismo, “en algunas ocasiones la lenta y pobre evolución del contexto social, la localización aislada de las fuentes de demanda del producto al encontrarse ubicadas en un entorno atrasado de lento o ausente de desarrollo económico y social, pueden hacer que la demanda del producto no evolucione, se estanque y con ello sería una aventura encarar el crecimiento” (R. Rodríguez & Aviles, 2020, p. 197).

2.2 Referencias Teórica

Antecedentes que nos permite orientar nuestro trabajo hacia la consecución de sus objetivos fundamentales. Para realizar el presente trabajo de investigación se consultó en diferentes fuentes bibliográficas sobre el tema planteado:

2.2.1 Estudio económico

2.2.1.1 Análisis económico

Para Sánchez (2018) un análisis económico “es la base del estudio teórico y académico de las economías. Su centro de investigación es el comportamiento de los individuos y organizaciones a la hora de tomar decisiones e interactuar con el resto de los agentes.”

“El análisis económico está basado en un conjunto de principios que guían el comportamiento individual y la interacción económica entre los individuos. Primero, debemos entender cómo los individuos toman decisiones/hacen elecciones y, segundo, debemos entender cómo estas decisiones interactúan” (Rivera, 2017, p. 54).

En términos generales, un análisis económico está conexo a la micro y macroeconomía. El modo de cómo se utilizan los recursos con relación a los agentes económicos y cómo se comportan dentro de un mercado y los indicadores macroeconómicos de un país debido a que en ocasiones estos factores apoyan la explicación de sucesos o hechos y permiten tener herramientas para establecer estrategias o alternativas de solución.

2.2.1.2 Factores que inciden en entorno

Microeconomía

De acuerdo con (Sarmiento et al., 2018, p. 5) la microeconomía “es aquella parte de la economía que estudia el comportamiento de las unidades económicas, tales como los consumidores, las empresas, las industrias y las relaciones existentes entre ellas. Estudia además los mercados donde operan los oferentes y los demandantes”.

De acuerdo con (Rivera, 2017, p. 38) se llama microeconomía “al estudio del comportamiento de individuos y empresas que determinan una asignación de recursos (factores de producción, recursos naturales e insumos) entre diferentes bienes y servicios para producirlas y distribuir las”.

La microeconomía es parte de la teoría económica que estudia el comportamiento y las decisiones de los agentes económicos, engloba las economías domésticas y los empresarios, la forma cómo interactúan entre sí en los mercados individuales y cómo se establecen los precios en tales mercados.

Macroeconomía

La otra rama transcendental es la macroeconomía, la cual se refiere al desempeño general de la economía. Por lo que (Sarmiento et al., 2018, p. 5) menciona que esta rama “se centra en el estudio del comportamiento global del sistema económico de un país reflejado en un número determinado de variables, como el producto total de una economía, el empleo, la inflación, las relaciones internacionales, etc. La macroeconomía busca obtener una visión más simplificada de la economía”.

También definen a la macroeconomía como: “el análisis económico está basado en un conjunto de principios que guían el comportamiento individual y la interacción económica entre los individuos. Primero, debemos entender cómo los individuos toman decisiones/hacen elecciones y, segundo, debemos entender cómo estas decisiones interactúan” (Rivera, 2017, p. 39).

En definitiva, la macroeconomía engloba amplias variables y temas, como la inversión y el consumo, del mismo modo la forma en cómo actúan los bancos centrales con respecto al manejo de dinero y las tasas de interés, que en ocasiones su escaso control ocasiono crisis financieras. Además, permite analizar cómo actúan las economías con respecto a sus principales variables.

Producto Interno Bruto

Según (Rivera, 2017, p. 120) “el Producto Bruto Interno (PBI) de un país es el valor total de todos los bienes y servicios finales producidos para el mercado durante un periodo de tiempo determinado y dentro de las fronteras del país”.

Por otro lado, la OCDE en su página en español define al Producto Interno Bruto o Producto Interior Bruto (PIB):

Como una medida estándar del valor agregado es la medida estándar del valor agregado creado mediante la producción de bienes y servicios en un país durante un periodo determinado. Este indicador también mide los ingresos obtenidos de dicha producción, o la cantidad total gastada en bienes y servicios (menos importaciones). Mientras que el PIB es el indicador individual más importante para medir la actividad económica, este es insuficiente para proporcionar una medición del bienestar material de las personas para lo que hay otros indicadores más adecuados.(OCDE, 2022)

En este sentido, su fórmula es:

$$\text{PIB} = \text{Consumo} + \text{Inversión} + \text{Gasto Gobierno} + (\text{Exportaciones} - \text{Importaciones})$$

Entonces, el Producto Interno Bruto (PIB), es un indicador macroeconómico que mide la producción de bienes y servicios total, es decir la riqueza total de un país en un período determinado generalmente son calculadas en periodos trimestres o anuales, se representa en forma de valor monetario y porcentual. Se utiliza para tener una perspectiva de crecimiento de una región o país, y es un indicador de desarrollo o crecimiento.

2.2.2 COVID

El COVID 2019, como se denominó a la pandemia que se desarrolló en el año 2020, aunque originalmente los primeros casos de presencia datan de finales del 2019, en Wuhan, China. Fue una enfermedad respiratoria causada por el virus SARS-CoV2. Al inicio no se acogió un control adecuado, llegando a considerarlo como una neumonía viral. Al año siguiente, el Director General de la Organización Mundial de Salud (OMS) anunció que el virus se había convertido en una “pandemia”, debido a que ya se había extendido a diferentes países y había causado la muerte de numerosas personas.

La gran mayoría de personas que fueron infectados por el virus experimentaron una enfermedad aparentemente respiratoria de ligero a moderada, y su recuperación sin un tratamiento en especial. Sin embargo, algunas personas si se enfermaron gravemente y tuvieron que solicitar atención médica, pero en este aspecto hubo excepciones en ciertos grupos de personas vulnerables como: las personas mayores, personas que padecían enfermedades subyacentes, como enfermedades respiratorias crónicas, cáncer, diabetes, cardiovasculares, estas personas tienen una alta probabilidad de desarrollar la enfermedad más grave sin importar la edad. Cualquier persona, sin importar su edad, puede contraer la COVID-19 y enfermar gravemente hasta llegar a morir. (OMS, 2020)

2.2.2.1 Efectos de la pandemia por COVID a nivel Internacional

La pandemia del COVID 19, ha expuesto las debilidades que se mantiene en el ámbito de la salud, generando una onda expansiva afectando a todas las economías a nivel mundial, sin existir excepciones de países desarrollados y desencadenando una de las mayores recesiones nunca vista desde la Segunda Guerra Mundial, conllevó a que el año 2020 la economía mundial se contrajera en un -4,3%.

Según las Naciones Unidas (2022) las consecuencias globales que dejó el COVID 19 fueron: la inflación, el aumento de la deuda pública y la desigualdad, factores que no permitirán que se mantenga el repunte de la actividad económica en el 2021. En los países emergentes y en desarrollo, la recuperación estaría en riesgo. Según los datos estadísticos, en América Latina, el crecimiento para el 2022 apenas lograra alcanzar el 2,6% y 2,7% en 2023, frente al crecimiento mundial de 4,1% y 3,2%, respectivamente. Además, se sumaron otros factores externos, la Guerra de Rusia-Ucrania, dejando pérdidas económicas y la paralización de algunos productos de exportación.

Los impactos económicos por el COVID 19, tuvo más trascendencia en los países en desarrollo y emergentes, debido a que depende de las exportaciones de materia prima, turismo, servicios entre otros, actividades económicas más afectadas, además de mantener un sector informal amplio, perdiendo ingresos lo que fragmentó su estabilidad, dejando en exacerbación elementos frágiles de la economía. La mayoría de los países se endeudaron debido a que no disponía de liquidez para hacer frente a la magnitud de la pandemia. A medida que avanzaba el virus, se vio como los diferentes países tomaron sus propias medidas para controlar la propagación del virus y aliviar la presión. El factor de impacto dependerá de las regiones, debido a que las medidas fueron aplicadas de diferente forma. La magnitud de efectos es muy amplia por lo que no se puede medir con exactitud.

2.2.2.2 Efectos de la Pandemia por COVID 19 en Ecuador

En Ecuador, se aplicaron las medidas sanitarias en marzo del 2020, por lo su impacto no solo fue sanitario sino también social, económico y político, conllevó a una de las mayores contracciones en la economía y el desempleo del país. Según los datos del BCE, la economía se contrajo en un 8,9% en 2020. La crisis por el COVID 19, fue una de las peores en la historia, pero no fue la principal causa, debido a que antecedían problemas fiscales desde el gobierno central y periodos anteriores, además del deterioro de los ingresos de las familias y empresariales, por lo que aumento del desempleo.

La suspensión de las actividades económicas y productivas en el país como consecuencia de la pandemia del COVID-19 afectó negativamente a la economía y población ecuatoriana. Según el Boletín de prensa publicada por el (Banco Central del Ecuador, 2020) en el segundo trimestre de 2020 el Producto Interno Bruto disminuyó en un 12,4% con respecto al período de 2019, la mayor caída trimestral observada desde los años 2000. El PIB sumó USD 15.790 millones en términos constantes.

Los efectos negativos percibidos por la pandemia de COVID-19 en Ecuador fueron varios entre las que destacan la destrucción de 532.359 empleos y una caída de sus ingresos de USD 16.382 millones entre el periodo de marzo y diciembre. De acuerdo con el boletín de prensa publicada por el (Banco Central del Ecuador, 2021) “Las pérdidas totales representan el 16,6% del Producto Interno Bruto (PIB) en 2020, en valores corrientes”.

Las consecuencias se presentaron en la mayoría de los sectores económicos que se introdujeron en una recesión en el año 2020, del mismo modo afectó a las pymes que tiene como sus principales actividades: el comercio, producción agrícola, manufactura y servicios, siendo los sectores más afectados por la pandemia. Antecedía, otros problemas como la informalidad, sistemas burocráticos y la capacidad de las MIPYMES para sobrevivir sin efectivo es limitada. Se estima que las empresas formales en Ecuador tienen una capacidad de resistencia sin efectivo de 28 días, con gran heterogeneidad según sectores y tamaño de empresa: las microempresas podrían resistir como mínimo dos semanas, frente a un mes de las pequeñas y medianas, y un mes y medio las grandes.

2.2.2.3 Impacto del COVID en las empresas de Ecuador

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) con sus empleados, componen una parte fundamental en el tejido económico y social de la vida cotidiana en todo el mundo. Hoy día, este papel decisivo está amenazado por los efectos sin precedentes de la COVID-19. Nos enfrentamos a una perspectiva seria y real de que la recesión mundial se transforme en depresión con el tiempo sino se logra tomar las medidas adecuadas en su momento. (Berrios, 2020)

La crisis económica, ocasionada por el COVID-19 pone en riesgo principalmente a los pequeños productores del campo y la ciudad, son unos de los sectores creadores de empleo y fuentes de ingresos, su principal función de las unidades de producción de pequeña escala de campo es garantizar satisfacer las necesidades de consumo de las familias de quienes las operan y son parte importante en la cadena alimentaria, lo cual se evidenció en el período de confinamiento. Pero al por otro lado, los pequeños productores de ciudad si sufrieron impactos negativos. (Secretaría Técnica Planifica Ecuador, 2020, p. 4)

La aparición del virus, en Ecuador situó en un escenario de riesgo a las pequeñas empresas, las cuales no poseían los ingresos suficientes o planes para hacer frente a hechos imprevistos. A raíz del COVID-19, el gobierno tomó la decisión de poner al país en estado de excepción la cual afecto a las empresas económicamente y a la sociedad en general, las micro y pequeñas empresas tuvieron que cerrar sus puertas, pero las empresas grandes con más poder y conocidas solo tuvieron un desbalance de ingresos y optaron por aplicar medidas como la reducción del sueldo y personal. (López et al., 2020, p. 286)

Todas las actividades económicas asumieron pérdidas durante los dos primeros trimestres del 2020, exceptuando las actividades de agricultura y los servicios de salud, el primero tuvo un crecimiento aproximado de 20,63 millones de dólares en el periodo respectivamente, sin embargos sus exportaciones tuvieron pérdidas por .0,33 millones de USD, por la paralización mundial.

En este periodo hubo inflación en algunos productos debido a que subieron los precios de los productos y a la gente no le importaba, debido a que se generó la escasez y lo que importaba era conseguir suministros alimenticios. El COVID 19 afecto de tres maneras: a la producción, cadenas de suministro y el mercado, añadiendo los problemas financieros y problemas externos como: la corrupción, en su momento la caída del precio del petróleo y su alto índice de desempleo que su efecto domino dejo altos índices de inseguridad y el narcotráfico, que no se ha podido controlar.

Las pequeñas y medianas empresas por lo general dependen de las ventas diarias y no poseen reservas de liquidez, se vieron sometidos a altos índices de endeudamiento para sostenerse durante la pandemia. Pero, algunas empresas que brindaban productos o servicios de primera necesidad tuvieron un papel importante en la provisión de productos y servicios esenciales para la sociedad con bases en protocolos de seguridad, pero las demás empresas se vieron afectados reduciendo sus ingresos. En este escenario, las pymes se vieron en la necesidad de adaptarse y reinventarse para continuar con su giro de negocio.

Los principales impactos sobre las pymes tienen que ver con una contracción de la demanda nacional como internacional y por ende afectan en sus ingresos, además, problemas para acceder a insumos o materia prima importados, descenso o falta de mano de obra, dificultoso proceso de acceso al financiamiento y procesos productivos o servicios que no están preparados para operar de manera remota o automatizada, por falta de tecnología, porque en el país en este aspecto aún está muy por detrás de los demás países de Sudamérica. Estos impactos difieren según el sector, debido a que algunos fueron los que generaron más ingresos y otros llegaron al punto de quebrar. Por ejemplo, la disminución de la demanda en actividades como; turismo, hotelería y los restaurantes. (Cañete, 2020)

2.2.2.4 Temporalidad de COVID

La pandemia por COVID 19 se determinó en el año 2020, aunque sus primeros casos datan del 2019, desde ese momento ya han pasado dos años, actualmente han reducido los contagios, se retiraron restricciones sanitarias y se ha aplicado la vacunación a gran porcentaje de la población de forma obligatoria. En cuanto a la vacunación mundial, más de 4.940 millones de personas han sido inoculadas con el esquema completo que va desde la segunda a la cuarta dosis. Esto quiere decir que el 63,3% de la población del planeta ya está totalmente inmunizada contra la enfermedad.

Según el Director General de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, en una conferencia indicó que: “el fin de la pandemia ya está a la vista”. Sin embargo, días después, el presidente de Estados Unidos, Joe Biden, expresó en una entrevista: “Nunca hemos estado en una mejor posición para poner fin a la pandemia, que aún no se va a terminar, pero el final está a la vista”. Entonces, según las autoridades de la salud aún no se termina, pero se encuentra en la fase final el cual se determina por el análisis a la situación actual con la del año anterior con respecto al número de contagios.

De acuerdo con los epidemiólogos tienen otras perspectivas sobre el fin del COVID 19:

Para Lone Simonsen como cita (Runwal, 2022), epidemióloga de la Universidad de Roskilde (Dinamarca) señala: que la estacionalidad o disminución de los brotes, además de la reducción del número de muertes, podría ser indicadores que el fin de la pandemia está cerca. Sin embargo, si los casos se disparan, cuando el virus posee menos oportunidades de expandirse, pero finalmente la epidemióloga asegura que todavía nos encontramos en una “fase pandémica”. El año 2021 estuvo dado por casos de la variante delta y este verano pasado fue por la variante ómicron.

Para Hanage como cita (McDonald, 2022) hace referencia a las pandemias que ha vivido la humanidad en su historia, las cuales han “terminado” cuando se han dejado de dar fluctuaciones amplias de los casos. Pero, también las pandemias poseen fases u olas que sean comúnmente, pone de ejemplo la influenza que data en 1918-19, posterior a ello siguieron existiendo brotes.

Si bien determinar el “fin” de una pandemia puede parecer como algo simple, los epidemiólogos dicen que no es tan sencillo, y que es un proceso largo, teniendo en cuenta las epidemias pasadas.

De la misma manera en Ecuador, el presidente de la Republica manifestó: que la pandemia ha terminado en el país y eso es gracias a un proceso de vacunación que se llevó a cabo hace un año, lo que les permite decir como gobierno que ya la pandemia quedó atrás, sin embargo, los expertos creen que es una decisión apresurada, pues aún hay niveles de transmisibilidad del virus. En este aspecto Álvarez como se citó (Editor Redes, 2022), expresidente del Colegio de Médicos de Pichincha, considera que la decisión de declarar el fin de la pandemia en Ecuador es muy pronta, explica que se debe tomar como base a la Organización Mundial de la Salud, dicho organismo mencionó que aún no se termina la pandemia, considerando que es la máximo para emitir o tomar decisiones del fin de pandemia, así mismo cuando se decreta no significa que el virus haya desapareció por el contrario que los niveles de contagios e infección tiene una tendencia a la baja.

2.2.3 Sistema empresarial

2.3.3.1 La empresa

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (2022, p. 14) en su Boletín Técnico define a la empresa como “un agente económico con autonomía para adoptar decisiones financieras y de inversión y con autoridad y responsabilidad para asignar recursos a la producción de bienes y servicios y que puede realizar una o varias actividades productivas”.

Del mismo modo (Montaño 2021, p. 41) define a la empresa como “una entidad autónoma de producción, en la que se coordinan diversos medios productivos, bajo la dirección de un empresario, con el fin de elaborar productos o prestar servicios que permitan la satisfacción directa o indirecta de alguna necesidad humana”.

De acuerdo con los autores citados, una empresa no es más que un organismo que está integrado por recursos: humanos, técnicos y financieros que tienen un fin lucrativo como no, trabajan ofertando sus productos y servicios que permiten satisfacer necesidades humanas y lograr su objetivo de ganar rentabilidad a través de su participación en el mercado. En ocasiones, la creación de una nueva empresa va con relación a cubrir un servicio o necesidad y mediante el cual buscan beneficiarse económicamente.

2.2.3.2 Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)

La definición de pymes es muy reciente y cada autor da su concepto para González el concepto de Pyme:

tiene su origen en el año 2005, convirtiéndose en una de las figuras más importantes para el tejido empresarial dentro de cualquier país, de ahí, que una Pyme sea una entidad que desarrolle una actividad económica, independientemente de su forma jurídica, por tanto, podríamos decir que un autónomo. Para que una empresa sea considerada Pyme habrá que ver otro tipo de factores claves, como son, el número de empleados, el volumen de negocios y el balance general anual. (González, 2020)

Según (Carrillo, 2020) en Ecuador se refiere a pymes como el: “conjunto de pequeñas y medianas empresas, que, de acuerdo con el número de trabajadores, volumen de ventas, años en el mercado, y sus niveles de producción, activos, pasivos (que representan su capital) tienen características similares en sus procesos de crecimiento.”.

El concepto de pymes es muy nuevo, aparece en el presente siglo como un tipo de empresa medio que tampoco es grande ni pequeño, pero buscaba tener su propia estructura y decisiones. A nivel mundial, cada país posee una legislación para controlar las pymes por lo que no existe una definición exacta de sí misma, en Ecuador se basa en dos, la primera en lo que determina el CAN y segundo según el Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción. Las Pymes tienen una parte muy importante en las economías modernas y su contribución al desarrollo económico.

2.2.3.3 Clasificación de las PYMES

La clasificación de las PYMES se da en base a diversos factores como: su actividad, lugar sector, ventas y masa salarias, entre otros, es muy subjetivo y cada país lo adapta. Pero existe dos variables que generalmente son aceptadas:

- Ventas brutas anual
- Número de trabajadores

Una de las clasificaciones es de la Unión Europea, donde a la mediana empresa debe tener hasta 250 trabajadores y facturar hasta 50 millones de euros anualmente para ser considerada. Mientras tanto, una empresa pequeña debe estar formada por hasta 50 trabajadores y facturar hasta 10 millones de euros, se acogen a esta categorización los países de la Unión Europea.

En Ecuador se basa en la metodología del INEC que adapta la clasificación emitida por la Comunidad Andina de Naciones (CAN) mediante la decisión 702 del Sistema Estadístico, en donde los países que lo conforman reconocen la necesidad de elaborar y transmitir datos estadísticos que permitan desarrollar estrategias de progreso, para la cual las PYMES se definen de acuerdo con las ventas anuales y personas afiliadas al IESS, pero prevalece más el primer criterio y de acuerdo con ello están compuestas de la siguiente manera:

Tabla 1-2: Clasificación de las Pymes

Tipo de empresa	Nro.	Personal ocupado	Volúmenes de ventas anuales
Mediana empresa B	4.145	100 a 199	Entre \$2'000.001,00 y \$5'000.000,00
Mediana empresa A	5.981	50 a 99	Entre \$1'000.001,00 y \$2'000.000,00
Pequeña empresa	37.784	10 a 49	Entre \$100.001,00 y \$1'000.000,00

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Nota: Estratos de Ventas, según la Comunidad Andina de Naciones. Decisión 702, Artículo 3.

Del mismo modo existe otra clasificación que se encuentra establecida en el Reglamento de Inversiones del Código de Orgánico de la Producción, de la siguiente manera:

Tabla 2-2: Clasificación de empresa según RICOP

Tipo de empresa	Nro.	Personal ocupado	Volúmenes de ventas anuales
Mediana empresa	10.126	50 a 199	Entre \$1'000.001,00 y \$5'000.000,00
Pequeña empresa	37.784	10 a 49	Entre \$300.001,00 y \$1'000.000,00

Fuente: (Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, 2018).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Nota: Tamaño de empresa definidos en "Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción", Artículo 106.

2.2.3.4. Importancia de las Pymes en Ecuador

La vida de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) está sujeta a superar problemas internos para luego enfrentar los externos y lograr los resultados financieros proyectados, por lo que es fundamental destacar su rol e importancia:

- Muchos procesos e innovaciones tecnológicas se atribuyen a las pequeñas y medianas empresas (PYME). Dado que las grandes empresas tienden a centrarse en mejorar los productos antiguos para producir más cantidades y obtener los beneficios generales de la economía dimensional, dichas empresas no son tan flexibles como las Pymes.
- Las Pymes desempeñan un papel vital en la configuración de la economía de un país. Se pueden considerar un sistema innovador atractivo y enorme. Debido a los efectos beneficiosos social y económicamente de las Pymes, el sector se considera un área de interés estratégico en una economía.
- Las Pymes constituyen un factor importante para el crecimiento socioeconómico de cada país, lo que da origen la necesidad de acrecentar su desempeño y requerir la implementación de estrategias que beneficien las operaciones, todo con la finalidad de reducir los costos de operación, mejorar la eficiencia de los procesos, los niveles de inventario, la calidad de los productos y por supuesto ampliar la productividad.
- Las pequeñas y medianas empresas estimulan la competencia por el diseño de productos, precios y eficiencia. Sin las PYME, las grandes empresas tendrían el monopolio en casi todas las áreas de actividad.
- En las ciudades del Ecuador, las pymes han tenido un acelerado crecimiento y desarrollo, sin embargo, poseen una desventaja al momento de competir con las grandes empresas que tienen poder económico, lo que les diferencia son su alto nivel de productividad logrado por su correcta administración de operación de procesos.

2.2.3.5. Economía de las pequeñas y medianas empresas

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Ecuador se han visto profundamente afectadas por la crisis a partir del COVID-19. De acuerdo con la encuesta de Visión Pymes 2021: enfatiza que casi la mitad de los encuestados para el estudio afirman que la pandemia les ha causado un gran impacto en su negocio. Se han visto presionados en sus resultados económicos y por lo que han tomado decisiones drásticas como reducir su nómina. Aunque, algunas empresas han recibido apoyo externo para superar la situación, un 40% de los encuestados dijo que nadie los ha apoyado”. (Di Maggio, 2021, p. 3)

Para enfrentar tuvieron que ingeniarse y plantear nuevos planes, su respuesta fue que el 59% de las pequeñas y medianas empresas (pymes) de Ecuador a la crisis por la pandemia de Covid-19 ha sido por medio del desarrollo de nuevas líneas de negocio o productos. Además, señalaron que alrededor de siete de cada 10 pymes ecuatorianas, sus ingresos disminuyeron el año pasado. Únicamente 10% de los encuestados reportaron que sus ingresos incrementaron, mientras un 22% respondieron que sus ingresos permanecieron estables y el 68% manifestó que sus resultados económicos empeoraron. De acuerdo con los datos del INEC en 2020, las empresas pequeñas mostraron una contracción del 20,5%, las medianas B una contracción de 15.5% y la median A una reducción de -16,2 en relación 2019.

El 2020 ha sido un periodo de innovación para muchos, y estos empresarios esperan que sus innovaciones sobrevivan. Casi seis de diez (59%) afirma que la crisis motivó introducir nuevos productos o líneas de negocio. De ellos, un porcentaje alto (80%) dijo que el nuevo negocio o producto originado por la crisis seguirá siendo viable cuando esta termine.

Del mismo modo, la reapertura ha sido de mucha ayuda para las pequeñas y medianas empresas del Ecuador el poder participar en exhibiciones y ferias internacionales para dar a conocer sus productos en especial a la Unión Europea. A través de la iniciativa es impulsada por el Programa Bioexportador Global en la que se concretaron intenciones comerciales por cerca de USD 1.4 millones.

2.2.4. Estrategias

“La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente

definidos. Es decir, la estrategia es un plan mediante el cual se busca lograr una meta. Esto puede ser aplicado en diversos ámbitos como el militar o el empresarial” (Westreicher, 2020).

Según (Fred, 2013, p. 11) “las estrategias son los medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos a largo plazo. Algunas estrategias de negocios son la expansión geográfica, la diversificación, la adquisición, el desarrollo de productos, la penetración de mercado, las reducciones presupuestarias, las desinversiones, la liquidación y las empresas conjuntas”.

Mintzberg (1991) como se cita en (Lawrence et al., 2014, p. 25) en su libro *Five Ps for strategy*, amplió el concepto de estrategia, identificando cinco aspectos diferentes:

- **La estrategia como plan** – curso de acción; es decir son estrategias algo intencional y planeado con miras a alcanzar objetivos predeterminados;
- **La estrategia como trama** – usada en este caso con el fin de eludir, provocar confusión, comunicar un mensaje falso o no a los competidores, tienen la característica de ser cortos;
- **La estrategia como patrón** – cuando el curso de la acción trae resultados positivos, la tendencia es incorporarlo al comportamiento de la organización;
- **La estrategia como posición** – cuando la organización quiere un posicionamiento en el mercado, permitiendo mantener su posición y defendiendo dicha posición;
- **La estrategia como perspectiva** – cuando la percepción de la organización va frente al mercado, incluyendo su cultura, ideología y percepción interna, quiere tener todo claro antes de ejecutarlo.

Según los autores citados, la estrategia hace referencia al puente que hay entre las políticas, objetivos más altos y las tácticas, la verdadera estrategia evoluciona en la medida en que las decisiones internas planteadas y los eventos externos fluyen en conjunto para crear un consenso sobre las decisiones que se deben tomar. Una estrategia describe el plan de acción para lograr la visión y los objetivos establecidos de una organización y guía los procesos de toma de decisiones para mejorar la rentabilidad financiera de la empresa en un mercado muy competitivo.

Del análisis también se puede concluir que la estrategia es considerada la piedra angular de todas las posibilidades de acción que ofrece la empresa. La implementación de estas estrategias proporcionará a la empresa una ventaja competitiva además de otras ventajas. La formulación de la estrategia tiene una orientación a largo plazo y subyace en todos los elementos que componen la planificación estratégica.

2.2.4.1. Tipologías de las estrategias

Según (Fred, 2013, pp. 138–146) Hay distintos tipos de tácticas, entonces una diversidad agrupada se exponen de la siguiente manera basado en Prieto:

Estrategias de Integración

- **Integración hacia adelante:** Busca aumentar el control u obtener la propiedad de un mayorista o minorista. Actualmente, los proveedores solicitan a través de un sitio web y venden productos directamente a los consumidores.
- **Integración hacia atrás:** La integración hacia atrás ocurre cuando una empresa obtiene control sobre la cadena de suministro de su producto al integrarse con sus proveedores o al producir bienes intermedios para sí misma.
- **Integración horizontal:** La integración horizontal es otra estrategia competitiva que utilizan las empresas para aumentar su poder en el mercado. A diferencia de la integración vertical, la integración horizontal implica ganar control sobre otras empresas que ofrecen productos o servicios similares. Esto ayuda a que el negocio aumente de tamaño o se expanda a una nueva área o mercado.

Estrategias intensivas

- **Penetración de mercado:** Esta es una excelente estrategia para usar cuando una empresa quiere comercializar sus productos existentes en el mismo mercado donde ya tiene presencia. El objetivo es aumentar su cuota de mercado en un canal vertical predefinido.
- **Desarrollo de mercado:** El desarrollo de mercado se refiere a expandir las ventas de productos existentes en nuevos mercados. La competencia en el mercado actual puede ser tan reñida que no hay espacio para el crecimiento sin gastar cantidades exorbitantes en publicidad.
- **Desarrollo de producto:** El desarrollo de producto es una estrategia que busca aumentar las ventas a través de la modificación o mejorade los productos o servicios actuales de la empresa.

Estrategias de diversificación

- **Diversificada relacionada:** Las empresas irán dejando la diversificación para enfocarse en un solo negocio. Sucede cuando una empresa ingresa a una nueva industria que tiene similitudes importantes con la industria o industrias existentes de la empresa.

- **Diversificación no relacionada:** La diversificación no relacionada ocurre cuando una empresa ingresa a una industria que no se parece significativamente a la industria o industrias actuales de la empresa. La diversificación no relacionada puede ayudar a las empresas a equilibrar sus flujos de caja.

Estrategias defensivas

- **Recorte de gastos:** Cuando la organización se enfrenta a una disminución de las ventas y los beneficios, considera la estrategia de reducción en la que reorganiza sus actividades mediante la reducción de sus activos y costes. Al hacerlo, la organización en realidad revierte los efectos de la disminución de las ganancias y las ventas. También se le llama estrategia de reorganización o de cambio.
- **Desinversión:** La desinversión es una de las estrategias defensivas en las que se vende una parte o división de una organización. Para futuras inversiones o adquisiciones estratégicas, se obtiene cierto capital a través de la desinversión.
- **Liquidación:** la liquidación es la venta de todos los activos de la organización en partes para cobrar su valor tangible. Es una estrategia emocional bastante difícil ya que en ella se reconoce el elemento de la derrota. Por lo tanto, en la condición en que la organización está soportando pérdidas por completo, entonces es prudente actuar que todas las operaciones del negocio archivado se cierren para que no haya más pérdidas de dinero.

Del mismo modo, existe otra tipología según (Solórzano & Alaña, 2015, p. 40) las organizaciones utilizan tres tipos de estrategias, como son:

- **Corporativas:** Las estrategias de nivel corporativo son los planes estratégicos de la alta dirección de una organización. Forman la declaración de misión y visión y tienen un impacto fundamental en el desempeño a largo plazo de la empresa.
- **De negocios:** Las estrategias de nivel de negocios se integran a la visión corporativa, pero con un enfoque en un negocio específico. En este nivel, la visión y los objetivos se convierten en estrategias concretas que informan cómo una empresa competirá en el mercado.
- **Funcionales:** las estrategias de nivel funcional están diseñadas para responder a cómo los departamentos funcionales como marketing, recursos humanos o investigación y desarrollo pueden respaldar las estrategias comerciales y corporativas definidas de una organización.

La tipología de estrategias estada por diferentes autores y se orientan de acuerdo con el ámbito de aplicación y la necesidad en su caso específico. Depende a distintos criterios, como su ámbito de

aplicación, su posición frente a los adversarios, y su alcance. Es importante, conocer su enfoque para definir e implantar las en momentos claves de forma correcta, para ello se debe utilizar herramientas para poder elaborarlas como: el análisis DAFO, PESTEL, Modelo Cavas y Cadenas de Valor de Porter.

2.2.4.2. Estrategias de crecimiento económico

Las estrategias de crecimiento es un plan para aumentar el tamaño y el valor de una empresa. Es definir holísticamente cómo ganará una carrera contra su competencia e identificar la forma más eficiente de alcanzar ese resultado. Es más, se aplica a casi cualquier área dentro del marketing, e incluso en otros departamentos como ventas o crecimiento liderado por productos.

De acuerdo con (Álvaro, 2020) cuando se busca una estrategia de crecimiento a aplicar, normalmente se suele tener en cuenta dos modelos, el desarrollado por Igor Ansoff y el de Michael Porter.

Estrategia de crecimiento de Michael Porter

Según Porter en su libro “Competitive Strategy” establece las diferentes estrategias y son las siguientes:

- **Liderazgo en costos:** se refiere a la capacidad de una empresa para producir un producto al costo más bajo en su industria. Esta ventaja de costos se puede lograr mediante el uso de economías de escala, tecnologías patentadas o la capacidad de crear y mantener beneficios de costos a lo largo de la cadena de suministro.
- **Diferenciación:** En una estrategia de diferenciación, una empresa busca crear una oferta única que sea valorada por sus clientes objetivo. Los compradores deben percibir la oferta como mucho más valiosa en comparación con otras alternativas en la industria
- **Enfoque:** La estrategia genérica de enfoque apunta solo a un pequeño número de segmentos de mercado objetivo. La matriz de Porter define el alcance competitivo en estos casos como estrecho, ya que una empresa solo apunta a una pequeña porción del segmento de mercado más amplio.

Se han planteado toda la metodología teórica y elementos fundamentales para su análisis e interpretación del fenómeno del estudio planteado.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque de Investigación

Mixto

El enfoque mixto, según (Pérez et al., 2020, p. 37) “este consiste en combinar ambos enfoques, ya sea que alguno predomine, que se utilice uno u otro según las etapas de la investigación o bien que se incorporen los dos de manera equilibrada”

Para la presente investigación se optó por utilizar un enfoque mixto debido a que se va a requerir de datos e información cualitativa y cuantitativa, para identificar las principales debilidades y amenazas de las pymes en Riobamba, se obtendrá información que permitirá analizar y conocer la situación con la finalidad de poder establecer un estudio fundamentado

3.2 Nivel de Investigación:

Descriptiva

Para (Hernández et al., 2014, p. 92) “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”.

Para la presente investigación se aplica el nivel descriptivo acudiendo a varias técnicas para recolección de información base como: la entrevista, encuesta, que permitan tener una visión con referencia al tema investigado, dentro de un período de tiempo establecido. Esta investigación se desarrollare en base datos reales que se lo representa, por medio de la interpretación de datos.

3.3 Diseño de Investigación

No experimental

De acuerdo con (Fresno, 2019, p. 88) “en un estudio no experimental u observacional no se intenta intervenir, ni alterar el curso de la enfermedad. Los investigadores se limitan a observar el curso de esta en los grupos con y sin el factor a estudiar. Los sujetos elegidos pueden o no haber sido seleccionados de la población mediante un proceso aleatorio (al azar) o por la vía de una selección muestral no- probabilística.”.

La investigación pretende no manejar variables directamente siendo esta de carácter no experimental, es decir que se va a tomar la información de forma directa sin la intervención del investigador.

3.4 Tipo de Estudio

Estudio transversal

Según (Pérez et al., 2020, p. 217) “Cuando pretendemos investigar sobre un tema en un determinado momento optamos por este tipo de diseños. Tomaremos los datos una sola vez y los resultados que obtengamos serán válidos para explicar el estado de situación en ese momento específico. Estos diseños son quizá los más utilizados y los que tenemos en mente al iniciar una investigación”.

Para la presente investigación se va a utilizar un tipo de estudio transversal debido a que se va a recolectar datos y tomar datos estadísticos en un período de tiempo y en una sola medición para su análisis y verificar sus posibles puntos débiles de las pymes, en la que se debe tomar en cuenta para mejorar. Es más, un estudio observacional por parte del investigador

3.5 Métodos de Estudio

Deductivo

De acuerdo con (Arispe et al., 2020, p. 56) “este método parte de conclusiones generales, para generar explicaciones particulares. Parte del análisis de los principios, teorías que son válidas para aplicarlos y generar soluciones a hechos que son particulares”.

En la investigación se ve prioritario utilizar el método deductivo, puesto que se tomarán aspectos generales de la situación de las pymes en Riobamba y con ello, se determinará el impacto que estas tuvieron post pandemia. Del mismo modo es la investigación va a requerir de un estudio analítico de los datos estadístico que permitan conocer la situación económica de las mismas.

3.6 Técnicas e Instrumentos de Investigación

3.6.1 Técnicas de Investigación de Campo

Encuestas

De acuerdo con (Arias et al., 2022, p. 73) “la encuesta es una herramienta que se lleva a cabo mediante un instrumento llamado cuestionario, está direccionado solamente a personas y proporciona información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. Con ésta se obtienen resultados cuantitativos o cualitativos”.

Para obtener la información sobre el impacto a las pymes, se lo realiza por medio de encuestas a los propietarios del mismo y si este aún tiene repercusiones en la actualidad.

Entrevistas

Según (Santos et al., 2022, p. 86) “esta técnica, es útil para la recolección de datos y consiste en lanzar preguntas orales al entrevistado, sobre aspectos del problema o fenómeno en estudio. Para que los resultados sean los esperados, es necesario estructurar la entrevista en base al ordenamiento de la investigación en forma lógica y secuencial. LOS investigadores experimentados, no necesitaran de este instrumento, ya que su habilidad mantiene la entrevista en un proceso exitoso para recolectar información Sin embargo es necesario elaborar una guía de entrevista.”

En la investigación se realizará entrevista a la Presidenta de la Cámara de la Pequeñas Industrias de Chimborazo, para conocer como impacto la pandemia en las empresas asociadas.

3.6.2 Instrumentos de Investigación de Campo

Cuestionario

De acuerdo con (Arias & Covinos, 2021, p. 82) "el cuestionario es un instrumento de recolección de datos utilizado comúnmente en los trabajos de investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas presentadas y enumeradas en una tabla y una serie de posibles respuestas que el encuestado debe responder";

En el presente trabajo se va a realizar un cuestionario dirigido a los propietarios de las pymes con once preguntas relacionados al tema de investigación.

Ficha de Entrevista

Según (Arias & Covinos, 2021, p. 95) la ficha de entrevista es un instrumento presentado en un documento cuyo fin principal es recolectar información de la persona entrevistada para el estudio, puede realizarse tanto de forma manual como computarizada y solo puede ser editada por el investigador, por lo que el entrevistado no debe maniobrarla.

La ficha va a estar compuesta por ocho preguntas con relación al impacto postpandemia a las empresas.

3.7 Población y Muestreo

3.7.1 Población

De acuerdo con (Arispe et al., 2020, p. 73) "se define como el conjunto de casos que tienen una serie de especificaciones en común y se encuentran en un espacio determinado. En muchos casos, no es posible analizar toda la población por cuestiones de tiempo y recursos humanos".

Para el presente trabajo se va a trabajar con una población total de las pequeñas y medianas empresas (pymes), en la provincia de Chimborazo con un enfoque del cantón Riobamba, de acuerdo con los datos emitidos por la Superintendencia para el año 2021 se encuentran 148 pymes activas en el cantón.

3.7.2 Muestreo

“El muestreo es una técnica para estudiar la muestra, como resultado de la aplicación de esta técnica a la población se obtiene un estadígrafo, esta es una cifra que se logra por medio de un cálculo o una operación estadística la cual proporciona una cifra o el número real de los elementos que representan a la población”. (Arias & Covinos, 2021, p. 114)

El muestreo es una técnica importante para recolectar información de manera rápida, precisa y clara, teniendo la información de la mayoría de la población.

En complemento del criterio anterior, Ñaupas, Mejía, Noboa y Villagómez (2014), en su libro “Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de Tesis”, sugieren que en trabajos de investigación con niveles o alcances como mínimo descriptivos de poblaciones finitas (de fácil identificación y acceso o hasta 100.00 elementos muestrales), debe trabajarse con la siguiente formula:

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

El significado de los términos es:

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96;

p = Probabilidad de que el evento ocurra

q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación o error muestral 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio

N-1 = Factor de corrección.

Entonces:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 148}{0,05^2 * (148 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{142,13}{1,327} = 107,04 = 107$$

El tamaño de la muestra a ser aplicado en la presente investigación será de 107 pequeñas y medianas empresas (pymes) de la ciudad de Riobamba.

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Procesamiento, análisis e interpretación de resultados

Encuesta realizada a las pequeñas y medianas empresas (pymes) del cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2022.

Se va a empezar analizando los datos generales de las empresas aplicadas las encuestas, las que se tuvo los siguientes resultados:

Tabla 1-4: Tipo de empresa

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Pequeña	83	77,57%
Mediana	24	22,43%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

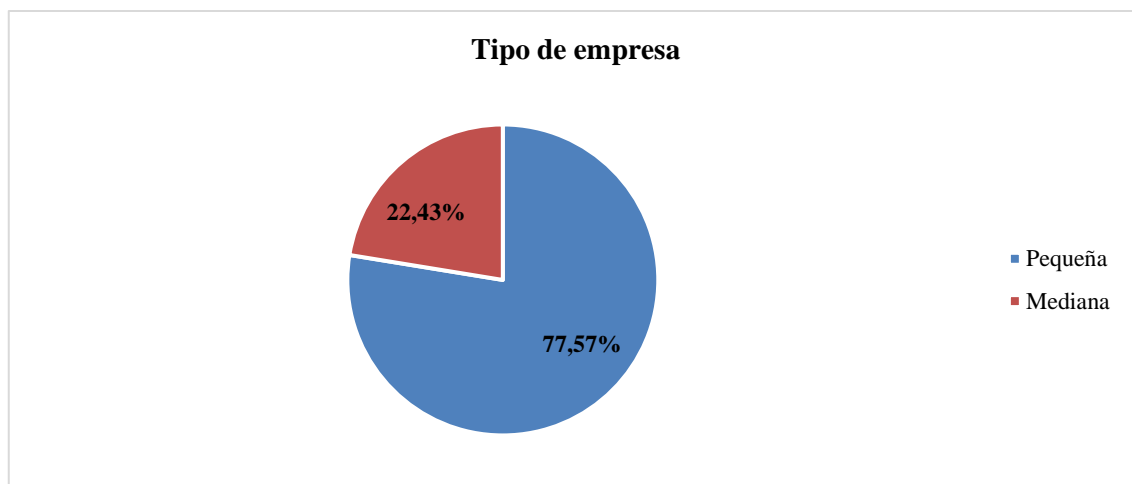


Ilustración 1-4: Tipo de empresa

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: En el cantón Riobamba, según los datos de las Supericias existen 148 pequeñas y medianas empresas, de acuerdo con el cálculo de la muestra, las encuestas se aplicaron a un total de 107, de las cuales el 77,57% representa a pequeñas empresas, lo que significa que la mayor parte son de este tipo de empresa y el 22,43% pertenecen a medianas empresas.

Tabla 2-4: Actividad económica

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Comercial	36	33,64%
Industrial	14	13,08%
Servicios	57	53,27%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

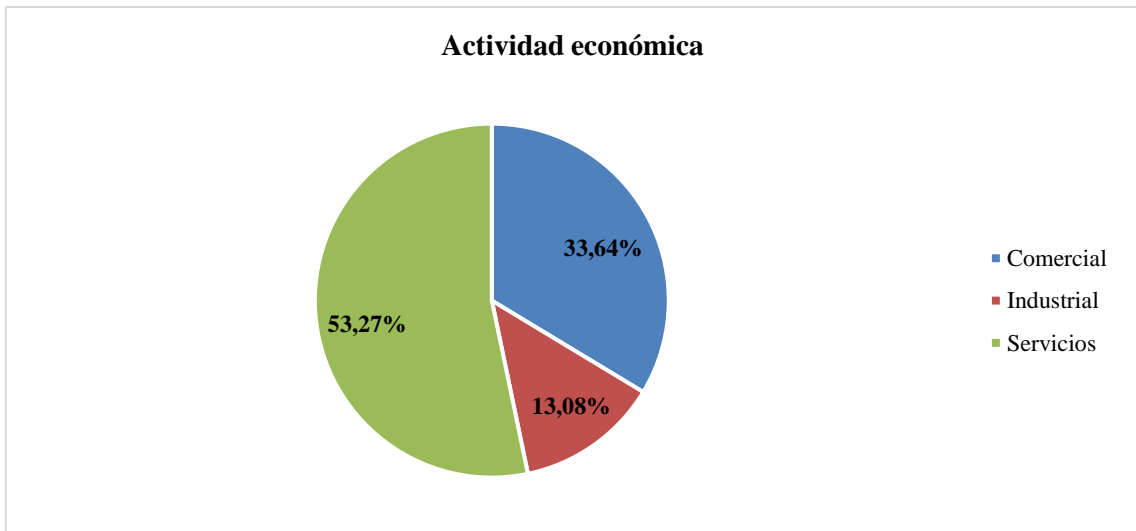


Ilustración 2-4: Actividad económica

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: Del total de los encuestados, el 53,27% representa al sector de los servicios, cabe mencionar que fue el sector más afectado en el período de pandemia; mientras que 33,64% pertenecen al sector comercial, y el restante 13,08% al sector industrial, evidenciando que este último sector está compuesto en una mínima cantidad en el cantón.

En este caso, los propietarios mencionaron que hace falta el apoyo gubernamental y del mismo modo una cámara que les permita crecer en conjunto.

Pregunta 1. ¿Considera que las medidas sanitarias pusieron en riesgo la continuidad de su negocio?

Tabla 3-4: Afectación de las medidas sanitarias

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Si	94	87,9%
No	10	9,30%
Tal vez	3	2,80%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

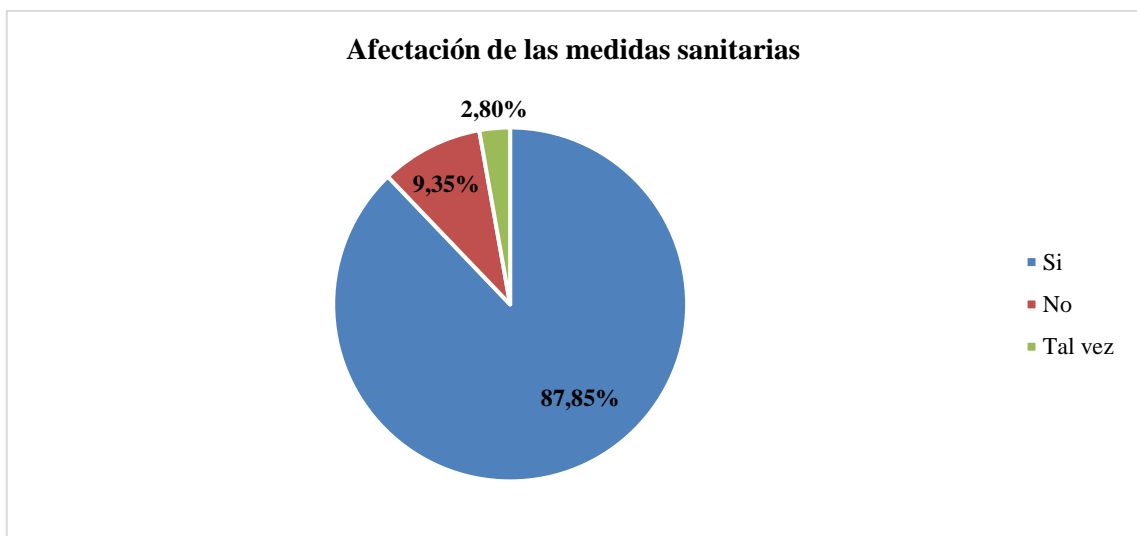


Ilustración 3-4: Afectación de las medidas sanitarias

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: Las medidas sanitarias que fueron emitidos por el gobierno para contrarrestar el contagio por COVI 19 en el año 2020, afectaron en gran medida a las pequeñas y medianas empresas en un 87,85% y el restante fue de 9,35% que no percibió afectaciones por las medidas sanitarias aplicadas; y además comparten una característica en común de ser empresas medianas y pertenecer algunas al sector de la salud, quienes fueron los más beneficiados en este período.

Pregunta 2. ¿En qué le afecto las medidas sanitarias? Marque todos las que precedan.

Tabla 4-4: Tipos de afectación

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Disminución de ingresos o ventas	96	71,64%
Disminución o despido del personal	26	19,40%
Problemas de liquidez.	8	5,97%
Otros: Ninguno	4	2,99%
Total	134	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

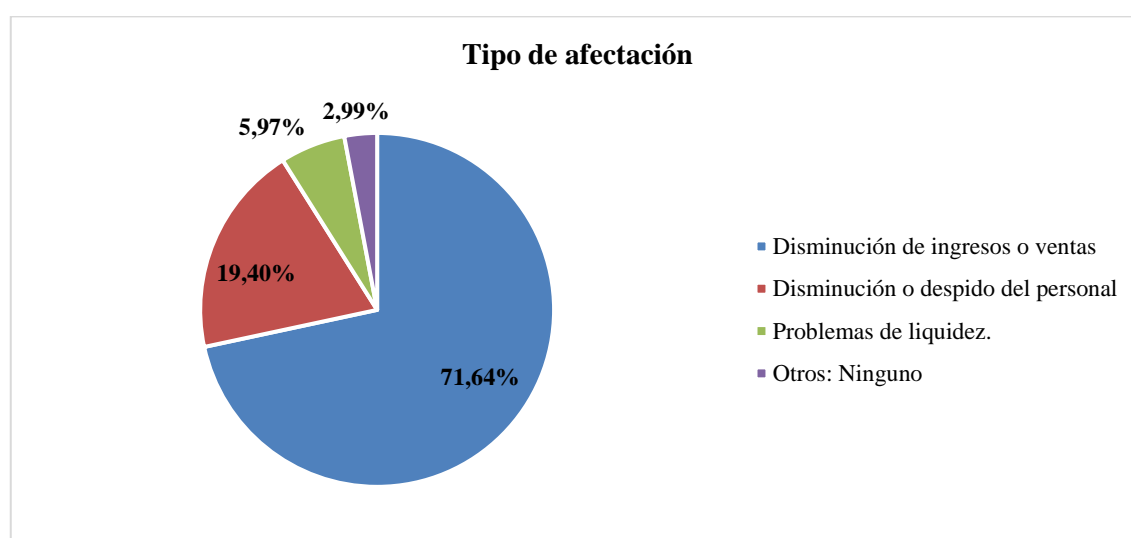


Ilustración 4-4: Tipo de afectación

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: Una vez claro las afectaciones que tuvieron las pymes, se centra en las posibles razones de acuerdo a las opciones dadas: de los 107 encuestado se obtuvieron un total 134 observaciones, de las cuales manifestaron que su afectación más alta fue en la disminución de ingresos o ventas con un 71,64%, mientras que el 19,40% sufrió de disminución o despido del personal; el 5,97% tuvo problemas de iliquidez; y el 2,99% manifestó que no tuvo problemas, estas fueron empresas medianas y a través de su planificación pudieron sobrevivir al período de confinamiento.

Pregunta 3. ¿En qué porcentaje le afecto las medidas sanitarias por COVID 19 a sus ventas?

Tabla 5-4: Porcentaje de afectación

Criterio	Cantidad	Porcentaje
5%	1	0,93%
25%	18	16,82%
50%	68	63,55%
100%	20	18,69%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

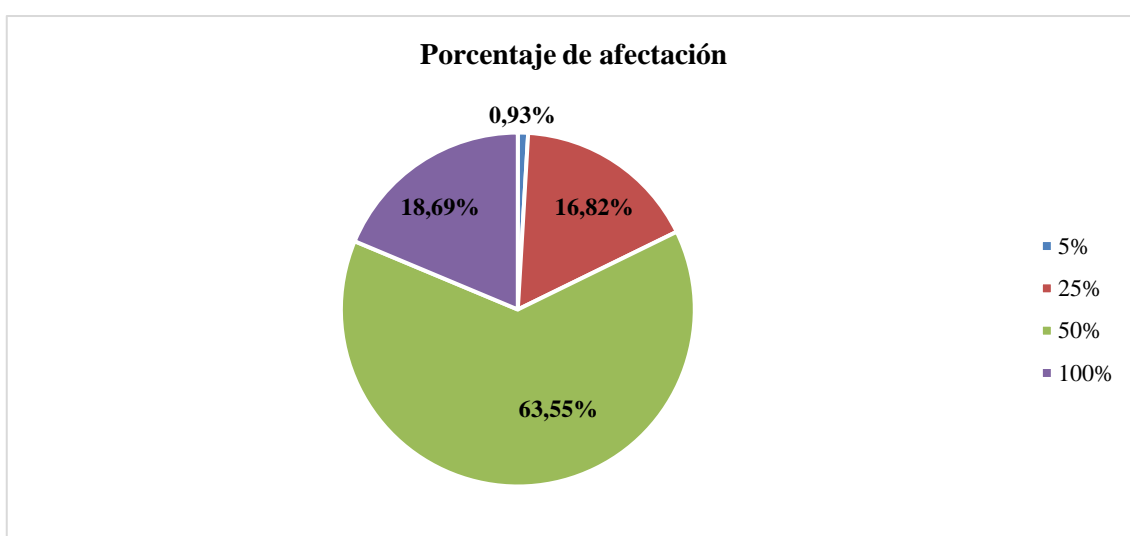


Ilustración 5-4: Porcentaje de afectación

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: Con la obtención de los resultados de la encuesta aplicada a las pymes del cantón Riobamba, se puede evidenciar que el 63,55% tuvo una afectación del 50% en las ventas por las medidas sanitarias emitidas, el 18,69% manifiesta que la afectación es en 100% es decir su impacto fue total en la que tuvieron que reinventarse y acoplarse a una nueva realidad de acuerdo con los nuevos retos que demanda la sociedad, el 16,87% fue afectado en sus ventas en un 25% que realmente representa poco para la realidad de diferentes empresas del Ecuador y el 0,93% tuvo una afectación del 5% es decir muy bajo y corresponde al sector de la salud, farmacéutica y agrícola, debido a que fueron los que más aumentaron sus ingresos en este fase de tiempo.

Pregunta 4. ¿Durante el período de restricciones o cuarentena, su empresa tuvo paros o cierres temporales?

Tabla 6-4: Cierres temporales

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Si	95	88,79%
No	12	11,21%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

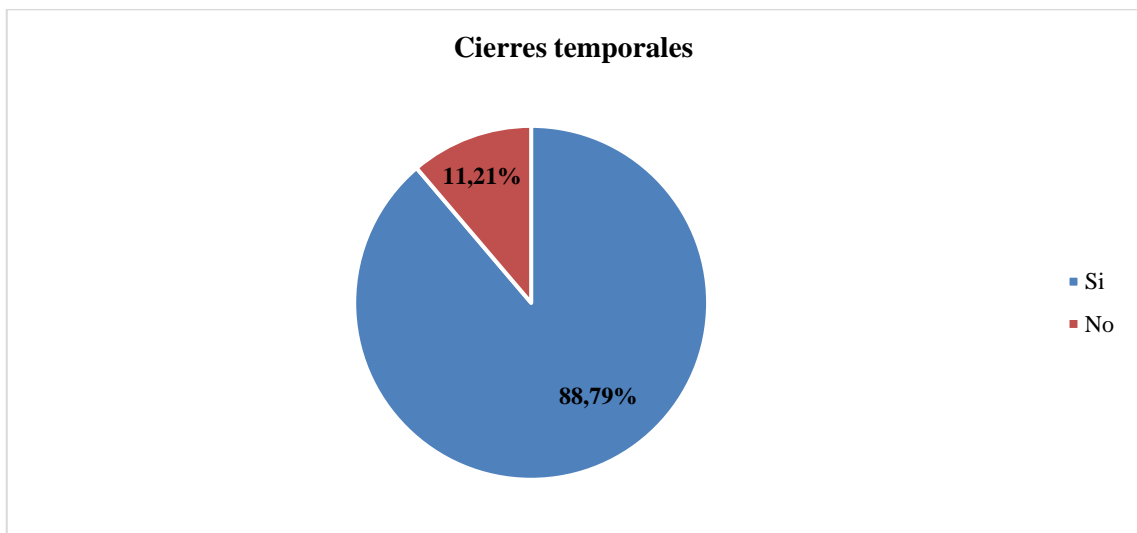


Ilustración 6-4: Cierres temporales

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: De las 107 encuestados, el 88,79% manifestó que durante el período de pandemia tuvo cierres temporales en sus operaciones debido a las medidas sanitarias y la falta de recursos para acoplarse a la nueva realidad de forma inmediata; y el restante 11,21% operó de manera continua con sus actividades económicas debido a que se consideraron primordiales o de primera necesidad para la vida cotidianas de las personas.

Pregunta 4.1. Si la respuesta fue sí: ¿Cuánto tiempo tardó su empresa en reanudar las actividades?

Tabla 7-4: Días en reanudar actividades

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Menos de 30 días	7	7,37%
Entre 31 y 60 días	52	54,74%
Entre 61 y 90 días	31	32,63%
Mas de 91 días	5	5,26%
Total	95	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

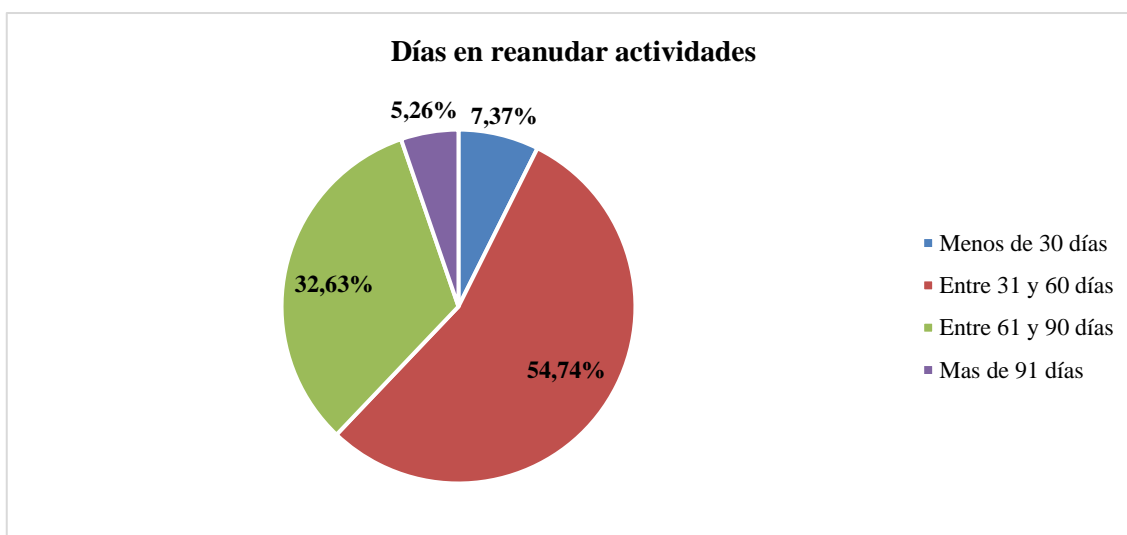


Ilustración 7-4: Días en reanudar actividades

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: El 54,74% de los encuestados respondió que reanudó sus actividades económicas en un período de entre 31 y 60 días, etapa en la que se establece el inicio del confinamiento en el país y en las que algunas empresas tuvieron que cerrar para que no se incrementen los gastos y acoger a las medidas de bioseguridad para operar; el 32,63% respondieron que retomaron sus actividades en 61 y 90 días, lo que hace referencia aproximado a tres meses; el 7,37% retomó sus actividades en menos de 30 días, en especial los del sector de la salud quienes tuvieron más demanda; y el 5,26% retomó sus actividades en más de 90 días, es decir en más de tres meses, cuya reactivación fue en base a una nueva planificación y realidad.

Pregunta 5. Actualmente: ¿Cómo calificaría la situación de su negocio?

Tabla 8-4: Calificación del negocio

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Sano	13	12,15%
Afectado pero estable	91	85,05%
En declive	3	2,80%
Situación crítica	0	0,00%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

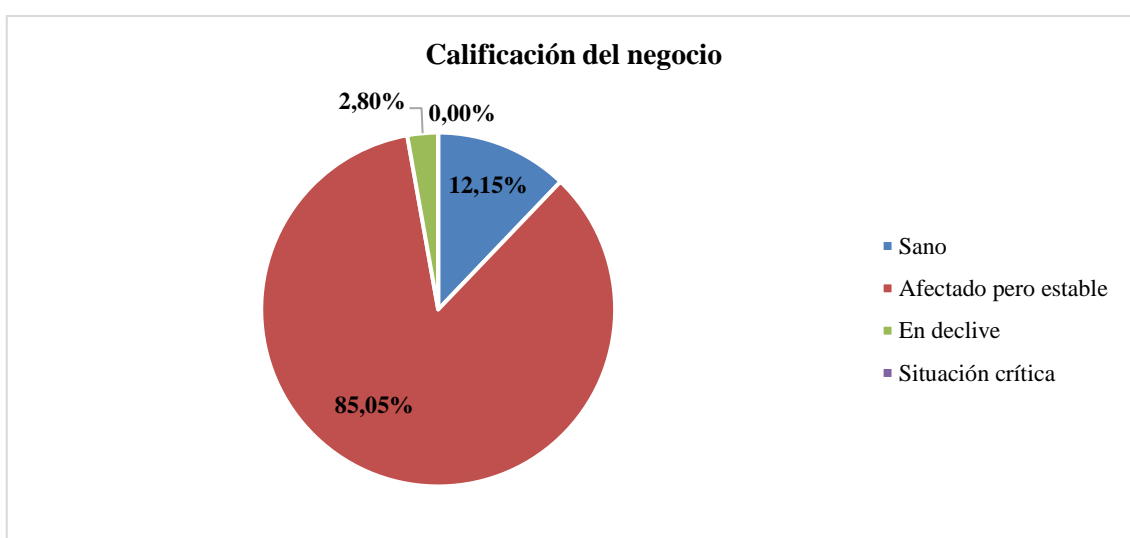


Ilustración 8-4: Calificación del negocio

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: De acuerdo a la opinión de los encuestados a la calificación de su negocio actualmente se obtuvo los siguientes resultados: el 85,05% manifestó que su estado actual se encuentra afectado pero estable, dejando en evidencia que la pandemia dejó secuelas en las pymes de las que aún no se recuperan en su totalidad; el 12,15% se declara en un estado sano, manifestando que actualmente ya superó la crisis del COVID, por lo general son las medianas empresas que poseían liquidez suficiente para sobrevivir; y el 2,80% declaró que se encuentra en un estado en declive, es decir en problemas a las que no puede superar por falta de liquidez y estrategias.

Pregunta 6. En comparación con el año anterior: ¿Cuál fue la tendencia de sus ingresos?

Tabla 9-4: Tendencia de ingresos

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Aumentó	17	15,89%
Se mantuvo	83	77,57%
Disminuyó	7	6,54%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

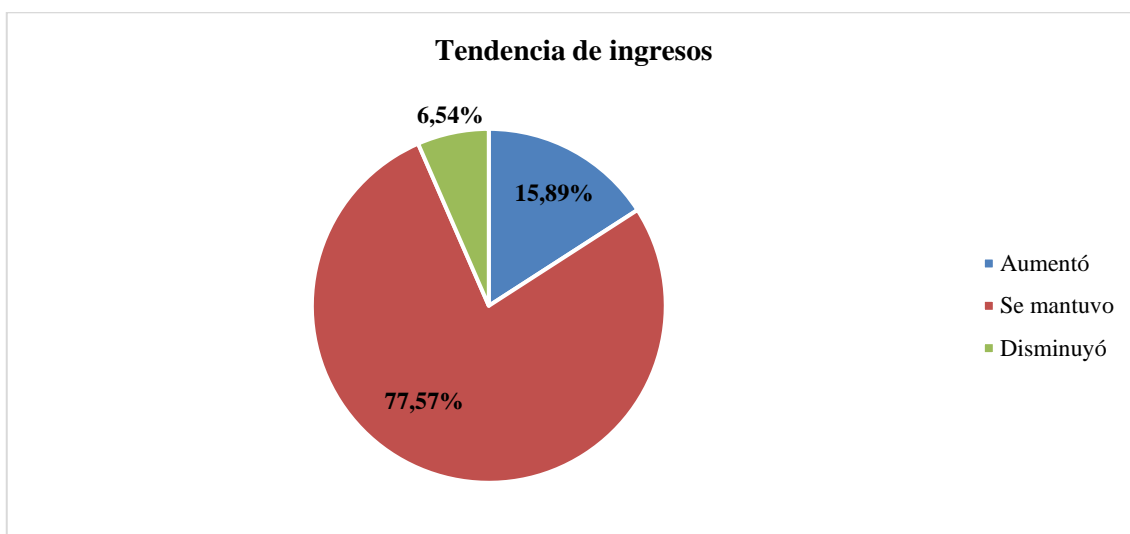


Ilustración 9-4: Tendencia de ingresos

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: El 77,57% de los encuestados manifestaron que la tendencia de sus ingresos con respecto al año anterior se mantuvo; en cambio el 15,89% aumentó la tendencia de sus ingresos; y el 6,54% disminuyó por la situación que vive el país adicional a los cambios de necesidades de las personas.

Pregunta 7. Según su análisis: ¿Qué progreso económico espera en su empresa en los próximos meses?

Tabla 10-4: Progreso económico esperado

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Bueno	21	19,63%
Regular	85	79,44%
Malo	1	0,93%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

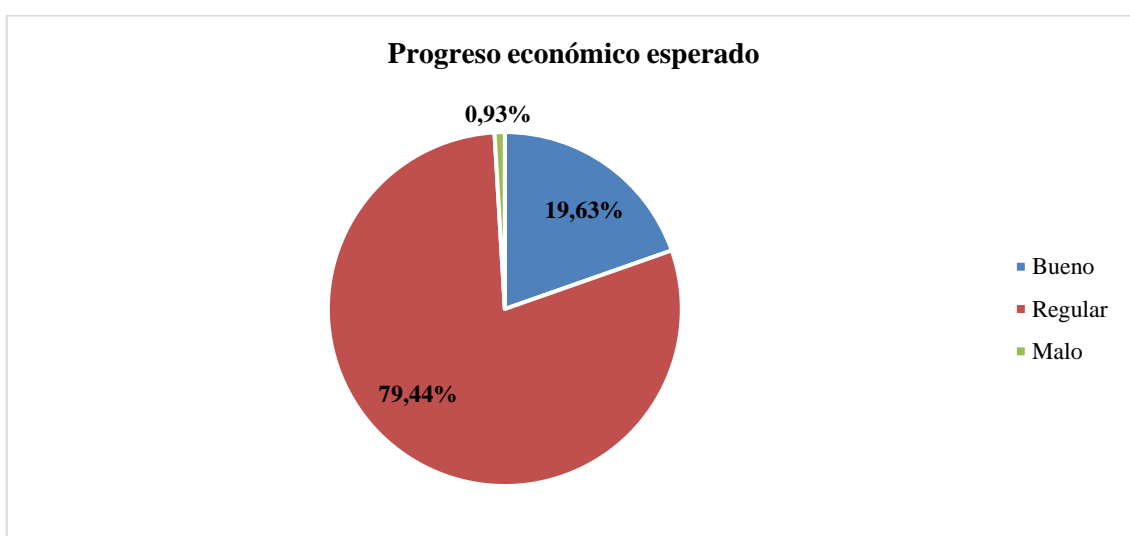


Ilustración 10-4: Progreso económico esperado

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: El 77,44% de los encuestados respondió que su progreso económico en los próximos meses tendrá un escenario regular, dado a diversos factores externos que vive actualmente el país como su inestabilidad política, inseguridad jurídica y el ultimo que cada vez va en aumento y sufren las pequeñas empresas, la inseguridad; mientras el 19,63% tiene una perspectiva buena del futuro de su empresa; y el 0,93% considera que su futuro será malo debido a la tendencia de sus ingresos negativos en los últimos meses.

Pregunta 8. ¿En qué basa Usted las decisiones en momento de crisis como las actuales? Marque todas las que precedan

Tabla 11-4: Decisiones en momento de crisis

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Planes o programas establecido con anterioridad	35	20,71%
Consejos que han aplicado otros empresarios dentro de su mismo ámbito	18	10,65%
Información gubernamental	48	28,40%
Medios de comunicación	44	26,04%
Sentido común (empíricamente)	24	14,20%
Total	169	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

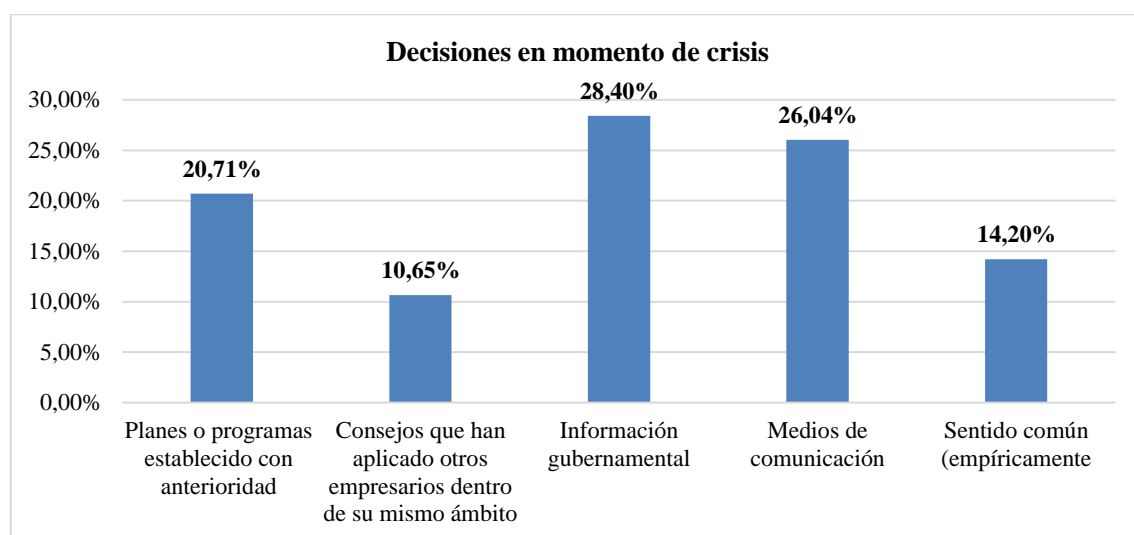


Ilustración 11-4: Decisiones en momento de crisis

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: Es importante conocer como los propietarios se desenvuelven ante problema o crisis; de las 107 empresas encuestadas se obtuvo un total de 169 observaciones, de las cuales el 28,40% manifestó que sus decisiones se basan en información gubernamental, debido a los constantes cambios; el 26,04% mencionó que sus decisiones se basan en los medios de comunicación, principalmente noticiero del país; el 20,71% en cambio se basa en planes y programas establecidos con anterioridad por lo general son empresas medianas que posee una planificación estratégica; el 14,20% se basa en el sentido común, es decir empíricamente con base en sus experiencias anteriores que son muy aplicadas en las pequeñas empresas; y 10,65% toma sus decisiones en base a consejos que han aplicado otros empresarios dentro de sus mismo ámbito.

Pregunta 9. En relación con las comunicaciones: ¿Qué decisiones tomó durante la pandemia y cuál de ellas las mantiene actualmente?

Tabla 12-4: Decisiones en comunicación

Criterio	Cantidad	Porcentaje
E-commerce (tienda en línea).	4	3,74%
Marketing y comunicación digital.	30	28,04%
Una página digital de acuerdo con las necesidades actuales	43	40,19%
Ninguna de las anteriores.	30	28,04%
Total	107	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

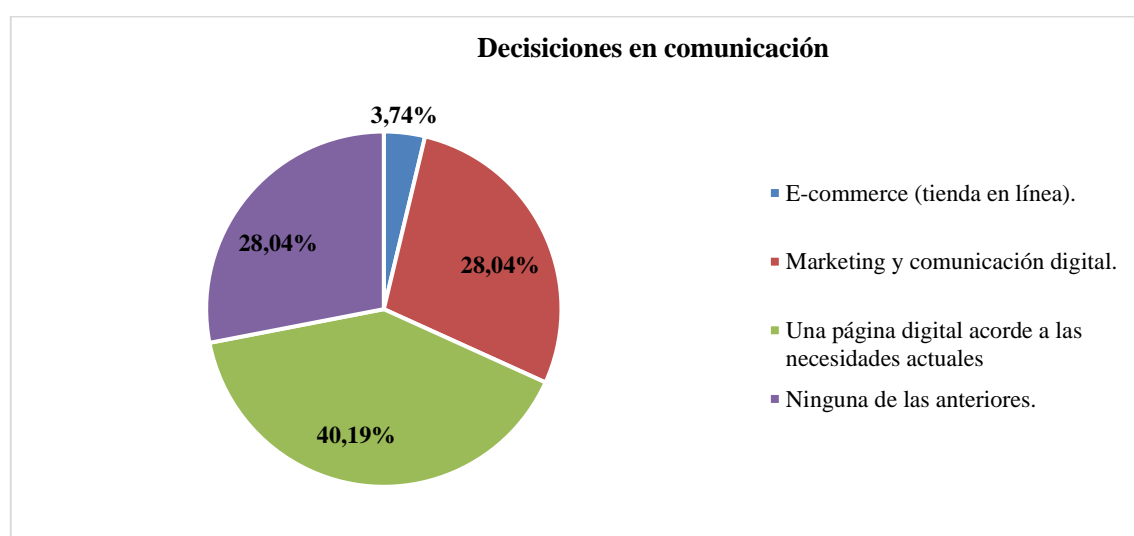


Ilustración 12-4: Decisiones en comunicación

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: El 40,19% aplicó como medio de comunicación en pandemia para llegar a sus clientes, el crear una página acorde a las necesidades actuales; mientras el 28,04% optó por el marketing y comunicación digital, en la que también se relaciona con las redes sociales y es una de las ventajas que dejó el COVID 19, así como el avance en uso de los medios electrónicos; el 28,04% manifestó que no optó por ninguna estrategia de comunicación; y el 3,74% aplicó el e-commerce o tienda online.

Pregunta 10. ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta ahora su empresa como consecuencia del COVID-19? Seleccione todas las opciones que correspondan.

Tabla 13-4: Problemas actuales

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Insuficiente flujo de efectivo para mantener el personal y las operaciones comerciales	8	6,67%
No hay suministro de materias primas o se han vuelto muy costosas, interrumpiendo así las operaciones	6	5,00%
Los proveedores no pueden suministrar insumos.	47	39,17%
Los asociados comerciales se han visto muy afectados y no están operando con normalidad	1	0,83%
Los clientes se han visto afectados y la demanda es menor de lo normal.	58	48,33%
Total	120	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

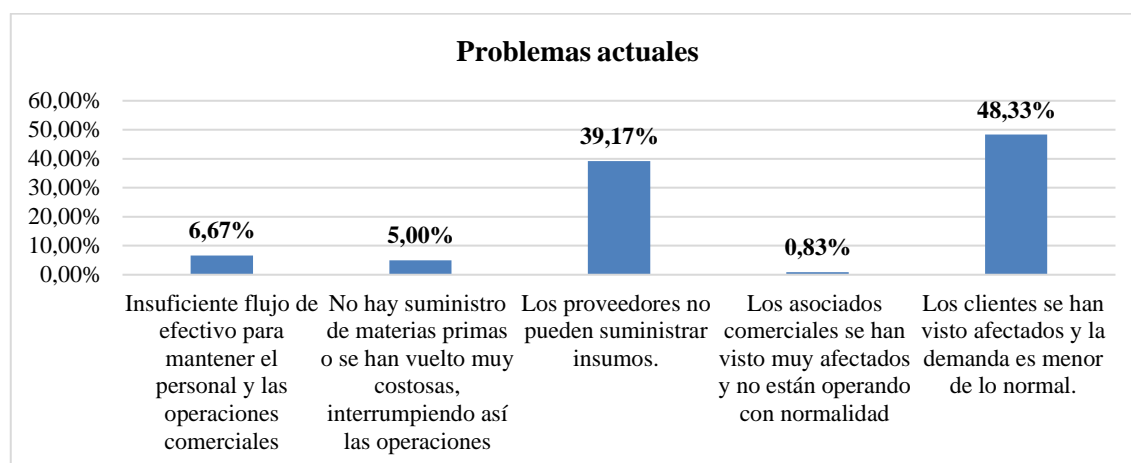


Ilustración 13-4: Problemas actuales

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: De las 107 pymes encuestadas se consiguió un total de 120 observaciones que se dividen de la siguiente manera: el 48,11% de encuestados manifestaron que los principales problemas que dejó como resultado el COVID 19, fue que los clientes también se han visto afectados y por lo tanto la demanda es menor a lo normal; el 39,17% manifestó que tiene problemas con los proveedores para poder suministrar insumos; el 6,67% mencionó que su inconveniente es el insuficiente flujo de efectivo para mantener el personal y las operaciones comerciales actuales; el 5% declaró que no hay suministro de materia primas o se han vuelto muy costosas, interrumpiendo sus actividades, en este caso además agregaron a que se relaciona al recesión e inflación mundial; y el 0,83% tiene dificultades con sus asociados comerciales debido a que se han visto afectados y no están operando con normalidad.

Pregunta 11. ¿Qué acciones considera Usted que ayudarían actualmente a su empresa a recuperarse

Tabla 14-4: Acciones de recuperación

Criterio	Cantidad	Porcentaje
Subvenciones públicas.	12	8,76%
Préstamos favorables.	7	5,11%
Aplazamiento del pago de impuestos	8	5,84%
Nuevo paquete de medidas económicas (reducción de impuestos y contribuciones a los salarios).	74	54,01%
Créditos con tasas bajas.	36	26,28%
Total	137	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

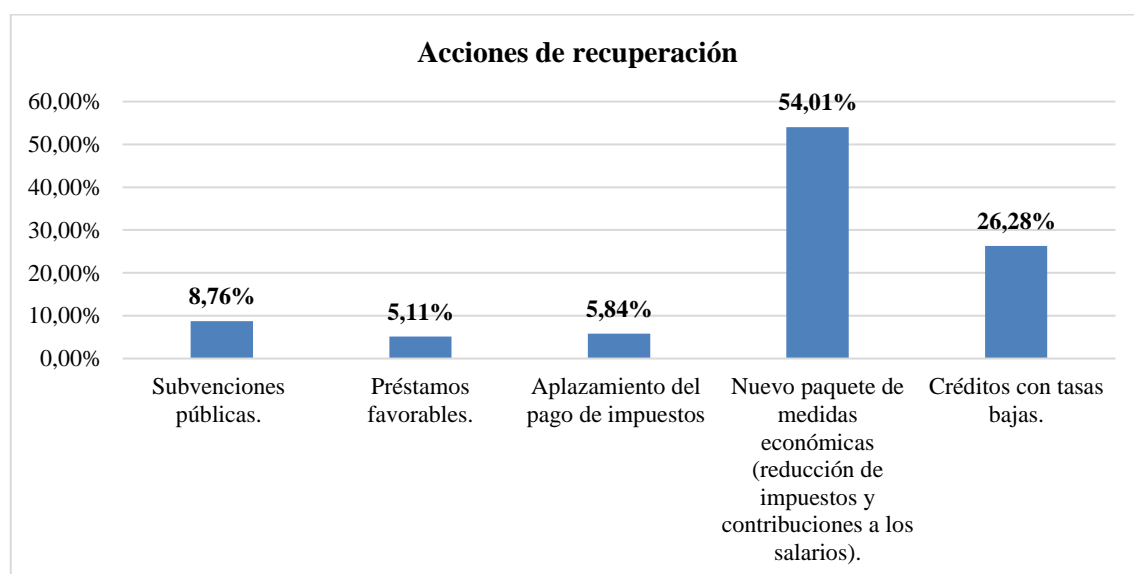


Ilustración 14-4: Acciones de recuperación

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: De las 107 pequeñas y medianas empresas (pymes) encuestadas se obtuvo un total de 137 observaciones, de las cuales el 54,01% respondió que una de las acciones ayudaría a recuperar sus empresas será un paquete de medidas económicas principalmente piden la reducción de impuestos y contribuciones, del mismo modo que el salario se incremente de acuerdo al inflación actual; en cambio el 26,28% reveló que les ayudaría con créditos con tasas bajas; el 8,76% manifestó que se recuperarían por medio subvenciones públicas; el 5,84% a través de aplazamientos del pago de impuestos; y el 5,11% a través de préstamos favorables que benefician al sector de la pequeña industria que por lo general es el que más se ve afectado.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos por medio de la entrevista aplicada a la Ing. Lucy Freire, presidenta de la Cámara de la Pequeña Industria de Chimborazo:

Objetivo: Recolectar información y conocer el impacto económico que ocasionó la pandemia COVID 19 en las pymes del cantón Riobamba durante el año 2022.

Nombres y Apellidos del entrevistado: Ing. Lucy Freire

Cargo del entrevistado: Presidenta de la Pequeña Industria de Chimborazo.

Fecha: 2022/12/05

CUESTIONARIO DE APLICACIÓN PARA ENTREVISTA A LA PRESIDENTA DE LA CÁMARA DE INDUSTRIAS DE CHIMBORAZO.

1.- Actualmente: ¿Cuál es la situación económica de las empresas asociados a la cámara?

Las empresas asociadas a la cámara tuvieron igual impacto que las empresas nivel nacional, todos estaban saliendo de un paro de octubre, antes de la pandemia en el que todavía no logramos estabilizar nuestro punto de equilibrio y luego de 5 meses logramos encaminar un poco para poner en orden las cosas y luego el tema de pandemia. Y desde marzo es algo conocido por todos, que ha afectado a la mayor cantidad del sector productivo. Sin embargo, como en toda crisis, también hay gente que tuvo la oportunidad de. En la Cámara industria tenemos 5 sectores, el sector de textiles fue el sector que un poco se fortaleció, tuvieron que redireccionar su producción, por y su capacidad inmediata de transformar de acuerdo con las necesidades del momento. Entonces tuvieron que acoplarse a la realidad, que era la pandemia. Otro sector que fue beneficiario, como siempre en la crisis, hay quienes pierden y también quienes ganan para los planificadores, todo el sector de la panificación., los pocos que tenemos dentro del sector de la panificación tuvieron muy buenos resultados. En el tema gráfico, también se paralizó. En el sector de construcción y tuvimos un análisis luego de los primeros 6 meses de pandemia, también se activó la gente comenzó a activarse y a cambiar cosas, sacando cosas viejas, arreglando las cosas que no había arreglado en tiempos anteriores. De ahí todos los demás aún no se ha podido todavía equilibrar. Por no decirlo menos, colapsar. Según el análisis de la Cámara en el período se perdió 3 millones de dólares.

2.- ¿Cuál ha sido el impacto económico postpandemia en las empresas asociados a la Cámara?

El impacto que hubo fue la disminución de ventas, hasta el momento no se logra llegar a los ingresos de antes de pandemia, porque tuvieron un bajón debido a que nuevamente tuvieron que transformar su producción a lo que antes hacían y dejaron esos nichos prácticamente sin cubrir, entonces tuvieron que nuevamente retomar lo de antes y ya no lo hicieron con la misma fuerza. Otro impacto fue disminución también de personal, la mayoría se quedó al 50% de su personal y el otro de los de las cosas que tuvimos que enfrentar es él es el tema de la inseguridad jurídica. Muchas empresas cerraron por decreto en donde muchas empresas decidieron cerrar porque estaba claro dejando como consecuencia el asumir juicios por despidos intempestivos cuando sus decisiones se habían basado en el Real Decreto de emergencia del elemental.

3.- ¿Cuáles han sido los principales retos a los que se enfrentaron las empresas en el contexto de la pandemia?

Uno de los principales retos fue cambiar sus sistemas de producción y sus productos en general, porque tuvieron que prácticamente capacitar a sus empleados, en general los que pudimos trabajar vía telemática, porque obviamente significó capacitar a las personas, adquirir nuevos equipos, contratar nuevos sistemas de nueva red de Internet que soporte el trabajo telemático, que no había hecho entonces. Cada empresa tuvo que incurrir a sistemas propios para que pueda funcionar el teletrabajo, fue el tema de capacitación, inversión en sistemas, fue el hecho de readecuar a las a la nueva realidad la producción. Y fue también el hecho de encontrar nichos nuevos de mercado. Que nos envía algo, nos estaba acostumbrado y el tema logístico antes del transporte común normal era el que se enviaba a la producción a nivel nacional a nivel local.

4.- ¿Cree que las decisiones que tomaron las empresas en medio de pandemia COVID 19 fueron adecuados para su desarrollo?

Las decisiones fueron adecuadas para su sobrevivencia, porque los que no tomaron decisiones y arriesgaron a tiempo ya no están, pero fundamentales son los que quedamos, hablo de las 122 empresas. Además, a raíz del Gobierno de Correa se suspendieron todos los gremios y cuotas de que teníamos para organizarnos económicamente, ahora no. Ahora es un voluntariado muy, muy fuerte para poder mantener, para poder hacer una consultoría que nos permita saber cuántos quedamos y qué condiciones realmente están. Entonces, las empresas que lograron Transformar,

adecuarse a esta nueva realidad y tuvieron el capital para invertir en estas nuevas tecnologías, sobrevivieron.

5.- ¿Qué aspectos positivos considera que dejó la pandemia COVID 19?

Aquí tendríamos que hablar del tema de adaptarse a la realidad, una nueva realidad, de las nuevas tecnologías que antes me estaba tomando en cuenta, se adelantaron al tiempo para ser aplicadas, las modalidades de trabajo, venta. Lo que el COVID 19 hizo es acelerar un proceso que estaba previsto para los próximos 5 o 7 años y prácticamente nos aceleró al sector empresarial. Además del descubrimiento de nuevos productos, de las capacidades de los empresarios para responder a la necesidad del mercado.

6.- ¿Cree Ud. que ha existido el apoyo gubernamental a las empresas para superar la crisis por la pandemia COVID 19?

Uno de los apoyos que recibió y salvo algunas empresas fue un crédito del Banco del Pacífico que tuvieron acceso no muchas, pero algunas de las pequeñas empresas de mi Cámara, las que pudieron tener en orden los documentos que pudieran acceder, de lo contrario no estaría funcionando. Otro fue el decreto de la Ley Humanitaria que en su debido momento también alivio en algo, lo que se podía hacer. No se tuvo apoyo para nada del IESS, porque a pesar de que no está trabajando, tenía que seguir pagando y como no tenía plata no pagaba el empleado, y este se iba a ser chequear, oír, a ser verde y después nos salían responsabilidades personales en montos altos. Pero si hay héroes también en esto, también son los empresarios que tuvieron dinero para pagar sueldos, internet y vender. Otro factor negativo fue enfrentarse a la informalidad, porque obviamente también vino la informalidad. Fue un espacio en donde es difícil encontrar cosas positivas, pero en cuanto a gobierno no se sintió el respaldo.

7.- ¿Cuál es la perspectiva que tiene con respecto a los ingresos de las empresas asociados a la cámara en un futuro?

Actualmente, la mayoría está tratando de equilibrarse los pagos, estabilizar sus inventarios y juicios laborales. Muy complicado tener una perspectiva a futuro debido a la inestabilidad política que vivimos a través de la Asamblea, que también nos afecta el empresariado. Entonces todos están en por ver lo que pasa. A donde quiere caminar el país, para, según eso, también hacer inversiones o endeudarse más. Entonces, ahora estamos en una etapa de sobrevivencia, de tratar, de mantenernos como estamos, porque obviamente todos los ahorros que las empresas pequeñas

tenían invirtieron en pagar todo lo que había que pagar. No, no existe como para hablar de una perspectiva buena.

8.- ¿Que iniciativas considera que se debe aplicar en las empresas para fomentar el desarrollo económico de las mismas?

Un problema que viene desde hace años es la inseguridad jurídica, lo peor para nosotros para la pequeña empresa. No podemos siquiera ser competitivos porque es base del crecimiento, si nosotros aplicamos como le hablaba del decreto de la ley y nos cambian enseguida, prácticamente. nos quiebran porque nuestros presupuestos no son tan flexibles, son mínimos También en el tema del territorio, tenemos algunos socios que están instaurados en el parque industrial con el cambio de suelo que hizo el municipio respecto al parque industrial, tarde que temprano van a decir salgan esas pequeñas empresas porque van a empezar a construir casas. Entonces, el cambio de uso del suelo se da de la noche de la mañana sin que nosotros participemos sin que la empresa o el empresariado participen. Otro aspecto son las patentes es irreal la estimación que hacen para el cálculo que el pequeño empresario prácticamente se queda a merced del cálculo que le haga el inspector, es más importante para él tanto a nivel local como a nivel. El segundo tema ya viene a ser con las iniciativas de las propias empresas de acoplarse a las necesidades, de invertir en innovación, que nos falta mucho. Entonces también es la Academia que también debe asociarse más con la realidad de las empresas y brindar soluciones.

Una vez aplicados los instrumentos de obtención de datos de campo como entrevista, encuesta y la observación se puede manifestar que las pequeñas y medianas empresas en el periodo de análisis muestran las siguientes cifras en cuanto a utilidades esperadas:

Tabla 15-4: Utilidad neta de las pequeñas empresas

Nº	Nombre	Utilidad neta 2021
1	PROGRESRIO CIA. LTDA.	-109,07
2	"MEGA INMOBILIARIA" "MEGAVIP" CIA.LTDA.	14.138,09
3	INMOBILIARIA VILEMA & COLCHA CIA. LTDA.	32.107,20
4	CORPMEGABUSS CIA. LTDA.	-466.926,54
5	EMPRESA HOTELERA ARGUELLO ALTAMIRANO COSTALES C.A.	-101.516,08
6	LPADAR CIA. LTDA.	20.055,76
7	ALBERGUE TURISTICO ABRASPUNGO COMPAÑIA LIMITADA	-420.616,69
8	AUTOMOTORES ANTONIO LARREA CIA.LTDA.	2.861,16
9	COLOMA & DELGADO CONSTRUCTORA CIA. LTDA.	12.612,94
10	ALMACENES UNIHOGAR CIA. LTDA.	-13.970,95

11	RIOEMPRES TOURS S.A.	-9,14
12	EMPRESA COMERCIAL FAMILIAR MORALES CARRANZA ECOFAMOC CIA. LTDA.	-582.839,45
13	AUTOMOTORES-LATINA-CONSORCIO S.A.S.	1.305,40
14	LA MERCED PLAZA HOTEL MERPLAZHOTEL CIA.LTDA.	-
15	B&V BRIONES Y VILLAGRAN CIA. LTDA.	5.534,76
16	DICOALMACO CIA. LTDA.	-
17	SIMAA CIA.LTDA.	30.385,78
18	TRANSPORTE PESADO RICAURTE & HIJOS CIA. LTDA.	29.995,53
19	FERRETERIA Y CONSTRUCCIONES SC FERRIOCONSTRUC CIA.LTDA.	611,67
20	CAMPO SANTO CIUDAD ESPERANZA CASACES S.A.	-44.034,35
21	CAZAMCOLD C.LTDA.	-21.225,85
22	AGRICOLA RIVERA HEREDIA S.A. AGRORIVHERSA	886,38
23	COLOMAR CONSTRUCTORA COLOMAR-CONSTRUCTORA CIA.LTDA.	-32.434,43
24	SERVICIOS MEDICOS PAZMIÑO & MENDEZ CIA. LTDA.	56.227,27
25	KCER S.A.	42.298,89
26	FUNERALES GONZALO MENDOZA CIA. LTDA.	-3.084,05
27	PRODUCTOS CALCÁREOS SANTOS PROCALSACOM C.L.	-371.139,28
28	RED ECUATORIANA DE PEDAGOGÍA ENTREMAESTROS CIA.LTDA.	39.782,03
29	LINEAS Y REDES ELECTRICAS DEL CENTRO LYREC CIA LTDA	-44.729,18
30	JOMACH SEGURIDAD Y CUSTODIA EMPRESARIAL CIA. LTDA.	-909,98
31	GALAN Y MIÑO EXPRESS CIA. LTDA.	-2.232,04
32	EMPRESA NACIONAL CONSTRUCTORA OVIEDO MOREANO ENCOM S.A.	8.169,04
33	NOVA CLINICA SAN MARCOS NOVACLIMA CIA. LTDA.	-10.609,27
34	PORTUGAL M.H. DE SEGURIDAD PRIVADA COMPAÑIA LIMITADA	20.346,89
35	COMISARIATO DEL CALZADO S.A. JCALLE	1.577,09
36	BOTICA BRISTOL LABRISTOL CIA.LTDA.	-183.213,84
37	CONSTRUCTORA CONSUL-CONSTRU CIA. LTDA.	78.629,29
38	ASOCIADOS GARCIA MOYA CIA. LTDA. AGROSUPLANT CIA. LTDA.	-483.885,07
39	ECUACONSTRUEPSE & INGENIERIA CIA. LTDA.	16.694,07
40	HIDROFERR CENTRO FERRETERO HICEFE CIA.LTDA.	36.941,39
41	GORGE WASHINGTON CIA. LTDA.	5.706,29
42	CUPIDO VIAJERO TOUR CUPVIATOUR S.A.	-32.490,48
43	EMPRESA COMERCIALIZADORA "GYF" CIA.LTDA.	500,78
44	SUPERTOTALHOME TOTALHOME CORP. SUPERMERCADOS TOTALHOME CIA.LTDA.	609,03
45	IRCOSTEL CIA. LTDA.	406,53
46	COMPAÑIA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA ZUÑIGA & ZUÑIGA FOZUL S.A.	3.941,52
47	ETECO-ELECTRICIDAD Y TELECOMUNICACIONES CIA.LTDA.	-598.085,32
48	PUENTE & ASOCIADOS CIA. LTDA.	12.395,79
49	CONSULTORA INGENIERIA ELÉCTRICA, TELECOMUNICACIONES Y CONTROL IETELC C.A.	27.113,94

50	LABORATORIO CLÍNICO DE LA DOCTORA CARMEN-NARVÁEZ CIA.LTDA.	-3.202,39
51	RIVAS LABORATORIO FARMACEUTICO RIVALAV CIA. LTDA.	1.565,55
52	TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL TRANSPARRACARG S.A.	46.065,86
53	HERRERA SEGURIDAD CARRIDOCOM CIA.LTDA.	24.926,03
54	FASTNET CIA. LTDA.	-212.853,21
55	JARA ALARMAS JARALARM CIA. LTDA.	-126.721,12
56	AROSTEGUI & AROSTEGUI CIA. LTDA.	-381.595,30
57	MADERKAMUEBLERIA CIA.LTDA.	-535.199,48
58	ORGANIZACION TECNICA COMERCIAL ORGATEC-AP S.A.	10.571,98
59	WICERCON CONSTRUCTORA CIA. LTDA.	4.658,82
60	INDUVEST S.A.	34.828,07
61	AGRICOLA COMPAÑIA LIMITADA ECOPALLANA COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	-
62	GLOFFICE GLOBAL OFFICE CIA. LTDA.	-1.493,63
63	TRANSPORTE PESADO GRUASCHIMBORAZO TRANSGRUASCH CIA. LTDA.	1.824,97
64	DISTRIBUCIONES-CORDOVA CIA.LTDA.	1.845,00
65	PRODUCTOS ORGANICOS CHIMBORAZO SUMAKLIFE CIA. LTDA.	-52.514,36
66	ALL-MAINT MANTENIMIENTO TOTAL S.A.	-221.613,56
67	RIOFERSEG CIA.LTDA.	67.410,69
68	HARNISTH ANDINO CIA. LTDA.	-35.234,96
69	ANDAFROIL CIA.LTDA.	3.264,63
70	INDUPALETS CIA. LTDA.	7.480,92
71	ABARVIN ABARCA VINTIMILLA CIA. LTDA.	4.851,63
72	EMPRESA CONSULTORA & CONSTRUCTORA ASOCIADOS"ECCONSA" CIA.LTDA.	60.476,86
73	DINELEC-AUTOMATIZACIÓN Y CONTROL CIA.LTDA.	4.340,43
74	COMPAÑIA DE TRANSPORTE DE CARGA PESADA METRANGAS S.A.	-133.185,54
75	INGINOST CIA. LTDA.	-57.575,60
76	COMPAÑIA DE CARGA PESADA TRANSHIDALGO HT&H S.A.	-1.286,60
77	ORESTEL TELECOMUNICACIONES OET S.A.S.	2.480,26
78	CEVALLOS & SILVA CEVSIL CIA.LTDA.	90,36
79	ASOCIADOS EN DISTRIBUCION Y SERVICIOS ADHYS CIA.LTDA.	3.538,69
80	DISTRIBUIDORA ZARLOJ S.A.S.	-298.008,23
81	MACCOMPANY C.LTDA.	25.370,83
82	PROSECURITIANDESCOM COMERCIALIZADORA MONITOREO SEGURIDAD PRO ANDES SECURITY COMPAÑIA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	-25.309,11
83	LINEA DE NEGOCIOS TURÍSTICOS VILLARREAL&ASOCIADOS LINETURV&C CIA.LTDA.	-124.280,95
84	THE GOURMET PIZZERIA LEONHOLMES CIA. LTDA.	6.329,68
85	COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO CENTINELA DE LOS ANDES TRANSCENANDES S.A.	-479,07
86	GALAN EDGAR EXPRESS "GAEEXPRESS" CIA.LTDA.	-1.696,08

87	COMPAÑIA DE SERVICIOS DE PELUQUERIA "ALACANTSERVI" S.A.	1.980,80
88	BIT&MAK CONSTRUCCIONES CIA. LTDA.	22.316,51
89	CONSTRUCTURA SILVA-MIRANDA INGENIERIA Y SERVICIOS SMCONSTRUING&SERV S.A.	-50.988,80
90	TRANSGAVILANEZ CIA. LTDA.	3.371,99
91	TELCOMEXPERT EXPERTOS EN TELECOMUNICACIONES S.A.	3.876,77
92	IMPORTADORA-CARMAX CIA.LTDA.	24.533,76
93	MULTICOMEXIPOR DEL ECUADOR CIA LTDA.	-103.254,73
94	COMPAÑIA INSTITUTO DE NEUROCIENCIA EAMM CIA.LTDA.	2.617,00
95	COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO RHINOSTRONG LOS ANDES S.A.	-239,97
96	DISALDAZLOPEZ CIA LTDA.	-180.040,96
97	GRUPCAMITEC CONSTRUCTORES Y CONSULTORES CAMINOS&MORENO S.A.	-87.039,37
98	COMPAÑIA DE TRANSPORTE MIXTO MARGOYAL S.A.	6.521,61
99	MAXIMA PROTECCION MAXPROSECURITY CIA.LTDA.	1.161,68
100	CALIZAS Y MINERALES DUCHI CORP OXIMICRON CIA.LTDA.	112,48
101	CONSTRUCTORA OBRAS DE INGENIERIA OBDEINCO CIA.LTDA.	-86.461,00
102	COMPAÑIA DE TRANSPORTES PESADOS SACYTRANS S.A.	400,84
103	PRESTACION DE SERVICIOS MANDATO Y REPRESENTACIONES PRESEMYR CIA.LTDA.	-23.993,73
104	HOTELSPA MANSION SANTA ISABELLA CIA.LTDA.	-
105	DAGROPECA S.A.	1.887,15
106	PROPRISE-SGC SEGURIDAD PRIVADA CIA.LTDA.	-
107	REPRESENTACIONES SANCHEZ SERVICES REPRESANSER C.L.	-233.262,63
108	TRANSPORTE SALAZAR VALVERDE AVALOS TRANSCONSAVAL CIA. LTDA.	-15.396,87
109	CLINICA DEL TRABAJADOR SPJ CIA.LTDA.	-
110	TRANSPORTES OROZCO TRUCKS TRANSOROZTRUCKS S.A.	-
111	COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO ESTRELLA DEL CHIMBORAZO ESTRECHIMBOR S.A.	-
112	MERCURYTRANS CIA. LTDA.	2.724,68
113	INFINITIC SOLUCIONES TECNOLÓGICAS INTEGRALES S.A.	-
114	ZOOM CONSTRUCTORA G&A GAVD S.A.	-
115	RIOBAMBA LECTUMAS "LECTUMASRIO" S.A.	-
116	TRANS AVEPA S.A.	832,17
117	EDITORIAL PEDAGOGICA CENTRO CIA. LTDA. EDIPCENRO	-33.805,07
118	MINABRADEC CIA. LTDA.	-
119	CUIDADOS INTENSIVOSPRO S.A.	-671.847,80
TOTAL		-6.226.547,97
PROMEDIO		\$ -52.323,93

Fuente: (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos de las Supericias con corte al diciembre del 2021, están compuestas por un total de 119 pequeñas empresas, poseen una utilidad

promedio de \$-52.323,93, valor negativo. Representa que se encuentra en un proceso de reactivación, pero no llega a los números antes de pandemia.

Tabla 16-4: Utilidad neta de las medianas empresas

N°	Nombre	Utilidad neta 2021
1	MENDOGAS S.A.	\$ 238.440,62
2	FABRICA DE EMBUTIDOS JORGE JARA VALLEJO LA IBERICA C.L.	\$ 150.817,68
3	SUPERMERCADO Y COMISARIATO HORTENCIA VARGAS DE JARA E HIJOS C.LTDA.	\$ 121.927,17
4	METRISA METROPOLITANA RIOBAMBA CLINICA DE SERVICIOS MEDICOS ESPECIALIZADOS S.A.	\$ -526.216,98
5	PISMADE S.A.	\$ 141.122,85
6	EMPRESA IMPANDI DE IMPORTACIONES S. A.	\$ 23.476,69
7	INSERMADERA S.A.	\$ 179.893,72
8	AHIES SUPERMERCADO S.A.	\$ 96.852,40
9	PUEBLA CHAVEZ Y ASOCIADOS CIA. LTDA.	\$ -863.446,18
10	SERVICIOS HOSPITALARIOS Y SOCIALES ANDINO HOSPIANDINO S.A.S.	\$ -655.124,62
11	ELECTROVENTAS LA BAHIA ELECTROBAHIA CIA. LTDA.	\$ -943.257,22
12	ECUAFIELDS C.L.	\$ 198.096,35
13	ESTACION DE SERVICIO Y GASOLINERA LOS ALTARES CIA.LTDA.	\$ 3.626,96
14	VILLAGOMEZ RODRIGUEZ CIA. LTDA.	\$ -14.986,21
15	KIWA BCS ECUADOR CIA.LTDA.	\$ 127.071,64
16	MEDIODÍA FOODS CIA.LTDA.	\$ 75.039,02
17	COMERCIALIZADORA CALI & PADILLA E HIJOS CALUG CIA.LTDA.	\$ -2.632.239,20
18	DISTRIBUIDORA-PROVICENTRO CIA.LTDA.	\$ 34.227,29
19	CADENA DE SUPERMERCADOS CALUG D"LULA S.A.S.	\$ -1.141.803,60
20	AGRÍCOLA Y PECUARIA TODO AGRO TODOAGRO CIA.LTDA.	\$ 11.098,58
21	MERINO MONTOYA E HIJOS CIA. LTDA.	\$ 1.379,11
22	PROVINPA-DISTRIBUCIONES CIA.LTDA.	\$ 1.017,16
23	IMPORAKABADOS CIA.LTDA.	\$ 6.311,57
24	TRUJIMAR AVICOLA CIA.LTDA.	\$ 26.480,74
25	ESTACION DE SERVICIOS GASYARUQUIES CIA. LTDA.	\$ -2.724,88
26	COMPAÑIA DE TRANSPORTE PESADO INTERPROVINCIAL JAIME ROLDOS AGUILERA S.A.	\$ -
27	TRANSPORTES DE CARGA MINERA SHOBOL S.A.	\$ -3.558,88
28	SEMPROVECRIO CIA.LTDA.	\$ 1.344,77
29	TRANSPORTES PESADOS TRAILEROS DE CHIMBORAZO TRAICHIMB S.A.	\$ -
TOTAL		\$ -5.345.133,45
PROMEDIO		\$ -184.314,95

Fuente: (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Análisis e interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos de las Supericias con corte al diciembre del 2021, están compuestas por un total de 29 medianas empresas, con respecto a sus ingresos netos tuvo un promedio de -\$184.314,95, valor negativo.

4.2 Discusión

Realizado la investigación de campo por medio de encuestas aplicadas a las pequeñas y medianas empresas (pymes) del cantón Riobamba, es fundamental considerar los principales resultados que brinden una perspectiva de la situación real de las empresas, para establecer un marco propositivo que den solución al problema, de acuerdo con los resultados de la encuesta se puede concluir que la pandemia COVID 19, afecto en un 71,64% a los ingresos y ventas de las pymes y que hasta la actualidad existen secuelas considerado un futuro regular e incierto. Además, que las decisiones que tomaron no fueron previamente analizados o planificados, siendo un problema no solo para este tipo de empresas sino desde el emprendimiento.

Además, de la entrevista se puede obtener que las pequeñas empresas son frágiles y tiene presupuesto flexibles por la inseguridad jurídica que posee el país, además que se convierte en incertidumbre al momento de invertir o endeudarse en una empresa del Ecuador, agregado la inestabilidad política de la asamblea general. Además de la falta de apoyo gubernamental a la cámara para realizar sus actividades debido a que actualmente no cumple con todas sus funciones y por ello hasta los miembros tienen desconfianza.

Los datos estadísticos con respecto a la utilidad neta del año 2021, determina que las empresas se encuentran en proceso de recuperación y no llegan a las utilidades obtenidas antes de pandemia, debido a que su utilidad total promedio es negativa tanto en pequeñas y medianas, el total de las medianas fue -\$184.314,95, pero cabe resaltar que los más afectados son las pequeñas empresas poseen un total de -\$52.323,93 por la debilidad de sus presupuestos e ingresos que en ocasiones solo cubren los gastos que generan las mismas.

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1 Propuesta

Título: Estrategias de mejora continua orientadas a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES).

Introducción

El número de pymes activas en Riobamba son de 148, las cuales siguen sufriendo las secuelas que dejó la pandemia COVID 19, debido a que no poseen un presupuesto estable y estructurado para hacer frente a eventos imprevistos, dificultándose poder llegar a seguir con los mismos números en ventas e ingresos antes de pandemia. Con la investigación de campo aplicado se pudo detectar cuales eran las fallas de estas, las que destacan la disminución de sus ventas e ingresos debido a que tuvieron que aplicar paros temporales que estaban en el rango de un mes a tres meses, por lo que muchas empresas cesaron sus actividades y las que quedaron fueron los que tuvieron la capacidad de reinventarse o se constituyeron en fundamentales para esos momentos, algo importante fue que no poseían un plan con respecto a sus actividades económicas y sus decisiones los basaban a través información gubernamental y medios de comunicación. Del mismo modo, falta la aplicación de comunicación con sus clientes por medio de la digitalización y otros que se ocupan en la actualidad.

Las empresas afectadas poseen consideraciones comunes, pero las medianas empresas son las que destacan que al menos tienen un base donde sostenerse para soportar eventos imprevistos, pero del mismo modo todos comparten su afectación, pero además en Riobamba falta la asociatividad entre empresas y apoyo gubernamental, destacando que las pequeñas empresas son las que generan mayor empleo.

Las estrategias que se plantean se constituyen en el camino que servirá de guía para las pequeñas y medianas empresas de Riobamba, quienes podrán mejorar y controlar el desarrollo de su negocio, podrán retomar sus ventas y sostenerse en el tiempo; así la pandemia no seguirá siendo una razón para que el ciclo de vida de una empresa se detenga.

5.1.1. Planteamiento de estrategias

Las estrategias planteadas pretenden ser un material de apoyo como sugerencia y guía para el desarrollo y mejora de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Riobamba, que sufrieron impactos negativos por la pandemia y les ha costado retomar y volver a sus ingresos antes de pandemia.

De la variedad de estrategias que tenemos en este caso se va a utilizar los que propone Fred (2013) y Solorzano & Alaña (2016), porque lo que se busca viabilizar hacia el crecimiento y desarrollo de las empresas, las cuales serán los que nos guie durante nuestra propuesta:

Las a continuación se presentan las estrategias:

Tabla 1-5: Estrategia 1: Realidad financiera y el flujo de caja de la empresa

Tipo de estrategia	Estrategia de Negocio
Título	Realidad financiera y el flujo de caja de la empresa
Objetivo	Conocer la realidad financiera y el flujo de caja de la empresa frecuentemente para tener como base en la toma de decisiones empresariales.
Metas	<ul style="list-style-type: none">• Medir la capacidad que tiene la empresa para generar efectivo y sus equivalentes, para cubrir eficientemente el pago de obligaciones internas y externas.• Localizar los cambios que se han dado en el efectivo disponible, cuya reducción es la causa de la descapitalización de la empresa.• Prever la capacidad de la empresa para atender imprevistos, así como aprovechar oportunidades comerciales• Tener una visión de los recursos en efectivo en el corto y largo plazo• Evitar endeudamientos innecesarios
Metodología	<ul style="list-style-type: none">• Proceso de elaboración de un flujo de caja• Adoptar la estructura básica del flujo de caja que se propone en la presente investigación, apartado desarrollo.
Que es lo que cambia	Permite conocer cuál es el flujo de caja o liquidez que tiene una empresa para retomar el dinamismo, planificar de manera adecuada sus pagos y analizar otras alternativas en caso de el monto no sea suficiente.
Como voy a verificar	Se deberá realizar observación directa y control del cumplimiento de la presentación del flujo de caja semestrales para verificar por medio de indicadores financieros.

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Desarrollo:

Un flujo de caja muestra es el aumento o disminución en la cantidad de dinero que tiene una empresa, institución o individuo. Tiene muchos usos tanto en la operación de un negocio como en la realización de análisis financieros. De hecho, es una de las métricas más importantes en todas las finanzas y la contabilidad.

Para realizar un flujo de caja se debe realizar los siguientes pasos:



Ilustración 1-5: Pasos de la estructuración del flujo de efectivo

Fuente: (BBVA, 2021).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Según la NIC 7, la empresa puede presentar el estado del flujo de efectivo de las operaciones usando uno de los dos siguientes métodos, a continuación, se propone la estructura a aplicar:

El método directo para calcular el flujo de efectivo de las actividades operativas es un proceso sencillo que implica tomar todas las recaudaciones de efectivo de las operaciones y restar todos los desembolsos de efectivo de las operaciones. Este enfoque enumera todas las transacciones que resultaron en efectivo pagado o recibido durante el período del informe.

Ejemplo de Estado de flujo de efectivo por el método directo		20X2
Flujos de efectivo por actividades de operación		
Cobros a clientes	30.150	
Pagos a proveedores y al personal	<u>(27.600)</u>	
Efectivo generado por las operaciones	2.550	
Intereses pagados	(270)	
Impuestos sobre las ganancias pagados	<u>(900)</u>	
<i>Efectivo neto proveniente de actividades de operación</i>		1.380
Flujos de efectivo por actividades de inversión		
Adquisición de la subsidiaria X, neta de las partidas líquidas existentes (Nota A)	(550)	
Adquisición de propiedades, planta y equipo (Nota B)	(350)	
Cobros por venta de equipos	20	
Intereses cobrados	200	
Dividendos recibidos	<u>200</u>	
<i>Efectivo neto utilizado en actividades de inversión</i>		(480)
Flujos de efectivo por actividades de financiación		
Cobros por emisión de capital	250	
Cobro de préstamos tomados a largo plazo	250	
Pago de pasivos derivados de arrendamientos financieros	(90)	
Dividendos pagados	<u>(1200)</u>	
<i>Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiación</i>		<u>(790)</u>
Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo		110
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo (Nota C)		120
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo (Nota C)		230

Ilustración 2-5: Ejemplo de Flujo de efectivo método directo

Fuente: (IASB, 2016).

El flujo de efectivo por el método indirecto se calcula ajustando la utilidad neta sumando o restando las diferencias que resultan de las transacciones que no son en efectivo. Los elementos que no son en efectivo aparecen en los cambios en los activos y pasivos de una empresa en el balance general de un periodo al siguiente.

Ejemplo de Estado de flujo de efectivo por el método indirecto**20X2****Flujos de efectivo por actividades de operación**

Ganancia antes de impuestos	3350
Ajustes por:	
Depreciación	450
Pérdidas de cambio en moneda extranjera	40
Ingresos de inversión	(500)
Gastos financieros	400
	<u>3740</u>
Incremento en deudores comerciales y otros	(500)
Disminución en inventarios	1.050
Disminución en acreedores comerciales	(1740)
Efectivo generado por las operaciones	<u>2550</u>
Intereses pagados	(270)
Impuestos sobre las ganancias pagados	<u>(900)</u>

Efectivo neto proveniente de actividades de operación 1.380

Flujos de efectivo por actividades de inversión

Adquisición de la subsidiaria X, neta de las partidas líquidas existentes (Nota A)	(550)
Adquisición de propiedades, planta y equipo (Nota B)	(350)
Cobros por venta de equipos	20
Intereses cobrados	200
Dividendos cobrados	200

Efectivo neto utilizado en actividades de inversión (480)

Flujos de efectivo por actividades de financiación

Cobros por emisión de capital	250
Cobro de préstamos tomados a largo plazo	250
Pago de pasivos derivados de arrendamientos financieros	90
Dividendos pagados(a)	(1.200)

Flujos netos de efectivo usados en actividades de financiación (790)

Incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo	110
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del periodo (Nota C)	120
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo (Nota C)	<u>230</u>

Ilustración 3-5: Ejemplo de Estructura flujo de efectivo método indirecto

Fuente: (IASB, 2016).

Beneficios de la información sobre el flujo de efectivo

La información que brinda los flujos de efectivo de una empresa o entidad es útil debido a que suministra una información base para evaluar la capacidad de respuesta de la empresa para generar efectivo y su equivalente; las necesidades de la entidad para utilizar el flujo de efectivo. Además, para tomar decisiones económicas y los que conforman la empresa tanto internos como externos, lo más importante es poder detectar la incertidumbre o la falta de liquidez.

Tabla 2-5: Estrategia 2: Nuevos nichos de mercado

Tipo de estrategia	Estrategia de diversificación/negocio
Título	Establecimientos a nuevos nichos de mercado
Objetivo	Orientar los procesos de producción y comercialización a nuevos nichos de mercado.
Metas	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del 20% ingresos por ventas de la organización. • Mejorar la situación económica de la empresa a media plazo. • Evitar grandes competidores o empresas por medio de los nichos. • Distinguirse de sus competidores y hacer que los consumidores esperen un servicio ligeramente inferior al que la empresa ofrece.
Metodología	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso para definir un nicho de mercado. • Definir los tipos de nichos de mercado • Herramientas para encontrar los nichos de mercado
Que es lo que cambia	Aporta ventajas positivas para la empresa como la reducción de los costos en aspectos como la publicidad, permitirá posicionar como experto en un tema frente a otros negocios más generales. De esta manera, aumentará tu credibilidad como referente y mejorará tu posición respecto del resto del mercado. Al concentrarte solamente en un Nicho de Mercado, también se podrá diferenciarse de la competencia ofreciendo un servicio mucho mejor, especial y personalizado para el público objetivo.
Como voy a verificar	Se deberá realizar observación directa e identificar que las pymes se hayan introducido a nuevos nichos de mercado que les permita crecer por medio de la verificación de rentabilidad del nicho elegido.

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Desarrollo:

Los nichos de mercado es un segmento de un mercado más grande que puede definirse por sus propias necesidades, preferencias o identidad únicas que lo hacen diferente del mercado en general.

Para elegir un nicho de mercado es importante seguir los siguientes pasos:

Proceso para definir un nicho de mercado

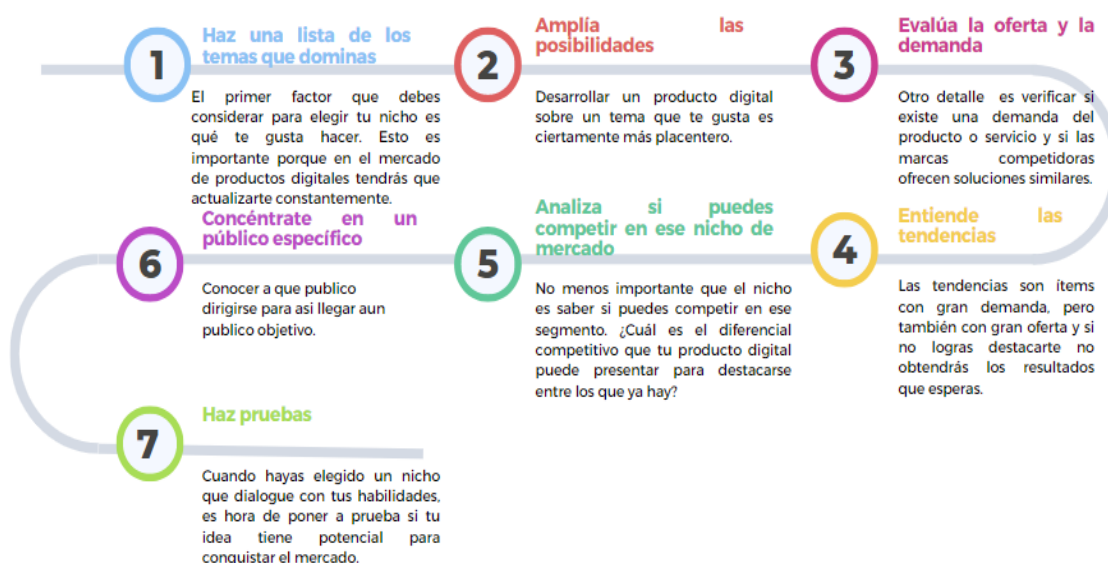


Ilustración 4-5: Proceso para definir un nicho de mercado

Fuente: (Hotmart, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Del mismo modo se propone los tipos de nichos de mercado a los que pueden acoger para aplicar en una empresa, de acuerdo con Hotmart, (2022) existen los siguientes tipos de nichos de mercado:



Ilustración 5-5: Tipos de nichos de mercado

Fuente: (Hotmart, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Una vez que se conozca el proceso para encontrar nuevos nichos de mercado, es fundamental conocer las diversas herramientas que ayudan a detectar, el cual va conforme a lo que avanza y

las nuevas necesidades de la sociedad en productos y servicios para ello es fundamental saber identificarlo, sirviendo como base las siguientes herramientas:

- Tu experiencia profesional y tu día a día
- Amazon
- Google Trends
- Google Adwords
- Tendencias en webs de referencia
- Betalist

Con esto el empresario podrá desarrollar, monitorear, fortalecer su empresa para que al futuro logre la permanencia en el mercado con mejores niveles de rentabilidad, incentivando de este modo a los empresarios a continuar con sus actividades comerciales y productivas.

Tabla 3-5: Estrategia 3: Digitalización de los negocios.

Tipo de estrategia	Estrategia funcional
Título	Digitalización de los negocios
Objetivo	Innovar e invertir en la digitalización de los negocios que permitan introducirse y llegar a nuevos mercados potenciales o ingresar al mercado electrónico.
Metas	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar la eficiencia de los procesos en las empresas.• Mejorar la experiencia del cliente al ingreso a las plataformas o sitios electrónicos de la empresa.• Seguir el ritmo a las demandas emergentes de los clientes, manteniéndolas en el futuro
Metodología	<ul style="list-style-type: none">• Proceso para digitalizar un negocio desde la práctica.• Herramientas para digitalizar• Hoja de ruta de como implementar Cloud Computing• Proceso de creación de una tienda online o ecommerce• Plan de Marketing Digital• Métodos de pagos digitales o aplicaciones bancarias.
Que es lo que cambia	Es un plus para incrementar la productividad y generar nuevas ventas, convirtiéndose en la actualidad en un requisito para que los negocios sobrevivan. Además, de acogerse a esta estrategia permite adaptarse a las necesidades y demanda actual de las personas. Internamente a la empresa, la digitalización puede exigir una importante inversión inicial, a medio y largo plazo va a suponer grandes ahorros. Así, desde algo tan sencillo como la eliminación del papel, hasta la automatización de procesos o la explotación de los datos, el impacto económico puede ser enorme.
Como voy a verificar	Se deberá realizar observación directa y control estricto para verificar si se cumple lo establecido por medio de la evaluación de indicadores financieros y de gestión, del mismo modo hacer una evaluación por medio de procesos digitales.

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Desarrollo:

Digitalizar un negocio se refiere al uso de tecnología moderna para mejorar la continuidad del crecimiento del negocio. Cuando una empresa pasa por el proceso de digitalización, puede facilitar un mejor intercambio de información. Esto se hace promoviendo la consistencia, reinventando métodos rentables que mejor se adapten a la empresa y mejorando la calidad. La digitalización de su negocio puede transformar no solo los productos, la experiencia y los servicios que ofrece a los clientes, sino que también puede optimizar sus operaciones y ayudar a que su negocio funcione sin problemas. El proceso para digitalizar un negocio y empresa es la siguiente:

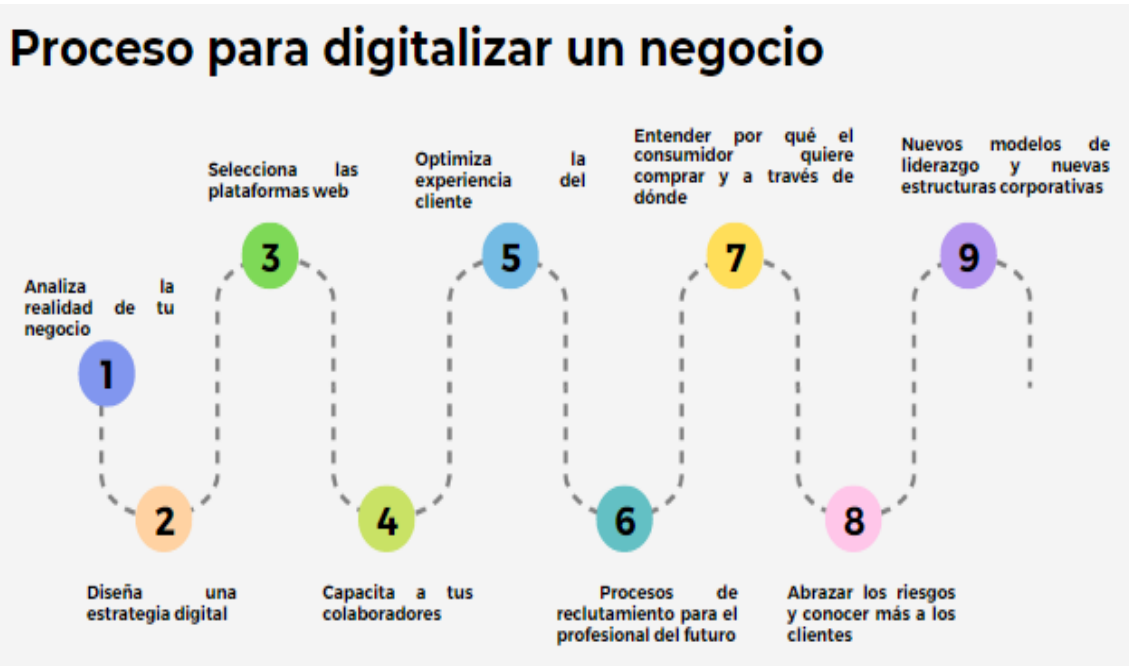


Ilustración 6-5: Proceso para digitalizar un negocio

Fuente: (Cárdenas, 2020).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Para llevar a cabo la digitalización es importante tener bases de apoyo en el proceso para que sea más eficaz en el uso de los recursos que permita facilitar y ahorrar. Si bien este proceso debe desarrollarse con base en planes, pero se debe seguir los siguientes pasos:



Ilustración 7-5: Herramientas para digitalizar un negocio

Fuente: (Valenzuela, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Uno de los métodos es aplicar el cloud computing, conocida también como servicios en la nube, informática en la nube, nube de cómputo o simplemente “la nube”, es el uso de una red de

servidores remotos conectados a internet para almacenar, administrar y procesar datos, servidores, bases de datos, redes y software, para ello se propone una hoja de ruta para aplicarlo:

1. Análisis de necesidades de cloud computing
2. Determine qué quiere conseguir con la nube
3. Calcule el coste tanto de la opción on-premise como la de cloud computing: Google, Creative Cloud, Asana, We transfers
4. Comparación de proveedores y servicios.
5. Asigne recursos a la implementación de cloud computing
6. Acciones posteriores a la implementación

Ilustración 8-5: Hoja de ruta para la implementación de Cloud Computing

Fuente: (European Knowledge Center for Information Technology, 2015)

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Las ventas online se han convertido en una alternativa muy viable por su costo e inversión y su alcance. En muchos casos, una tienda online es el punto de partida para iniciar y posteriormente seguir expandiéndose, adjuntando nuevas funciones de acuerdo con las necesidades que demanda la sociedad, por lo que es importante conocer cómo aplicarlo.



Ilustración 9-5: Pasos para crear una tienda online en Ecuador

Fuente: (Ideas creativas, 2019).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Otro método de digitalización de negocios es el uso del marketing digital, un plan de marketing es un documento operativo que describe una estrategia de publicidad que una organización implementará para generar clientes potenciales y llegar a su mercado objetivo. Un plan de

marketing detalla las campañas de divulgación y relaciones públicas que se llevarán a cabo durante un período.

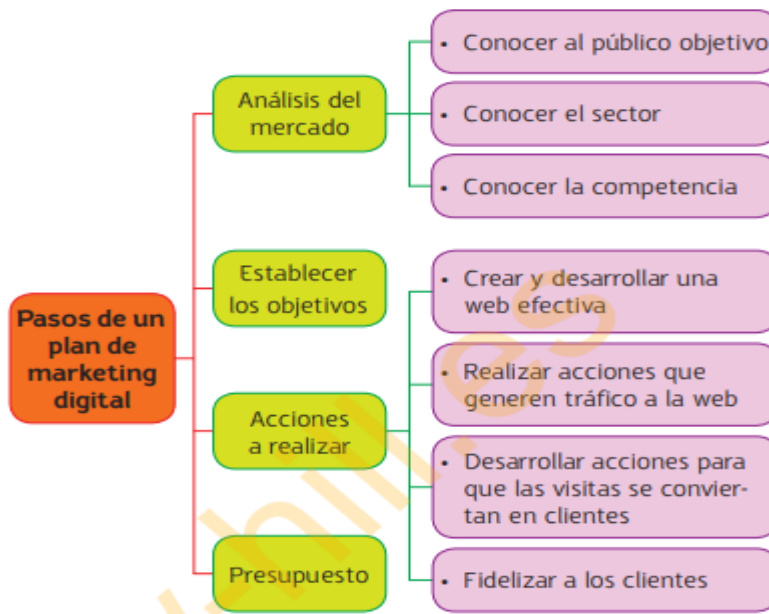


Ilustración 10-5: Pasos en la elaboración de un plan de marketing digital

Fuente: (Iruretagoyena, 2019).

La globalización y los últimos hechos han motivado a que también se adapte a la tecnología y se convierta en el principal aliado para promover procesos rápidos y sencillos. Las entidades bancarias y las empresas de tecnología financiera se han sumado a las nuevas tendencias, ofreciendo soluciones de pago innovadora a las empresas y se facilite las transferencias o pagos.

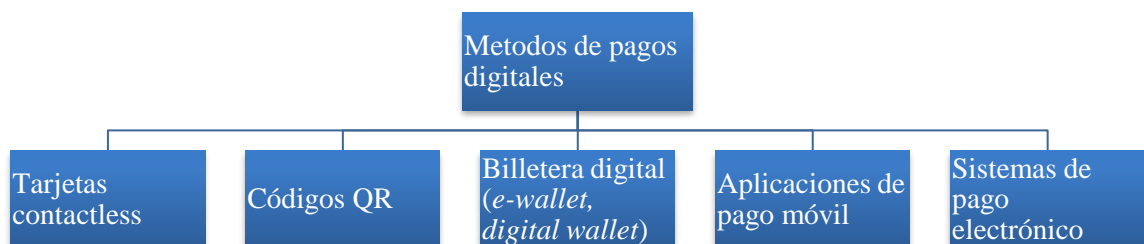


Ilustración 11-5: Métodos de pago digital

Fuente: (Tienda Nube, 2022).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

La digitalización permitirá a las pymes funcionar de manera más efectiva, ahorrar gastos y aumentar la producción son algunas de las ventajas de la digitalización en los negocios. El propósito de la digitalización es describir el proceso de habilitar, mejorar y transformar las operaciones comerciales mediante el uso de datos y tecnologías digitalizados para transformar la forma en que las organizaciones realizan negocios y mejoran la productividad.

Tabla 4-5: Estrategia 4: Financiamiento.

Tipo de estrategia	Estrategia corporativa/financiera
Título	Fuentes de Financiamiento
Objetivo	Acceder a fuentes de financiamiento no tradicionales para conseguir los recursos faltantes y continuar en el giro del negocio.
Metas	<ul style="list-style-type: none"> • Tener créditos o fuentes de financiamiento más baratos. • Disminuir en un 10% el costo de capital invertido en la empresa. • Aumento de liquidez gradualmente.
Metodología	<p>Estructura financiera consolidada por medio de las siguientes opciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso para acceder Inversionistas ángel. • Proceso para acceder al Crowdfunding por medio de las plataformas existentes en el país: Catapultados, HazVaca.com, Greencrowds y Kickstarter. • Etapas del Bootstrapping • Proceso de invertir en la Bolsa de Valores
Que es lo que cambia	El financiamiento juega un papel importante en el desarrollo y crecimiento, así como en su principal objetivo de posicionamiento y fortalecimiento, tanto a nivel local como global, de las pequeñas y medianas empresas, por medio de la implantación de inversión en la investigación y desarrollo. Pero deben tener en cuenta que no existe fuente de financiamiento que prometa rendimiento rápido y fácil. Una buena salud financiera personal, familiar o empresarial es clave para poder hacer frente a imprevistos y afrontar los planes de futuro a los que se aspira.
Como voy a verificar	Se deberá realizar observación directa y control estricto para verificar si se cumple con acceder a nuevos tipos de financiamiento y si disminuyó sus costos de capital en inversión.

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2022.

Desarrollo:

Esta nueva alternativa es una manera de financiamiento colectivo que puede ser aplicado para muchos propósitos, como para campañas políticas, fondos de donación para una ONG, producción de películas independientes, etc.

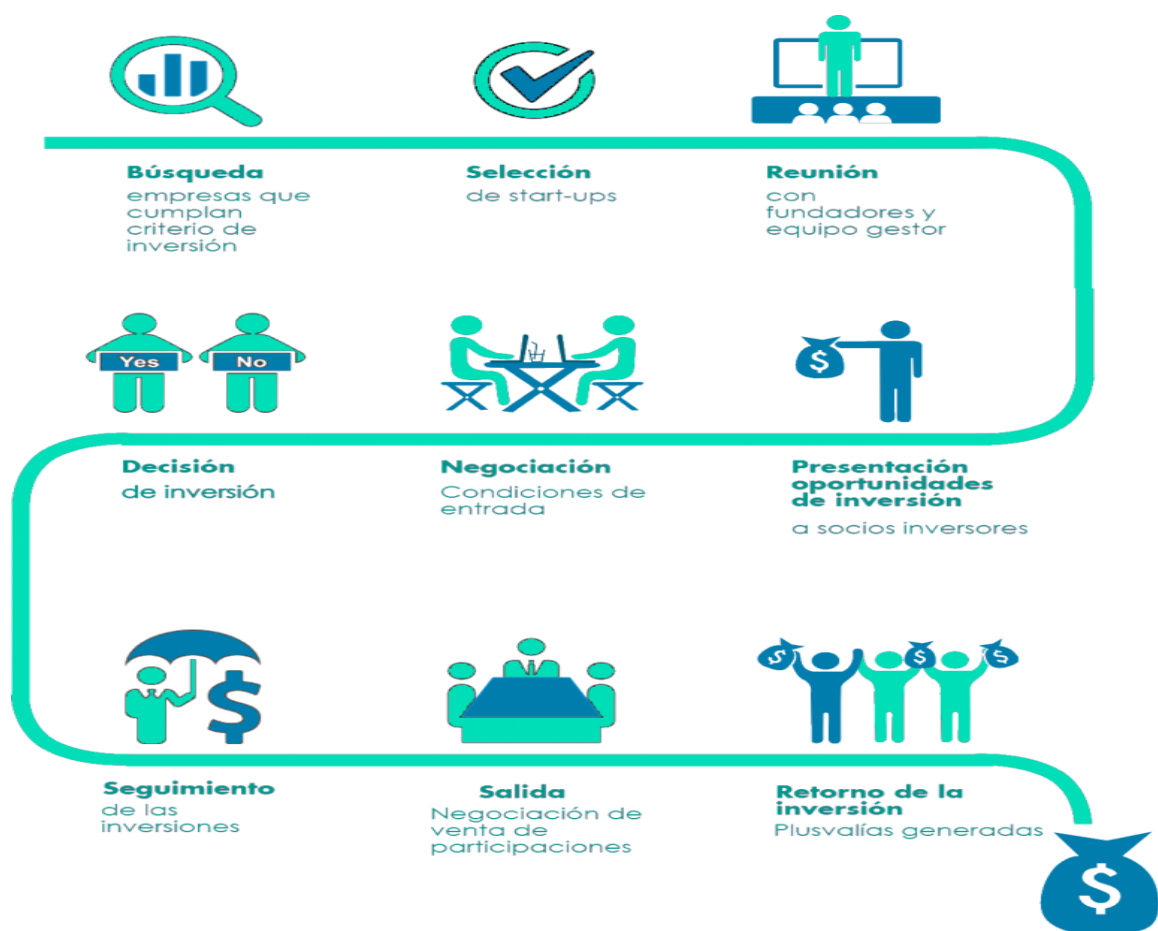


Ilustración 12-5: Proceso de Inversión

Fuente: (Barrenas, 2023).

Por otro lado, también existe el proceso para acceder al crowdfunding, que es el uso de pequeñas cantidades de capital de un gran número de personas para financiar una nueva empresa comercial. El crowdfunding hace uso de la fácil accesibilidad de vastas redes de personas a través de las redes sociales y los sitios web de crowdfunding para reunir a inversionistas y emprendedores.



Ilustración 13-5: Como funciona el crowdfunding

Fuente: (Redacción Computer Hoy, 2015).

Bootstrapping describe una situación en la que emprendedor inicia una empresa con poco capital, confiando en dinero que no sean inversiones externas. También describe un procedimiento utilizado para calcular el cupón cero curvas de rendimiento de cifras de mercado, ayuda a las pymes en sus inicios. El cual contiene las siguientes etapas:

Etapas del Bootstrapping	
INICIO	¿Cuál es mi salsa secreta? ¿Qué problema significativo estoy resolviendo? ¿Alguien estará interesado en mi solución al problema?
VALIDAR	¿A quién le gusta y quiere mi salsa? ¿Está la gente dispuesta a gastar dinero en lo que ofrezco? ¿Cuáles son las características/beneficios de mi producto?
OPTIMIZAR	¿Cómo mejoro mi salsa secreta? ¿Qué me dicen mis métricas clave? ¿Qué es lo que más le gusta a mis clientes?
ESCALAR	¿Cómo vendo toneladas de salsa? ¿Cuáles son las cuestiones clave que impiden el crecimiento? ¿Cómo hago un proceso de ventas repetible?

Ilustración 14-5: Etapas del Bootstrapping

Fuente: (Rodríguez, 2018).

Otro método de financiación es la bolsa de valores, un método no muy conocido y aplicado en el país, existen dos bolsas la de Quito y Guayaquil, a continuación, se explica el modo de invertir:

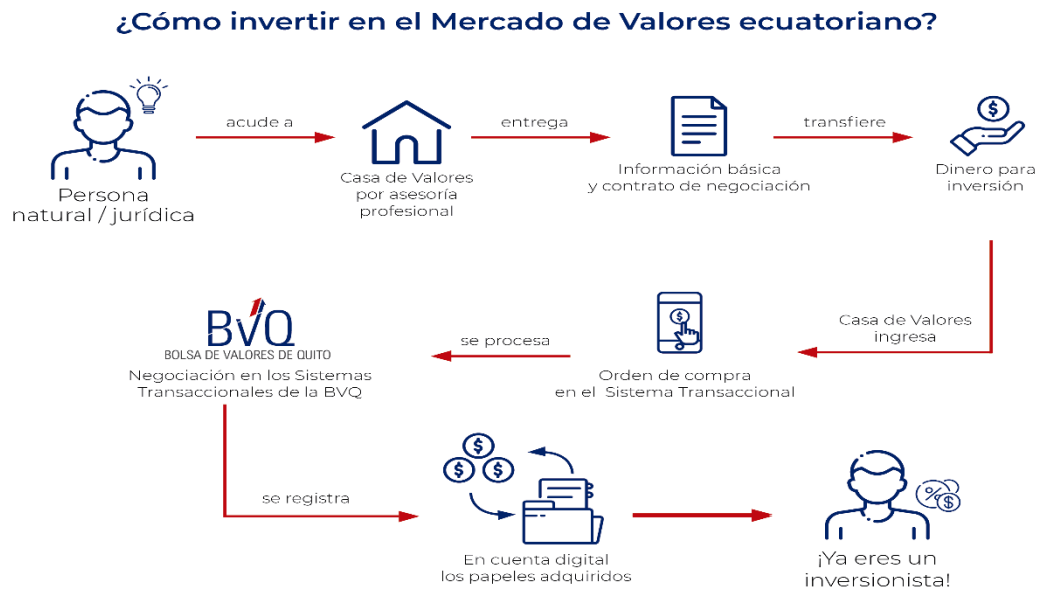


Ilustración 15-5: Inversión en la Bolsa de Valores

Fuente: (Bolsa de Valores de Quito, 2021).

Estos son algunos métodos de financiamiento no tradicional al que pueden acceder las pymes para cubrir todas sus necesidades. Es importante estará actualizado a la tecnología para provechar esas oportunidades.

Tabla 5-5: Estrategia 5: Asociatividad.

Tipo de estrategia	Estrategia de desarrollo de mercado/mercado.
Título	Asociatividad
Objetivo	Fortalecer la competitividad a través del apoyo de cámaras, asociaciones existentes en el Cantón y la Provincia.
Metas	<ul style="list-style-type: none">• Mayor aprovechamiento de los recursos disponibles• Aumentar la capacidad de representación y negociación de los asociados en procesos productivos y de comercialización.• Aumentar la productividad, sostenibilidad y el aseguramiento de condiciones de supervivencia y continuidad, en el mercado.
Metodología	La estrategia de asociatividad se plasmará por medio de las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none">• Acercamiento a las cámaras de la producción e industria.• Participación en ferias mancomunadas.• Solicitar apoyo gubernamental a los gremios.• Proceso para generar una asociación de empresas.
Que es lo que cambia	Las pymes tendrán la capacidad de contrarrestar los efectos de la globalización puesto que ayuda a que tomen mayor fuerza no únicamente en los mercados internos sino que además sean capaces de poder generar un crecimiento y mayor competitividad en cuanto a los mercados externos, generando muchos beneficios, entre estos una menor costo de su actividad, para llegar a obtener precios mucho más competitivos en el sector e industria y productos con gran calidad no solo en su elaboración sino también en la terminación del producto o servicio que se le brinde a los consumidores finales. Además, se vinculan con los beneficios que genera la asociatividad y que difícilmente pueden obtenerse individualmente, más aún en un sector que enfrenta tantas dificultades como el de las y pequeñas y medianas empresas. Los beneficios que se podrían resumir en tres: eficacia colectiva, eficiencia colectiva y sinergia.
Como voy a verificar	Se deberá realizar observación directa y verificar que exista acercamiento de las pequeñas y medianas empresas del cantón Riobamba y se hayan cumplido las metas propuestas.

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Desarrollo:

Todas las empresas sin importar su naturaleza requieren de tres fases primordiales para lograr la creación de valor en sus productos y/o servicios; la Asociatividad de las PYME genera oportunidades atractivas a través de este proceso empresarial:

Fases	Etapas	Beneficios de la asociatividad
Fase I. Diseño del producto / servicio	Investigación que lleva a una innovación.	Permite la explotación colectiva de oportunidades y habilidades de las empresas individuales que puede dar excelentes resultados en las PYME.
	Innovación que eventualmente puede requerir la elaboración de pruebas y ensayos.	
	Diseño del producto.	
Fase II. Producción	Alrededor del producto:	
	Los componentes	Permite la elaboración conjunta de algunos componentes que individualmente las empresas no lo puedan fabricar por diversas razones; o, para comprar esos componentes a un proveedor ya establecido.
	Volumenes de producción	A través de esta modalidad pequeñas empresas pueden agregar sus capacidades de producción individuales y satisfacer un volumen grande de productos.
	Sobre el proceso:	
	Ingreso de recursos	Adquisición, control de calidad o tratamientos especiales de la materia prima.
	Transformación	Entorno a servicios básicos que generalmente se necesitan en todas las plantas; capacitación al personal sobre el manejo de equipos y maquinarias; estandarización del proceso.
	Salida de productos finales	En la Inspección del producto final, especialmente cuando para ello se requiere equipos costosos y análisis especializados.
Fase III. Comercialización	Recepción de pedidos o solicitudes	Una debilidad frecuente de las PYME es la falta de coordinación y poca eficiencia en la entrega de los despachos y pedidos más aún si los puntos de entrega están dispersos en una extensa área geográfica o fuera del país de origen. La Asociatividad puede e
	Despachos o entregas de productos	
	Transporte de productos	
	Servicio Postventa	Tiene un rango de acción amplio ya que permite alcanzar economías de escala y favorece a las empresas para entrar a los mercados.
	Investigación de Mercado	Permite un manejo más directo y confidencial que si lo realizan a través de alguna subcontratación o alianza estratégica.

Ilustración 16-5: Fases de la asociatividad

Fuente: Ramón Rosales, “La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa en América Latina y el Caribe”.

Tabla 6-5: Estrategia 6: Plan de negocio

Tipo de estrategia	Estrategia de corporativa.
Título	Elaboración de planes de negocio.
Objetivo	Elaborar planes de negocio que permitan estar preparados antes sucesos imprevistos y tomar decisiones con base en información oportuna.
Metas	<ul style="list-style-type: none"> • Definir nuevas oportunidades de negocio para la empresa • Realizar un estudio de mercado cada semestre. • Posicionar el producto o servicio a través de publicidad y propaganda mensual.
Metodología	<p>Se va a proponer un modelo de plan de negocio a seguir para que se aplique a través de los siguientes pasos, según (Zambrano, 2020):</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa: por medio de la información base de la actividad comercial. • Análisis del entorno: interno y externo por medio de herramientas. • Plan de mercadeo: estudio enfocado a estrategias de marketing. • Plan de operación: por medio de establecimiento de un proceso de producción. • Plan organizacional y administrativo: va desde la parte constitutiva hasta la organizacional interna. • Análisis y planeación de respuestas a riesgos: aplicado para tener capacidad de respuesta ante posibles riesgos. • Plan financiero: se debe conocer la inversión inicial y los estados financieros. • Cronograma de implementación • Resumen ejecutivo
Que es lo que cambia	Ayuda a conocer los clientes potenciales y se identifican nichos de mercado, lo cual, será clave para establecer objetivos claros. Esta información también ayuda a conocer las necesidades de los clientes y, por ende, contribuye con el éxito, crecimiento, posicionamiento y rentabilidad de la empresa en el periodo.
Como voy a verificar	A través de los indicadores financieros y de gestión que se van generando al final de un periodo económico como índices de rentabilidad, solvencia, rotación, entre otros.

Fuente: Encuesta dirigida a las pequeñas y medianas empresas (pymes) que se encuentran activas, en el cantón Riobamba, 2022.

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Desarrollo:

Para la elaboración de un plan estratégico, según (Zambrano, 2020), debe tener la siguiente estructura:

Cuando escribe un plan de negocios, no tiene que ceñirse a un esquema exacto del plan de negocios. En su lugar, utilice las secciones que tengan más sentido para su negocio y sus necesidades. Los planes de negocios tradicionales usan alguna combinación de las siguientes secciones y plantillas.

La empresa

De acuerdo con el proceso de la elaboración del plan, el primer paso está enfocado a la prestación de la misma, debe estar establecido la misión, visión, valores y sus objetivos que quiere alcanzar como organización:

PLAN DE NEGOCIO
1. LA EMPRESA
1.1. Nombre de la empresa
1.2. Misión, visión y valores
1.3. Objetivos

Ilustración 17-5: La empresa

Fuente: (Zambrano, 2020).

Análisis del entorno

El siguiente paso en este proceso, es realizar un análisis del entorno por medio del uso de diferentes herramientas: tanto un análisis externo por medio del Análisis PESTEL y Las 5 Fuerzas de Porter, a continuación, las plantillas a utilizar:

Dimensión	Aspectos por considerar
Político	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué legislación actual y futura afecta el proyecto? • ¿Qué procesos y entidades regulatorias condicionan la ejecución del proyecto? (permisos, trámites, certificados). • ¿Hay políticas públicas que se enmarcan en el contexto del proyecto? • ¿Existe financiamiento e iniciativas públicas en el marco del proyecto? • ¿Hay grupos de lobby y presión? (empresas, movimientos ciudadanos).
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica actual. • ¿Qué tendencias en la economía actual local afecta el proyecto? • Impuestos y temas tributarios en general. • Estacionalidad del proyecto. • Intereses y tasas de cambio.
Social	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias según el estilo de vida. • Aspectos demográficos. • Comportamiento del consumidor. • Opinión pública. • ¿Hay factores étnicos y religiosos que afecten el proyecto? • Comunidades activas dentro del contexto del proyecto.
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias tecnológicas. • ¿Qué tecnología usa la competencia? • Financiamiento para la investigación. • Acceso a tecnología, licenciamiento y patentes. • Temas de propiedad intelectual. • Legislación tecnológica.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Legislación ambiental. • Regulaciones sobre el uso y consumo de energía. • Disponibilidad de reciclaje de residuos. • Condiciones ambientales del territorio. • Grupos de presión.

Ilustración 18-5: Análisis PESTEL

Fuente: (Zambrano, 2020).

Fuerza	Aspectos por considerar
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Amenaza de integración hacia atrás. • Productos estándar o no diferenciados.
Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado: monopolístico, oligopolístico, competencia perfecta. • Precios. • Crecimiento del sector. • Campañas publicitarias. • Barreras de salida fuertes (activos especializados/costos fijos de salida).
Nuevos entrantes	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación del producto. • Requisitos de capital. • Costos cambiantes. • Acceso a canales de distribución. • Desventajas en costos independientes de las economías de escala. • Política gubernamental.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la empresa cliente o para el negocio del comprador. • Productos diferenciados o que requieran costos por cambio de proveedor. • Amenaza de integración hacia adelante. • Calidad, disponibilidad, oportunidad, costos, capacidad y formas de pago.
Sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> • Productos que pueden desempeñar la misma o similar función, prestar el mismo o similar servicio. • Productos que mejoran en precio y desempeño. • Productos de sectores industriales de altas rentabilidades.

Ilustración 19-5: Las 5 Fuerzas de Porter

Fuente: (Zambrano, 2020).

	Aspectos negativos ↓	Aspectos positivos ↓
Factores internos	Debilidades	Fortalezas
Factores externos	Amenazas	Oportunidades

Ilustración 20-5: Plantilla para realizar el Análisis DAFO

Fuente: (Zambrano, 2020).

Realizado por: Agreda, Shirley, 2023.

Plan de mercadeo

El plan de mercadeo es una herramienta que permite conocer el entono de la empresa y facilita la información para proponer estrategias para acercarse a los clientes, por lo que en este proceso de debe tener claro el segmento, propuesta de valor, posicionamiento y como alcanzar las ventas objetivo.

¿Cuál es el perfil del potencial cliente?	¿Cuál sería el nivel de aceptación del producto o servicio?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué edad tiene? • ¿Cuál es su sexo? • ¿Qué actividades realiza? • ¿A qué nivel socioeconómico pertenece? • ¿Cuál es su nivel de ingresos? • ¿Dónde está ubicado el público objetivo? • ¿Cuál es su estilo de vida? • ¿Qué hábitos tiene? • ¿Es mayorista, minorista, productor o consumidor final? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las necesidades insatisfechas? • ¿Cuáles deberán ser las características de los productos o servicios para poder satisfacer las necesidades de los potenciales clientes? • ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el bien o servicio ofrecido? • ¿Cuál sería la frecuencia de compra? • ¿Cuál sería el sistema de distribución más adecuado y eficiente?
¿Cuál es el comportamiento de mis potenciales clientes?	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué comprarían determinado producto o contratarían determinado servicio? • ¿Cuándo y en qué circunstancias adquirirían el bien o servicio? • ¿Cómo toman la decisión de compra? • ¿Es una compra por impulso? 	

Ilustración 21-5: Preguntas orientadas al análisis de la demanda

Fuente: (Zambrano, 2020).

Otra herramienta que forma parte del proceso de un plan de mercadeo, es establecer estartegias de marketing que permitan definir el como se va avenser un producto o servicio, asi como la

manera e la que se va a cercar y comincar con los clientes o consumidores, en la que debe cumplir el siguiente formato:

PLAN DE NEGOCIO	
ESTRATEGIA DE MARKETING	
1. Producto o servicio	
2. Política de precios (precio de venta y margen estimado de beneficio)	
3. Política de comunicación (acciones previstas de promoción para dar a conocer la empresa)	
4. Política de venta y canales de comunicación (sistema de comercialización y distribución del	

Ilustración 22-5: Estrategia de Marketing

Fuente: (Zambrano, 2020).

Plan de producción

A continuación: un plan de producción es aquella que está compuesta por el proceso productivo a utilizar dentro de una empresa o negocio, funciona como un mapa de procesos necesarios para la elaboración de productos o servicios. Es un plan a corto plazo y se debe adecuar a la actividad de la empresa.

PLAN DE NEGOCIO	
PLAN DE PRODUCCIÓN	
1. Descripción técnica del proceso de fabricación	
2. Necesidades técnicas y humanas (maquinaria, espacio de trabajo, personal, equipamiento informático...)	
3. Sistema de proveedores que intervendrán en el proceso	
4. Materias primas necesarias y coste	
5. Modo de aprovisionamiento	
6. Previsión de ventas	

Ilustración 23-5: Esquema de un Plan de Producción

Fuente: (Zambrano, 2020).

Plan Organizacional y Administrativo

El plan organizacional y administrativo es donde se define la organización de la empresa, la planificación de estrategias, para ello se propone las siguientes plantillas:

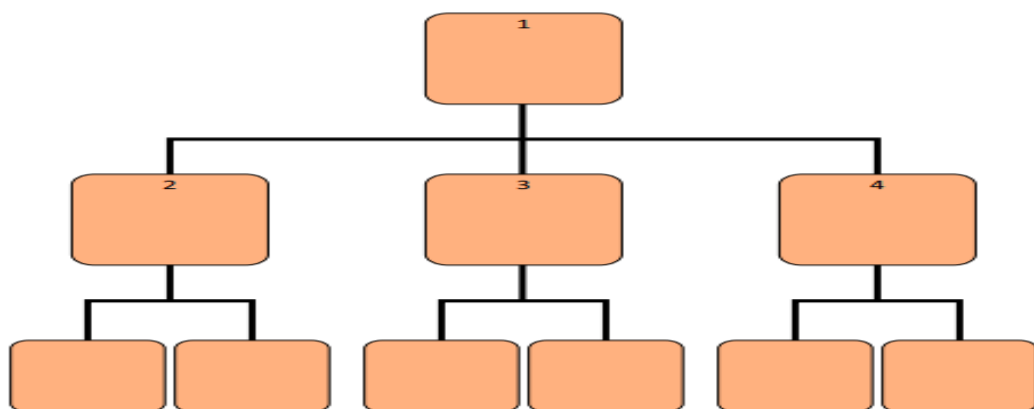


Ilustración 24-5: Estructura jerárquica

Fuente: (Zambrano, 2020).

Concepto	Descripción
Nombre del cargo	
A qué área pertenece o de quién depende	
Número de puestos de trabajo (personas necesarias)	
Formación requerida	
Años y descripción de la experiencia requerida	
Funciones	
Dedicación de tiempo (completo, medio o parcial)	

Ilustración 25-5: Descripción de cargos

Fuente: (Zambrano, 2020).

Análisis y planeación de respuestas de riesgos

En este paso el objetivo es identificar los posibles riesgos que pueden aparecer e incidir en la puesta de marcha del plan, a continuación, se propone como realizar este análisis:

Riesgo			Tipo	Probabilidad de ocurrencia	Impacto
Causa	Evento	Consecuencia			
1. Dado que el sector donde se ubicará la empresa es inseguro...	Podrían presentarse robos de la maquinaria y equipos	Lo que generaría que se frene la operación de la empresa.	Social	Probable	Catastrófico
2.					
3.					

Ilustración 26-5: Esquema de Matriz de análisis cualitativo de riesgo

Fuente: (Zambrano, 2020).

ID Riesgo	Respuesta
1.	Adquirir póliza de todo riesgo para equipo y maquinaria.

Ilustración 27-5: Esquema de respuesta ante riesgos

Fuente: (Zambrano, 2020).

Plan financiero

El plan financiero, contiene datos cuantitativos que definen la viabilidad real del plan, para ello se debe determinar: la inversión inicial, el financiamientos, costos e ingresos, que serán base para la evaluación financiera:

PLAN DE NEGOCIO	
INVERSIÓN INICIAL	
PLAN DE INVERSIÓN	
INVERSIÓN A LARGO PLAZO EN ACTIVOS FIJOS	
CONCEPTO	COSTE
Gasto de Constitución de la empresa	
INMOVILIZADO MATERIAL	
Terreno y bienes	
Construcciones	
Mobiliario	
Instalaciones técnicas	
Maquinaria	
Elementos de Transporte	
Equipos informáticos	
Compras y aprovisionamientos iniciales	
Otros...	
INMOVILIZADO INMATERIAL	
Investigación v Desarrollo	
Concesiones administrativas	
Aplicaciones informáticas	
Derechos de traspaso	
Anticipios para inmovilizados	
Otros...	
TOTAL INVERSIONES INMOVILIZADO	0
INVERSIÓN EN ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE EXPLOTACIÓN	
CONCEPTO	COSTE
Saldo medio en cajas o bancos	
Saldo medio en materias primas	
Saldo medio en productos en curso	
Anticipos o facturar por cobrar	
Otros...	
TOTAL EN ACTIVO CIRCULANTE	0
TOTAL INVERSIÓN (circulante+inmovilizado)	0

Ilustración 28-5: Formato de Cálculo de Inversión Inicial

Fuente: (Zambrano, 2020).

PLAN DE FINANCIACIÓN	
RECURSOS PROPIOS Y AJENOS	
CONCEPTO	COSTE
Capital aportado por la empresa	
Capital aportado por los socios	
Préstamos	
Subvenciones	
Otros...	
TOTAL FINANCIACIÓN	0

COMPRACIÓN	
TOTAL INVERSIÓN	0
TOTAL FINANCIACIÓN	0

Ilustración 29-5: Formato de Cálculo de Financiación

Fuente: (Zambrano, 2020).

Costo variable

Los costos variables componen los de: materia prima, insumos y embalajes son clasificados como costos variables en una industria, así como las mercaderías en las empresas comerciales. Aumenta cuando más se produce o vende y disminuye cuando se produce o vende menos.

Producto 1:				
Cantidad producida o comercializada:				
Concepto de costeo	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario Gs.	Costo Total Gs.
Materia Prima o Mercadería				
Insumos				
Mano de Obra				
Cargas Sociales				
Costo de comercialización				
Total de Costo				
Costo Unitarios				

Ilustración 30-5: Formato cálculo costo variable

Fuente: (Zambrano, 2020).

Costo fijo

Nº	Conceptos	Mensual Gs.	Anual Gs.
1	Salario del propietario y/o socios		
2	Salarios fijos (personal administrativo)		
3	Alquiler		
4	Teléfono línea baja		
5	Celulares		
6	Energía eléctrica		
7	Agua		
8	Internet		
9	Seguro		
10	Cable		
11	Mantenimiento / Limpieza		
12	Movilización administrativa		
13	Depreciación correspondiente al mes		
14	Previsión fraccionada de cuentas anuales		
15	Amortización de los costos pre operativos		
16	Otros (Imprevistos, cuotas de préstamos, etc.)		
Total Gs.			

Ilustración 31-5: Formato cálculo de costo fijo

Fuente: (Zambrano, 2020).

Después de realizar los cálculos de costos, se procede a realizar el estado de resultados en la que va a plasmar todos los datos antes calculados. Para así por último realizar el flujo de efectivo y proceder a los cálculos de indicadores financieros para evaluar la rentabilidad por medio de los siguientes: Tasa interna de retorno (TIR), Valor presente neto (VPN) y Periodo de recuperación de inversión (PRI).

Cronograma de implementación

Un cronograma sirve como base para poner en marcha el plan y del mismo poder evaluar, la cual debe contener: actividades, duración estimada de la actividad, costo de la actividad y los responsables.

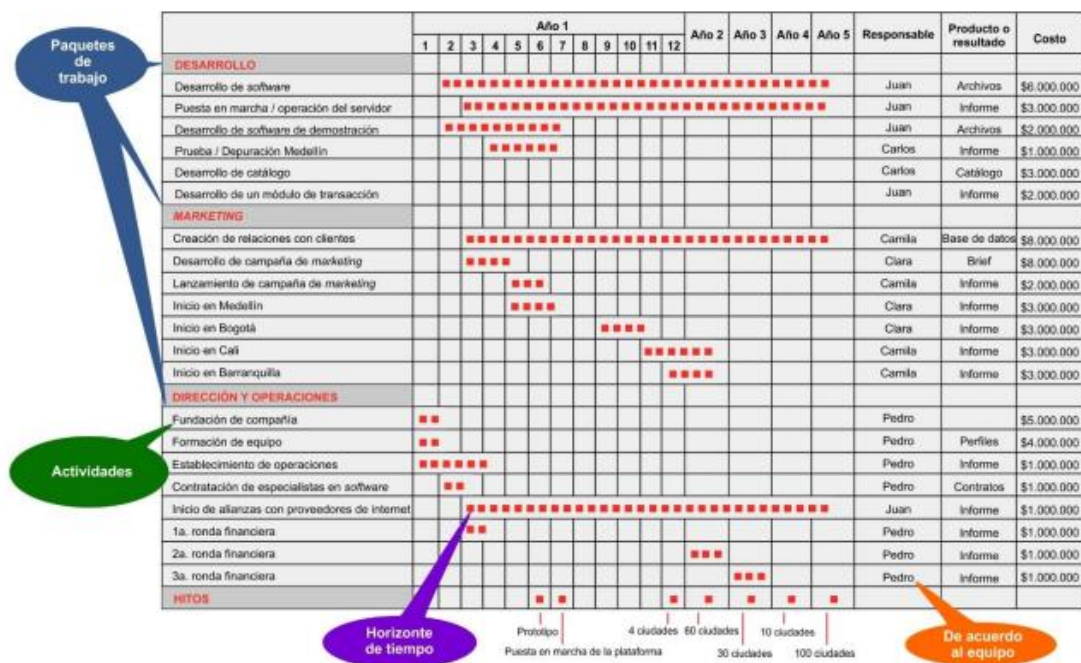


Ilustración 32-5: Ejemplo de cronograma de Implementación

Fuente: (Zambrano, 2020).

Resumen ejecutivo

Es el último paso donde se da a conocer de forma resumida el problema u oportunidad a atender, propuesta de valor, mercado y un resumen financiero.

Todos estos pasos componen un plan de negocio al que debe ceñirse si quiere aplicar en la empresa como una estrategia para mejorar las ventas e ingresos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES

- El sustento teórico de la presente investigación permitió conocer a profundidad los elementos y lineamientos conceptuales, bases para guía y apoyo durante el proceso de elaboración del estudio económico postpandemia a las pymes del cantón Riobamba, aquí se evidenció que la pandemia fue uno de los mayores sucesos mundiales que afectó a las empresas en general.
- Al recolectar los datos por medio de los instrumentos: entrevistas y encuestas, se pudo detectar que la pandemia COVID 19, dejó varias secuelas en las pequeñas y medianas empresas, lo que les ha dificultado recuperar sus ingresos o ventas después de dos años, los problemas a los que se enfrentan son la falta de apoyo gubernamental y asociatividad de las pymes, lo que les vuelve frágiles a los cambios imprevistos fundamentalmente en el ámbito económico.
- La estructuración de las estrategias en post de mejorar la economía y el crecimiento de la pequeñas y medianas empresas involucran aspectos relacionados con el flujo y manejo adecuado de caja, ampliación del mercado hacia nuevos nichos, acceso a financiamiento no tradicional, mejoras en el nivel de asociatividad y estructuración de un plan de negocios que brinden un verdadero soporte al estabilidad y desarrollo de las empresas.

RECOMENDACIONES

- Es recomendable que toda investigación se realice en base a un marco teórico que sirva como pauta para la elaboración de cualquier tipo de propuesta dependiendo de las necesidades o problemáticas que se pretenden resolver.
- Se recomienda que las empresas tengan más apoyo gubernamental en el aspecto jurídico, seguridad política que en la actualidad han sido factores de constante cambio y dificultad para el desarrollo normal de una actividad empresarial.
- Es recomendable la aplicación de las seis estrategias que se proponen en la presente investigación para garantizar la estabilidad, crecimiento y desarrollo de las unidades empresariales que interactúan en el cantón Riobamba, de modo de contar en el corto y mediano plazo con unidades empresariales sólidas, rentables y motoras de empleo y bienestar para los ciudadanos que viven y se desarrollan en Riobamba.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvaro, A. (2020). *Estrategias de Crecimiento Empresarial | Guía completa*. [Entrada de blog]
Recuperado de: <https://www.bizneo.com/blog/crecimiento-empresarial/>
- Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Recuperado de:
www.tesisconjosearias.com
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la Investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Recuperado de:
https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/3109/1/2022_Metodologia_de_la_investigacion_El_metodo_%20ARIAS.pdf
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica: una aproximación para los estudios de postgrado*. Recuperado de:
<https://elibro.net/es/ereader/epoch/171469?page=64>
- Banco Central del Ecuador. (2020). *La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *La pandemia por el COVID-19 generó una caída en el PIB de 6,4% de marzo a diciembre de 2020*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de-2020>
- Baque, M., Cedeño, B., Chele Johanna, & Gaona, V. (2020). Fracaso de las pymes: Factores desencadenantes, Ecuador 2020. *FIPCAEC*, 5(4), 3–25. Recuperado de:
<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/293/517>
- Barrenas, C. (2023). *Inversión*. Recuperado de: <https://aggeris-ventures.com/inversion/>
- BBVA. (2021). *Emprendimientos: ¿qué es el flujo de caja y cómo hacerlo?* Recuperado de:
<https://www.bbva.com/es/ar/salud-financiera/emprendimientos-que-es-el-flujo-de-caja-y-como-hacerlo/>
- Berrios, M. (2020). *¿Qué políticas pueden ayudar a las pequeñas empresas a superar la COVID-19?* Recuperado de: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_741889/lang--es/index.htm
- Bolsa de Valores de Quito. (2021). *Bolsa de Valores de Quito | ¿Cómo Invertir?* Recuperado de:
<https://www.bolsadequito.com/index.php/mercados-bursatiles/conozca-el-mercado/como-invertir>

- Cañete, N. (2020). *Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes?* [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/>
- Cárdenas, J. (2020). *Descubre el camino para digitalizar un negocio con estos 9 factores clave.* Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/digitalizar-un-negocio/>
- Carrillo, S. (2020). *¿Qué son las PYMES?* [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://blog.grupoenroke.com/que-son-las-pymes>
- Di Maggio, C. (2021). *Visión Pymes 2021: Perspectivas sobre Tecnología y Negocios en las pymes.* Recuperado de: <https://29a091327e69769bee81-b382e0ad064676417220b98837acc635.ssl.cf5.rackcdn.com/348.pdf>
- Editor Redes. (2022). *¿Se acabó la pandemia en Ecuador? Expertos contradicen a Lasso.* Recuperado de: <https://ecuadorchequea.com/se-acabo-la-pandemia-en-ecuador-expertos-contradicen-a-lasso/>
- European Knowledge Center for Information Technology. (2015). *Implementación de cloud computing.* Recuperado de: <https://www.ticportal.es/temas/cloud-computing/implementacion-cloud-computing/>
- Fred, D. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica.* Recuperado de: <https://laurabatres.files.wordpress.com/2018/06/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf>
- Fresno, C. (2019). *Metodología de la investigación: así de fácil.* Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/esepoch/98278?page=82>
- González, P. (2020). *¿Qué es Pyme?* Recuperado de: <https://www.billin.net/glosario/definicion-pyme/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hotmart. (2022). *¿Cómo elegir el nicho de mercado ideal para tu producto digital?* [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://hotmart.com/es/blog/como-elegir-un-nicho-de-mercado>
- IASB. (2016). *Documentos del IASB publicados para acompañar a la Norma Internacional de Contabilidad 7.* Recuperado de: http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/adjuntos/niif/11.%20ES_RedBV2015_IAS%207_PartB.pdf
- Ideas creativas. (2019). *Tienda online - Cómo crear una en Ecuador [Actualizado 2023].* [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://ideascreativas.com.ec/blog/tienda-online-pasos-para-crear-una-en-ecuador/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2021.* Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

- inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2020/Boletin_Tecnico_DIEE_2020.pdf
- Iruretagoyena, S. (2019). *Comercio electrónico*. Recuperado de: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196848.pdf>
- Lawrence, I., Alexandre, W., Motta De Castro, C., & Bezerra, E. K. (2014). Planeación y Gestión Estratégica de las TI. *REDCEDIA*, 2–184.
- López, D., Solórzano, S., Burgos, S., & Mejía, M. (2020). La economía de las empresas del Ecuador en el contexto de la pandemia. *Polo Del Conocimiento*, 5(1), 285–304.
- McDonald, J. (2022). *¿Se acabó la pandemia? Biden dice que sí, pero los científicos dicen que es discutible*. Recuperado de: <https://www.factcheck.org/es/2022/09/scicheck-se-acabo-la-pandemia-biden-dice-que-si-pero-los-cientificos-dicen-que-es-discutible/>
- Montaño, F. (2021). *Plan General de Contabilidad. ADGD0308*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/221037?page=41>
- Naciones Unidas. (2022). *La pandemia frenará la economía durante los dos próximos años, prevé el Banco Mundial*. Recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2022/01/1502402>
- OCDE. (2022). *El Producto Interno Bruto o Producto Interior Bruto (PIB)*. Recuperado de: <https://www.oecd.org/espanol/estadisticas/pib-espanol.htm>
- OMS. (2020). *Coronavirus*. Recuperado de: https://www.who.int/es/health-topics/coronavirus#tab=tab_1
- Perez, L., Perez, R., & Seca, M. (2020). *Metodología de la Investigación Científica*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/138497?page=217>
- Presidencia de la República de Ecuador. (2018). *Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción*. Recuperado de: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/Literal-3.-Reglamento-del-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Quintero, J. (2018). *Las PYMES en Colombia y las Barreras para su desarrollo y perdurabilidad*. (Ensayo de grado, Universidad Militar Nueva Granada). Recuperado de: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/17949/QuinteroReatigaJuanSebastian2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Redacción Computer Hoy. (2015). *¿Qué es y cómo funciona el crowdfunding?* Recuperado de: <https://computerhoy.com/noticias/internet/que-es-como-funciona-crowdfunding-22959>
- Rivera, I. (2017). *Principios de Macroeconomía: Un enfoque de sentido común*. Recuperado de: <https://files.pucp.education/departamento/economia/lde-2017-04.pdf>
- Rodríguez, Á. (2018). *Qué es el Bootstrapping (en el contexto de los negocios)*. Recuperado de: <https://angelrodriguez.guru/que-es-el-bootstrapping/>

- Rodríguez, R., & Aviles, V. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. *593 Digital Publisher CEIT*, 5-1(5), 191-200. Recuperado de: https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/337/521
- Runwal, P. (2022). *¿Terminó la pandemia de COVID-19?* Recuperado de: <https://www.nationalgeographicla.com/ciencia/2022/09/termino-la-pandemia-de-covid-19>
- Sánchez, J. (2018). *Análisis económico*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-economico.html>
- Santos, E., Geraldo, L., & Tito, P. (2022). *Metodologías y Herramientas de Investigación Científica*. Recuperado de: https://archive.org/details/metodologia_202203/page/n1/mode/2up?view=theater
- SAP. (2021). *La importancia de las PyMEs en el mundo post-COVID*. Recuperado de: <https://news.sap.com/latinamerica/2021/06/la-importancia-de-las-pymes-en-el-mundo-post-covid/>
- Sarmiento, M., Cardona, G., Sánchez, R., & García, J. (2018). *Elementos de economía: Cátedra de Economía y Administración Forestal: apuntes de clase*. Recuperado de: <https://fcf.unse.edu.ar/archivos/series-didacticas/SD-Elementos-de-economia-SARMIENTO-CARDONA-SANCHEZ-GARCIA.pdf>
- Secretaría General de Comunicación. (2020). *El presidente Lenín Moreno decreta Estado de Excepción para evitar la propagación del COVID-19*. Recuperado de: [https://www.presidencia.gob.ec/el-presidente-lenin-moreno-decreta-estado-de-excepcion-para-evitar-la-propagacion-del-covid-19/#:~:text=%E2%80%93La%20noche%20de%20este%20lunes,coronavirus%20\(COVID%2D19\).](https://www.presidencia.gob.ec/el-presidente-lenin-moreno-decreta-estado-de-excepcion-para-evitar-la-propagacion-del-covid-19/#:~:text=%E2%80%93La%20noche%20de%20este%20lunes,coronavirus%20(COVID%2D19).)
- Secretaría Técnica Planifica Ecuador. (2020). *Efectos de la emergencia sanitaria en las organizaciones de la economía popular y solidaria*. Recuperado de: www.planificacion.gob.ec
- Solórzano, S., & Alaña, T. (2015). *Planeación estratégica*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Superintendencia de Compañías, V. y S. (2022). *Ranking Compañías*. Recuperado de: <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>
- Valenzuela, F. (2022). *Guía completa para digitalizar una empresa en 2022 [+ Ebook + Infografía + Vídeo]*. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://factorialhr.es/blog/digitalizar-empresa/>
- Westreicher, G. (2020). *Estrategia*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Zambrano, A. (2020). *Guía para la elaboración del plan de negocios*. Recuperado de:
<https://repositorio.escuelaing.edu.co/bitstream/handle/001/1705/Gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20plan%20de%20negocio.pdf?sequence=2&isAllowed=y>



ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA

CARRERA DE FINANZAS



ESPOCH
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



ENCUESTA DIRIGIDA A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) QUE SE ENCUENTRAN ACTIVAS, EN EL CANTÓN RIOBAMBA.

Título: “Estudio económico del impacto postpandemia de las pymes en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2022.”

Objetivo: Conocer el impacto económico que ocasionó la pandemia COVID 19 en las pymes del cantón Riobamba durante el año 2022.

Le agradecemos el tiempo y la ayuda que nos brinde y le garantizamos la confidencialidad de la información.

Instrucciones: Lea detenidamente las preguntas, analice y conteste con la verdad (marque con una X).

Datos generales:

Tipo de empresa: Medianas Pequeña

Actividad económica: Comercial Industrial Servicios

Nombre de la empresa:

Giro del negocio:

Ubicación:

Responda a las siguientes preguntas:

1. ¿Considera que las medidas sanitarias pusieron en riesgo la continuidad de su negocio?

Sí No Tal vez

2. ¿En qué le afectó las medidas sanitarias? Marque todos los que precedan.

Disminución de ingresos y ventas.

Disminución o despido de personal.

Problemas de liquidez

Pérdida de mercado

Otros _____

3. ¿En qué porcentaje le afecto las medidas sanitarias por COVID 19 a sus ventas?

5%

25%

50%

100%

4. ¿Durante el periodo de restricciones o cuarenta, su empresa tuvo paros o cierres temporales?

Sí No

4.1. Si la respuesta fue sí: ¿Cuánto tiempo tardo su empresa en reanudar las actividades?

Menos de 30 días

Entre 30 y 60 días

Entre 61 y 90 días

Mas de 90 días

5. Actualmente: ¿Cómo calificaría la situación de su negocio?

Sano

Afectado pero estable

En declive

Situación crítica

6. En comparación con el año anterior: ¿Cuál fue la tendencia de sus ingresos?

Aumentó

Se mantuvo

Disminución

7. Según su análisis: ¿Qué progreso económico espera en su empresa en los próximos meses?

Bueno

Malo

Regular

8. ¿En qué basa Usted las decisiones en momento de crisis como las actuales? Marque todas los que precedan

- Planes o programas establecido con anterioridad
- Consejos que han aplicado otros empresarios dentro de su mismo ámbito.
- Información gubernamental.
- Medios de comunicación.
- Sentido común (empíricamente)
- Otro _____

9. En relación con las comunicaciones: ¿Qué decisiones tomó durante la pandemia y cuál de ellas las mantiene actualmente?

- E-commerce (tienda en línea).
- Marketing y comunicación digital.
- Una página digital acorde a las necesidades actuales
- Ninguna de las anteriores.

10. ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta ahora su empresa como consecuencia del COVID-19? Seleccione todas las opciones que correspondan.

- Insuficiente flujo de efectivo para mantener el personal y las operaciones comerciales
- No hay suministro de materias primas o se han vuelto muy costosas, interrumpiendo así las operaciones
- Los proveedores no pueden suministrar insumos.
- Los asociados comerciales se han visto muy afectados y no están operando con normalidad
- Los clientes se han visto afectados y la demanda es menor de lo normal.
- Otros: _____

11. ¿Qué acciones considera Usted que ayudarían actualmente a su empresa a recuperarse económicamente?

- Subvenciones públicas.
- Préstamos favorables.
- Aplazamiento del pago de impuestos

Nuevo paquete de medidas económicas (reducción de impuestos y contribuciones a los salarios).

Créditos con tasas bajas.

Otras: _____

ANEXO B: FICHA DE ENTREVISTA



ESPOCH
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CARRERA DE FINANZAS



**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PRESIDENTA DE LA CÁMARA DE LA PEQUEÑA
INDUSTRIA DE CHIMBORAZO.**

Título: “Estudio económico del impacto postpandemia de las Pymes en el cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, año 2022.”,

Objetivo: Recolectar información y conocer el impacto económico que ocasionó la pandemia COVID 19 en las pymes del cantón Riobamba durante el año 2022.

Nombre y Apellido del entrevistado:

Cargo del entrevistado:

Fecha:

1.- Actualmente: ¿Cuál es la situación económica de las empresas asociados a la cámara?

.....
.....

2.- ¿Cuál ha sido el impacto económico postpandemia en las empresas asociados a la Cámara?

.....
.....

3.- ¿Cuáles han sido los principales retos a los que se enfrentaron las empresas en el contexto de la pandemia?

.....
.....

4 ¿Cree que las decisiones que tomaron las empresas en medio de pandemia COVID 19 fueron adecuados para su desarrollo?

.....
.....

5.- ¿Qué aspectos positivos considera que dejó la pandemia COVID 19?

.....
.....

6.- ¿Cree Ud. que ha existido el apoyo gubernamental a las empresas para superar la crisis por la pandemia COVID 19?

.....
.....

7.- ¿Cuál es la perspectiva que tiene con respecto a los ingresos de las empresas asociados a la cámara en un futuro?

.....
.....

8.- ¿Que iniciativas considera que se debe aplicar en las empresas para fomentar el desarrollo económico de las mismas?

.....
.....



epoch

**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: 24 / 04 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: SHIRLEY JEANINE AGREDA CHONGO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.



0734-DBRA-UPT-2023