



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**GESTIÓN ESTRATÉGICA EN LAS MIPYMES COMERCIALES DE LA  
PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023.**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO**

**A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA**

**EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**Sandra Milena Cruz Bernardino**

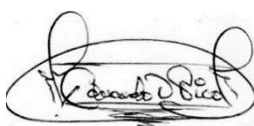
**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**2024**

### **Aprobación del profesor tutor**

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, “**GESTIÓN ESTRATÉGICA EN LAS MIPYMES COMERCIALES DE LA PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023**”, elaborado por la Srta. **SANDRA MILENA CRUZ BERNARDINO**, egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

**Atentamente,**



---

**Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.**

**Profesor tutor**

### **Autoría del trabajo**

El presente Trabajo de titulación denominado **“GESTIÓN ESTRATÉGICA EN LAS MIPYMES COMERCIALES DE LA PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **SANDRA MILENA CRUZ BERNARDINO** con cédula de identidad N° **2450562174**, declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena.



---

**Sandra Milena Cruz Bernardino**

**C.C. No: 245056217-4**

## **Agradecimientos**

En primer lugar, agradezco a Dios por haberme permitido culminar esta importante etapa de mi vida como profesional, por haberme dado sabiduría y entendimiento para afrontar cada obstáculo que se presentó a lo largo de esta etapa, por haberme cuidado y protegido siempre en cada paso que daba, por guiarme por el buen camino y así lograr terminar mi carrera universitaria con éxito.

Agradezco mis padres, quienes fueron, son y siempre serán mi pilar fundamental en mi vida, agradezco por el esfuerzo y apoyo brindado hasta el final de esta etapa, por sus consejos sanos y sabios.

Agradezco a Aarón José Cabrera Rosero, quien me apoyó y me animó a no rendirme y quedarme a mitad de camino, sino que persevere hasta la meta, agradezco por su comprensión y apoyo aún en la realización de este trabajo de investigación.

Agradezco a mi tutor el Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt., por guiarme de la mejor forma durante este trabajo investigativo, por su conocimiento impartido y experiencia junto a las correcciones del trabajo que me hizo durante las tutorías dadas.

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por darme la oportunidad de ser parte de la comunidad universitaria y por permitir nutrirme de todos aquellos conocimientos y aprendizajes académicos impartidos por los docentes de la Carrera de Administración de Empresas.

***Sandra Milena Cruz Bernardino***

## **Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo de investigación a mi Familia en especial a mi madre Alexandra y mi padre Alipio, por ser mi fortaleza en todo momento, aún en los más difíciles que eh tenido que pasar, por su paciencia y dedicación que me ofrecieron de principio a fin en esta etapa.

Así mismo, este trabajo investigativo se lo dedico a la comunidad universitaria en general para que lo expuesto en este documento sea de apoyo y guía en sus trabajos de investigación.

***Sandra Milena Cruz Bernardino***

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.**  
**Director de la Carrera**  
**Administración de Empresas**

---

**Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.**  
**Profesor Especialista**



Estado digitalizado por  
**EDUARDO VINICIO**  
**PICO GUTIERREZ**

---

**Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.**  
**Profesor Tutor**

---

**Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.**  
**Profesor Guía de la UIC**

---

**Lcda. Julissa González González**  
**Secretaria de la Carrera**  
**Administración de Empresas**

## Índice

Introducción .....	13
Objetivos .....	19
Objetivo general .....	19
Objetivos específicos .....	19
Capítulo I .....	23
Marco Referencial.....	23
Revisión de la Literatura .....	23
Desarrollo de teorías y conceptos.....	29
Variable: Gestión estratégica .....	29
Fundamentos legales .....	36
Constitución de la República del Ecuador.....	36
La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.....	36
Ley de Defensa del consumidor .....	36
La Ley de Compañías .....	37
Capítulo II.....	38
Metodología.....	38
Diseño de la Investigación .....	38
Métodos de la Investigación.....	39
Población y muestra .....	40
Población .....	40
Muestra .....	41
Recolección y procesamiento de datos.....	43
Resultados de la Prueba Alfa de Cronbach .....	44
Capitulo III.....	45
Resultados y Discusión .....	45
Análisis de resultados de las Entrevistas .....	45
Análisis de datos de las Encuestas .....	48
Encuesta dirigida a los Propietarios de las Mipymes Comerciales de la Parroquia .....	48
Discusión.....	86
Propuesta .....	88
Prólogo .....	88
Diagnóstico.....	89
Objetivos.....	92

Estrategias.....	92
Conclusiones .....	96
Recomendaciones.....	97
Referencias .....	98
Apéndice .....	103
Apéndice 1. Matriz de consistencia .....	104
Apéndice 2. Entrevista dirigida a Autoridades Competentes de la Parroquia Chanduy ....	105
Apéndice 3. Encuesta dirigida a los propietarios .....	111
Apéndice 4. Encuesta dirigida a los trabajadores .....	117
Apéndice 5. Cronograma de actividades.....	123
Apéndice 6. Evidencia Fotográfica .....	124
Apéndice 7. Validación de Instrumentos .....	125
Apéndice 8. Certificado Antiplagio .....	126



## Índice de tablas

Tabla 1. Población.....	40
Tabla 2. Muestra de Autoridades Competentes.....	41
Tabla 3. Muestra de Propietarios .....	42
Tabla 4. Muestra de trabajadores .....	42
Tabla 5. Alfa de Cronbach .....	44
Tabla 6. Género.....	48
Tabla 7. Edad .....	49
Tabla 8. Nivel de Instrucción .....	50
Tabla 9. Tiempo Laboral.....	51
Tabla 10. Gestión Estratégica .....	52
Tabla 11. Filosofía Empresarial .....	53
Tabla 12. Visión .....	54
Tabla 13. Misión .....	55
Tabla 14. Objetivos .....	56
Tabla 15. Valores Organizacionales .....	57
Tabla 16. Análisis Interno .....	58
Tabla 17. Análisis Externo .....	59
Tabla 18. Tecnología y Sistemas de Información .....	60
Tabla 19. Proyectos.....	61
Tabla 20. Estrategias .....	62
Tabla 21. Acciones .....	63
Tabla 22. Supervisión .....	64
Tabla 23. Seguimiento .....	65
Tabla 24. Evaluación.....	66
Tabla 25. Género.....	67
Tabla 26. Edad .....	68
Tabla 27. Nivel de Instrucción .....	69
Tabla 28. Tiempo Laboral.....	70
Tabla 29. Gestión Estratégica .....	71
Tabla 30. Filosofía Empresarial .....	72
Tabla 31. Visión .....	73
Tabla 32. Misión .....	74
Tabla 33. Objetivos .....	75
Tabla 34. Valores Organizacionales .....	76
Tabla 35. Análisis Interno .....	77
Tabla 36. Análisis Externo .....	78
Tabla 37. Tecnología y Sistemas de Información .....	79
Tabla 38. Proyectos.....	80
Tabla 39. Estrategias .....	81
Tabla 40. Acciones .....	82
Tabla 41. Supervisión .....	83
Tabla 42. Seguimiento .....	84
Tabla 43. Evaluación.....	85
Tabla 44. Análisis FODA.....	90
Tabla 45. Matriz CAME .....	91

## Índice de Figuras

Figura 1. Género .....	48
Figura 2. Edad.....	49
Figura 3. Nivel de Instrucción .....	50
Figura 4. Tiempo laboral .....	51
Figura 5. Gestión Estratégica.....	52
Figura 6. Filosofía Empresarial .....	53
Figura 7. Visión .....	54
Figura 8. Misión.....	55
Figura 9. Objetivos .....	56
Figura 10. Valores Organizacionales.....	57
Figura 11. Análisis Interno.....	58
Figura 12. Análisis Externo .....	59
Figura 13. Tecnología y Sistemas de Información .....	60
Figura 14. Proyectos .....	61
Figura 15. Estrategias .....	62
Figura 16. Acciones .....	63
Figura 17. Supervisión.....	64
Figura 18. Seguimiento.....	65
Figura 19. Evaluación .....	66
Figura 20. Género .....	67
Figura 21. Edad.....	68
Figura 22. Nivel de Instrucción .....	69
Figura 23. Tiempo Laboral .....	70
Figura 24. Gestión Estratégica.....	71
Figura 25. Filosofía Empresarial .....	72
Figura 26. Visión .....	73
Figura 27. Misión.....	74
Figura 28. Objetivos .....	75
Figura 29. Valores Organizacionales.....	76
Figura 30. Análisis Interno.....	77
Figura 31. Análisis Externo .....	78
Figura 32. Tecnología y Sistemas de Información .....	79
Figura 33. Proyectos .....	80
Figura 34. Estrategias .....	81
Figura 35. Acciones .....	82
Figura 36. Supervisión.....	83
Figura 37. Seguimiento.....	84
Figura 38. Evaluación .....	85



## **Gestión Estratégica en las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.**

**AUTOR:**

Sandra Milena Cruz Bernardino

**TUTOR:**

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

### **Resumen**

El presente trabajo investigativo denominado “La Gestión Estratégica en las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023” tuvo como objetivo general; Determinar la contribución de la gestión estratégica en base al diagnóstico situacional para el desarrollo de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena. La investigación se basó en un diseño de naturaleza no experimental con un alcance descriptivo y un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, los métodos que se emplearon en la investigación fueron analítico y deductivo. Tuvo como población para el respectivo, análisis la colaboración de las autoridades competentes de la parroquia Chanduy y la colaboración de los propietarios y trabajadores de las Mipymes comerciales a quienes se les aplicó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia de un 50% tanto de los trabajadores como los propietarios. Se utilizó entrevista a las autoridades competentes y encuesta a los propietarios y trabajadores, como resultado se obtuvo una escasez de gestión estratégica implicando falencias en las filosofías empresariales, tecnologías y sistemas de gestión, marketing, personal deficiente, atención al cliente, entre otros. En conclusión, se reveló que las Mipymes comerciales necesitan mejorar cada uno de sus procesos para que logren obtener un crecimiento sostenible en el mercado, para ello se recomienda la implementación del plan de acción donde se plantean estrategias eficientes.

**Palabras Clave:** Gestión Estratégica, Mipymes Comerciales, Filosofía Empresarial, Estrategias.



**Gestión Estratégica en las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.**

**AUTOR:**

Sandra Milena Cruz Bernardino

**TUTOR:**

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.

**Abstract**

The present investigative work called “Strategic Management in Commercial MSMEs of the Chanduy Parish, Province of Santa Elena, year 2023” had as its general objective; Determine the contribution of strategic management based on the situational diagnosis for the development of commercial MSMEs in the Chanduy Parish, Province of Santa Elena. This research was based on a non-experimental design with a descriptive scope and a mixed approach, that is, qualitative and quantitative, the methods used in the research were analytical and deductive. The population for the respective analysis had the collaboration of the competent Authorities of the Chanduy Parish and the collaboration of the Owners and workers of the commercial MSMEs, of which a type of non-probabilistic sampling was applied for convenience of 50% of both workers and owners. An interview with the competent authorities and a survey of the owners and workers was used, as a result the absence of good strategic management was obtained, implying shortcomings in business philosophies, technologies and management systems, marketing, poor staff, customer service, among others. In conclusion, it was revealed that commercial MSMEs need to improve the shortcomings found so that they can achieve sustainable growth in the market, for this the implementation of the action plan is recommended where efficient strategies are proposed.

**Keywords:** Strategic Management, Commercial MSMEs, Business Philosophy, Strategies.

## Introducción

Las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) son importantes por su desarrollo y asistencia en la aportación de la economía del país dependiendo de su tamaño y capacidad de productividad, es decir, las Mipymes pueden lograr crear trabajos, generar ingresos e inclusive un abastecimiento en lugares donde empresas grandes no han logrado llegar y mucho menos abastecer; según datos de la ONU las Mipymes representan entre 60% a 70% de empleos y un 50% del PIB (Producto Interno Bruto) a nivel global, por ende son consideradas como un motor clave para los gobiernos e instituciones financieras.

La gestión estratégica juega un papel fundamental dentro del tema, ya que es necesario que sean parte en el proceso y desarrollo de las Mipymes en el entorno empresarial actual, motivo por el cual las micro, pequeñas y medianas empresas representan significativamente en muchos países, sin olvidar que muchas de ellas van desarrollándose en base a innovaciones para una competitividad y sostenibilidad corporativas, hablando de un enfoque histórico la gestión estratégica se ha asociado con corporaciones grandes, teniendo como resultado el éxito y la estabilidad de las Mipymes comerciales.

A nivel mundial, las empresas desarrollan estrategias que consideran convenientes en tendencias globales, regionales y nacionales, influyentes al desempeño que les permiten trabajar de modo más práctico y eficiente en una sociedad globalizada. Internacionalmente se dice que las empresas pueden llegar a adaptarse en otros mercados a operar ya sea en otras culturas muy aparte de la propia, logrando cumplir las regulaciones y normas en aquellos mercados, pero que las Mipymes fomenten políticas y programas gubernamentales, para que alcancen el desarrollo esperado en todos los factores financieros, materiales, tecnológicos y de formación.

El entorno empresarial es caracterizado por ser una competencia ya sea por los avances tecnológicos e inclusive los constantes cambios que se presentan en el mercado sobre las necesidades y preferencias del consumidor, por lo que cada una de las Mipymes deben ser adaptativas, ágiles y eficientes para ir avanzando más, sin importar los cambios; ejecutando planes de acción y estrategias competitivas, efectivas en el mercado, teniendo en cuenta el límite de los recursos que poseen. Otro punto a destacar es que la gestión estratégica a nivel global también habla de aspectos como caracterización de oportunidades de mercado, la gestión de riesgos, innovación y tecnología, investigación y desarrollo, concluyendo con la construcción de ventajas competitivas sostenibles.

En Ecuador, según datos compartidos y extraídos de la página oficial actualizada del Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC (2022) revela que se encuentra existente un total de 863.381 empresas ecuatorianas establecidas y registradas hasta el año 2022, dentro del país, de cuyos datos extraídos se refleja que aquella que se encuentra en primer son las denominadas microempresas, quienes forman la columna vertebral de la economía ecuatoriana, con un total de 810.691 que equivale a un 93,86% de todas las empresas ecuatorianas, en segundo lugar se hallan las pequeñas empresas con un total de 38.291 empresas que equivale a un 4,43%, en tercer lugar están las medianas empresas con 1,19% equivalente a 10.262 empresas y; por ultimo quedan las 4.437 empresas grandes con un equivalente de 0,51%.

De esta manera se demuestra que la mayoría de las Mipymes surgieron de ideas creativas e innovadoras de personas emprendedoras y capaces pero en base una necesidad que se está viviendo o una oportunidad presentada para salir adelante y crecer con sus propios méritos logrando una fuente de ingreso para la familia, que aún frente a una crisis sanitaria y económica con desafíos sin precedentes que trajo consigo la pandemia de COVID-19 que sacudió a casi todo el mundo, que se presentó en el país entero, donde existió cierre totales de muchos locales y empresas pequeñas y grandes, no se rindieron ante la adversidad, sino que al contrario, gracias a su capacidad optaron por la innovación y la reinversión.

En el contexto económico de Ecuador, las Mipymes comerciales redimen el papel de generador de empleos y contribuyen significativamente al Producto Interno Bruto (PIB), en un ambiente empresarial distinguido por su diversidad en desafíos y oportunidades, la gestión estratégica se da a conocer como un factor determinante para el éxito y la competitividad sostenible de las Mipymes en Ecuador, que a medida que el país busca diversificar su economía y fortalecer su posición en el mercado global, la capacidad de estas empresas para adaptarse y competir eficazmente se torna esencial.

Sin embargo, las plazas de empleos tienen un papel esencial en el desarrollo económico y social del país aportando a las reducción del desempleo y a su movilidad, por lo que según las plazas registrados en el INEC, existen empresas que cuentan con un nivel limitado referente a estar proporcionando empleos, las microempresas tan solo cubren un 25,28%, las pequeñas empresas el 15,61% y las medianas empresas el 15,30% del total general de las plazas de empleos registrados, motivo por el que se asume que por insuficientes conocimientos sobre una gestión estratégica o las estrategias esenciales deficientes para las Mipymes muy poco han logrado desarrollarse, avanzar y crecer para prosperidad del país.

Dentro de la provincia de Santa Elena, cabe recalcar que es conocida por ser destacada en prestaciones económicas especialmente en las áreas de comercio, turismo y pesca. Su ubicación costera y su rica tradición en industrias han favorecido en gran medida al desarrollo económico local como la atracción de turistas tanto nacionales como extranjeros generando un flujo constante de ingresos y oportunidades comerciales, pero hablando sobre el tema relacionado a la gestión estratégica en las Mipymes, se puede indicar que el tema es considerado poco importante dentro de la provincia, por lo que muchas de las pequeñas y medianas empresas aplican este proceso de forma muy superficial y evidentemente se ve las consecuencias que inducen, al deterioro y cierre de los negocios dentro del mercado.

Siendo necesario e indispensable que cada uno de los locales de la provincia deben definir estrategias apropiadas que les permitan identificarse y marcar la diferencia frente a otros competidores, aprovechando las oportunidades emergentes que contribuyan al éxito y crecimiento sostenible. Un factor a considerar es que muchas de las Mipymes presentan inevitablemente inseguridad e incertidumbre a causa de nuevas ideas y creaciones de empresas que van surgiendo al pasar el tiempo, las cuales comienzan a lanzar productos al mercado afectando la participación de las Mipymes que ya se encontraban mucho tiempo antes.

Es decir, aparece una alta competitividad y en un entorno caracterizado por una creciente competencia formal e informal que requiere trazar un programa de gestión estratégica bien planificada evidente y que las micro, pequeñas y medianas empresas no cierren, quiebren y desaparezcan, ya que es lo que se enfrenta diariamente, sino que pueden conseguir y conservar su participación en el mercado cumpliendo con su rol para la economía del país. A través de la gestión estratégica se pueden identificar áreas de mejora en sus operaciones, detectar oportunidades emergentes y construir una base sólida para su sostenibilidad a mediano y largo plazo.

No obstante, otro de los inconvenientes que presentan estas Mipymes en la provincia es enfrentarse muchas veces a jactancias por error de encontrarse sumergidas en entornos regulares con los mismos métodos de siempre, quedarse estancadas en entornos empresariales rutinarios y conservadores con las mismas estrategias usuales que provocan que los procesos que se encuentran desarrollando sean obsoletos y disminuyan la productividad de toda la empresa, de tal forma que una gestión estratégica sería óptima para implementar, mediante cambios adecuados y nuevas oportunidades de mejorar la situación de las Mipymes con el fin de lograr los objetivos deseados.

El **planteamiento del problema** revela que la economía mundial en la actualidad está asistiendo y experimentando bastantes cambios por varios factores ya sea por barreras en la comercialización, las tensiones en las inversiones internacionales o los métodos de transformación de internacionalización de empresas. En Latinoamérica se presenta una situación compleja, según investigaciones lanzan datos alarmantes donde se dice que la mayoría de las Mipymes pertenecen o forman parte de las microempresas informales, por ende, en esta parte vienen a ser una demora para el desarrollo económico del país.

En Ecuador, a pesar de que ya pasó el tiempo donde se vio más afectado los factores socioeconómicos, aún la economía se encuentra lejos del punto de equilibrio donde debería estar, basándose en las Mipymes muchas de ellas no pueden afrontar un mercado diferente, tienen resistencia al cambio y a la adopción de nuevas prácticas y escasez de acceso a tecnologías y herramientas de gestión, por lo que lastimosamente existe un desaprovechamiento de oportunidades en el mercado y vulnerabilidad frente a la competencia que les hace que pierdan la dirección hacia el camino al éxito y logran cumplir apenas con sus objetivos, afectando también a la economía del país y en vez de ir avanzando se están quedando atascadas y limitadas.

No obstante, se puede manifestar que existe una escasez de planes estratégicos sólidos y una ausencia de implementación de los pocos planes existentes para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), por lo que muchas de ellas se encuentran limitadas por la ausencia de una visión estratégica que impiden fijar correctamente los objetivos a largo plazo. La aplicación de una gestión estratégica permitirá tener visión futura, conocer el estado de la empresa, integrar una mentalidad estratégica en la cultura empresarial, gestionar cada proceso que se realiza dentro de ellas a medio y largo plazo para una toma de decisiones acertada y oportuna.

Sin embargo, la formación de una gestión estratégica en las Mipymes en Ecuador no se encuentra exenta de desafíos, por lo que se puede presentar barreras en los costos iniciales al implementar un proceso estratégico que demanda una inversión de tiempo y recursos al igual que la complicación en el proceso suele ser abrumadora y agravar el proceso resistiendo a un cambio significativo, recalando que una gestión estratégica se debe trabajar en equipo y es un esfuerzo con sinergia, además requiere de una responsabilidad continua y segura de cada Mipyme ecuatoriana para conseguir un crecimiento y competitividad efectiva ante las necesidades y los desafíos futuros.



La provincia de Santa Elena lastimosamente cuenta con tan solo 10.409 empresas que equivale a 1.21% de un total de 863.681 empresas representativas del Ecuador, siendo unas de las provincias que se encuentran a niveles muy bajo en cuanto al número de empresas registradas por la INEC, sin embargo, otro detalle la cual marca significativamente el planteamiento del problema es que, de las 10.409 empresas, el 0,92% que equivale a 25.781 del total de plazas de empleos registradas referentes a la provincia de Santa Elena ocupando unos de los puestos más bajos de todas las provincias en generar empleos.

Por ende, al realizar una pequeña división entre el número total de empleos generados (25.781) para el número total de empresas registradas en la Provincia de Santa Elena (10.409), da como resultado que a tan solo 2 personas se les genera empleo y se les da la oportunidad de unirse y pertenecer a una de las Mipymes dentro de la provincia, derivando que existen problemas dentro de ellas ya sea por carencia de capacitaciones de conocimientos sobre gestión estratégica o la poca importancia que se le da al tema, por lo que lo único que consiguen son procesos no estructurados que no se encuentran alineados con los objetivos y presentan estancamiento y limitaciones en el crecimiento de las Mipymes.

Esto a su vez va impidiendo que sigan avanzando y desarrollándose las micro, pequeñas y medianas empresas para generar más plazas de empleo; por lo que permite llegar a la conclusión que la implementación de una buena gestión estratégica accederá a impulsar una proactividad en las Mipymes al igual que mejorando la generación de ingresos; al igual que la mejora en la competitividad para ayudar a identificar y capitalizar oportunidades en el mercado global y turístico de la provincia, también se habla de una sostenibilidad a mediano y largo plazo, así como la optimización de recursos, es decir, utilizar de manera más eficiente los recursos que se posee dentro de la provincia para evitar un desperdicio y mejorar la rentabilidad de las empresas comerciales.

Pero se debe tener en cuenta que dentro de la provincia también existe resistencia los cambios que impide la adopción de mejores prácticas estratégicas, el limitado acceso a asesoramientos y recursos necesarios para la gestión estratégica, disminuye las capacidades y competencias de las Mipymes, el enfoque tradicional con modelos operativos a corto plazo que impide la adopción de nuevos términos y procesos, es pertinente recalcar que la preparación y capacitación en conocimientos de gestión, estrategias, marketing y liderazgo son oportunidades para impulsar muchas Mipymes que podrían beneficiarse con la orientación adecuada y el seguimiento que contribuirá en el progreso y crecimiento de los negocios.

Cabe recalcar que en la Parroquia Chanduy, perteneciente a la provincia de Santa Elena, es conocida por poseer un puerto pesquero artesanal en el que se desarrollan varias empresas y microempresas que le dan poca importancia y relevancia al tema de gestión estratégica ya que han tenido muy pocas capacitaciones importantes sobre esta temática, que en ocasiones existen hasta dueños de negocios que tienen escasez de conocimientos sobre el tema de estrategias pensando que es poco significativo en el mercado y si alguna microempresa lo implementa lo aplica de manera incorrecta teniendo estrategias insuficientes que aportan levemente al crecimiento, productividad y competitividad de las Mipymes.

De modo que situaciones como esta conllevan a consecuencias grandes como la pérdida de oportunidades y un sitio en el mercado como también llegar al punto de cierre total de las microempresas. Otro de los factores negativos que se encuentra en el lugar de estudio es que muchas de las microempresas tienen miedo al cambio, a la innovación, a implementar nuevas herramientas tecnológicas que ayuden a una excelente gestión, por lo que se aprovecha muy poco las oportunidades que se les presentan, quedándose estancados y con una vulnerabilidad fuerte ante la competencia e inclusive se puede ver hasta el cierre de muchos locales comerciales en la parroquia.

Referente a la atención brindada a los clientes, se puede evidenciar la importancia que se requiere para brindar una excelente atención al cliente con el fin de crear experiencias únicas en cada Mipyme local, cosa que no se da en la mayoría de locales, porque se busca la lealtad de los clientes ya que es valiosa para las microempresas dentro del mercado, por lo que es necesario que los negocios planteen estrategias para cumplir con las expectativas y necesidades de los consumidores, pero además se busca satisfacer sus exigencias de tal forma que los consumidores actuales o los nuevos clientes busquen las mejores alternativas que puedan notar las diferencias frente a la amplia competencia existente.

En relación con la comunicación entre el cliente y los vendedores debe hacerse notar, es decir, existe una comunicación deficiente que limita a la Mipyme comprender las preferencias y gustos de cada cliente, ya que en ocasiones cuando los clientes suelen acudir a los locales no son bien atendidos y acogidos provocando que el ambiente sea tenso y desagradable para el consumidor, ya sea por tener trabajadores poco capacitados para crear relaciones sólidas y capaces de satisfacer lo que el cliente requiere. También se habla de una administración ineficaz en los locales porque la mayoría de los propietarios ejecutan sus actividades de forma empírica recalando que muchos de ellos tienen escasos conocimientos.

La **formulación del problema** aprueba el reconocimiento del problema central de la investigación, facilitando establecer el objeto del estudio, de manera que, en base a la problemática se manifiesta de la siguiente manera: **¿De qué manera la gestión estratégica contribuye al desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena?**

La sistematización del problema admite desglosar la interrogante general de la investigación en preguntas o interrogantes más específicas y pequeñas, pero siempre y cuando se encuentren relacionadas con la interrogante central, la cual se los expresa de la siguiente manera:

- ¿Cuál es la situación actual de las Mipymes comerciales en la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena?
- ¿Cuáles serían las estrategias que impulsen el desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena?
- ¿Cuáles estrategias se pueden proponer para mejorar la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena?

### **Objetivos**

Los objetivos son la razón por la cual se emplea la investigación plasmando lo que se pretende obtener del estudio, de manera que se orientan en la recopilación de información fidedigna.

#### ***Objetivo general***

Determinar la contribución de la gestión estratégica en base al diagnóstico situacional para el desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.

#### ***Objetivos específicos***

- Diagnosticar la situación actual en las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.
- Identificar las estrategias que impulsen el desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.
- Presentar estrategias efectivas que mejoren la gestión de las Mipymes comerciales en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.

La **justificación teórica**, Se direcciona más en que la gestión estratégica pueda lograr alcanzar el éxito de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas y que la misma pueda estar presente en los procesos sistemáticos que se desarrollan en las diferentes áreas y actividades de las Mipymes. Es necesario recalcar que tanto los directivos como los demás equipos de trabajo deben tener conocimientos previos de las actividades que ejecutan, ya que el éxito de la compañía depende mucho del desempeño de los colaboradores. (Rodríguez Chilán, 2022)

Por ende, una implementación de gestión estratégica sería eficiente y necesario dentro de cada mipymes en los diferentes factores que existen en general, recalcando los más importantes como son el merchandising de cada local comercial y la competitividad estratégica que necesitan las mipymes que ayudan en el desarrollo de competencias básicas y ventajas competitivas, permitiendo la permanencia en el mercado y crecimiento del negocio. Esto se lo realiza a través de la consolidación de habilidades, aprovechando las oportunidades presentes y atenuando los riesgos y amenazas existentes.

Poseer una visión en cada empresa es tener una imagen clara y futura de la Mipyme, donde refleje características y cada función dentro de los procesos a realizar en los locales comerciales, una imagen construida con motivación hacia los empleados que saben las actividades y responsabilidad en procesos a asumir; la visión estratégica debe manifestar que está construida para llegar a un liderazgo efectivo y alcanzar las metas que a su vez genera mayores probabilidades financieras.

Una visión estratégica conlleva una imagen global a largo plazo con el cumplimiento de los objetivos planteados y los métodos eficientes para su alcance y efectividad de los mismos, una visión también se encarga de orientar y dirigir las estrategias y sobre todo las decisiones que se toman dentro de la empresa siendo fundamental. (Ortega, 2023)

Es decir, una visión a largo plazo, provoca una mentalidad atizada al futuro en las Mipymes donde tomarían decisiones más centradas y enfocadas a los temas, evitando orientaciones reactivas o impetuosas que corren el riesgo de perjudicar el crecimiento de la misma. Otro factor importante sería una adaptación al cambio, las empresas que han decidido contar con procesos de gestión, disfrutan de importantes beneficios, sobre todo respecto a la competencia directa que no han implementado una gestión apropiada, como mayor capacidad de adaptación, crear una cultura empresarial que acepta el cambio como algo positivo, aumenta la productividad y eficiencia en base a la preparación, capacitación y entrenamiento del talento humano.

Mediante la **justificación práctica** se destaca, que en las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy es fundamental el poder implementar conocimiento e indagación sobre el tema de la gestión estratégica, para que, de esta manera, los emprendedores sepan la mejor forma de cumplir con sus objetivos de su micro, pequeña o mediana empresa con estrategias sostenibles y favorables ante las demás competencias dentro del mercado parroquial.

En primer lugar, cabe recalcar que dentro de la problemática en la parroquia Chanduy se habla de la ausencia de conocimiento e implementación de una gestión estratégica, motivo por la cual se justifica de manera práctica la introducción de conocimientos importantes tanto teóricos como prácticos a través de capacitaciones tanto a dueños, empresarios y trabajadores que formen parte de las Mipymes para que de esa manera se consiga una implementación eficiente y eficaz de la gestión estratégica que permita mejor desempeño en el crecimiento, productividad y competitividad de los negocios comerciales de cada comuna pertenecientes a la parroquia Chanduy.

Recalcando que, si existiere una implementación correcta de gestión estratégica en el negocio, se logra acoger procesos, métodos o alternativas eficientes para una buena toma de decisiones, optimizando un desarrollo continuo para que las microempresas pueden alcanzar ese crecimiento y competitividad que requieren. Al aplicar correctamente una gestión estratégica en cada una de las Mipymes daría beneficios favorables para el crecimiento sostenible de los negocios. Es necesario evitar o disminuir en los locales que por falta de conocimientos están llegando al punto de cierre total de los emprendimientos, dando un enfoque nuevo a las Mipymes, una nueva forma de ver el mercado competitivo donde se encuentran, a través de innovaciones estratégicas actuales para que logren aprovechar los cambios positivos que se presentan y aún más las oportunidades que se surgen en el mercado con una orientación hacia objetivos claros y medibles.

Aspirar que los locales comerciales de cada comuna no tengan miedo a los cambios a la implementación de nuevas herramientas tecnológicas, sino que con ayuda de estas estrategias se consiga alcanzar aquella satisfacción de sus clientes, con una mejor comunicación y atención hacia ellos comprendiendo sus gustos y preferencias, al igual que el aumento de las ventas diarias y el posible posicionamiento en nuevos mercados. La mejora en la toma de decisiones, que muchas veces por falta de conocimientos sobre estrategias y marketing, o el no saber cómo manejar las dificultades en el mercado competitivo, se toma decisiones equivocadas, teniendo como consecuencias el decrecimiento de su pequeña o mediana empresa.

Para el presente estudio se plantea la **idea a defender** de la siguiente manera: la aplicación de la gestión estratégica contribuirá al desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena. Recalcando que el presente trabajo investigativo denominado “Gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena, año 2023” se enfoca en descubrir de qué manera la gestión estratégica contribuye al desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, obteniendo información relevante para conocer si en la actualidad las Mipymes de la parroquia se encuentran aplicando estrategias sólidas y cuales son; a su vez poder detectar si son factibles y sostenibles o si presentan alguna falencia o problemática para analizar, de esa manera saber si las Mipymes se encuentran segmentación en el mercado y preparadas ante dificultades futuras.

La introducción, presenta el contexto general y la importancia del desarrollo de la investigación, seguido del planteamiento del problema donde se describe de manera clara y en forma macro, meso y micro el problema de la investigación para dar paso a la formulación de una pregunta central del problema y la sistematización del problema describiendo preguntas específicas. Luego se desarrolla el objetivo general y los específicos que se deben desplegar a partir de las preguntas qué, cómo y para qué; deben ser claros y alcanzables. Por último, se refiere a las razones sustanciales para la justificación de la investigación tanto teórica como práctica y la idea a defender.

El **capítulo I**, se destaca por contener el desarrollo del marco referencial con una revisión de la literatura de trabajos similares o en relación con el tema de investigación ya sean nacionales e internacionales, seguido del progreso de teorías y conceptos importantes dentro de la investigación y que surgen del cuadro de la matriz de consistencia. Finalmente, están los fundamentos legales en relación con el tema de estudio.

El **capítulo II** se enfoca en la metodología del estudio investigativo, que incluye el diseño de esta, que abarca el tipo de investigación, los enfoques y el alcance del trabajo; los métodos que se adaptan de forma mejor en el estudio; la población y la muestra seleccionadas para el trabajo y el procesamiento de técnicas, instrumentos y herramientas de recolección de información.

El **capítulo III**, destaca la presentación de tablas, gráficos y análisis e interpretación de datos obtenidos a través de su debida recolección consiguiendo un resultado válido, real y actualizado, también hace referencia a la discusión de los resultados donde se entrelazan investigaciones previas y teóricas relevantes, finalmente las conclusiones y recomendaciones.

## Capítulo I

### Marco Referencial

#### Revisión de la Literatura

Según Ayón Ponce et al. (2020), en el artículo publicado en la Revista Científica Dominio de las Ciencias, titulado **“Procedimiento para aplicar la Gestión Estratégica Organizacional en las PYMES de la ciudad de Jipijapa”** demuestra que como objetivo principal planteó desarrollar un procedimiento para la aplicación de la gestión estratégica organizacional en las pymes de la ciudad de Jipijapa, recalcando que en la actualidad todas las Pymes tratan de mantenerse y persistir en el mercado que cada vez es más competitivo, siendo esto lo que le permite acceder a los empresarios a tomar decisiones de una mejor forma y manera, la cual eleva el índice de los cuadros de desempeño, haciendo énfasis en lo fundamental que es una buena gestión estratégica organizacional ya sea de las pequeñas o medianas empresas (PYMES) situada en la Zona Sur de Manabí.

La metodología aplicada para esta investigación fue una investigación realizada a campo, comenzando desde la ejecución de una indagación de tipo cualitativa enfocada a directivos de estas Pymes de Jipijapa, todo esto fue con el fin de determinar y conocer cómo estas empresas tramitan tanto las Estrategia, Estructura, Cultura y Procesos, al igual que investigar sobre su relación con la aplicación de la gestión estratégica organizacional. De la misma forma dentro de la investigación se implementó una encuesta a 90 empleados y una entrevista a 30 propietarios o directivos de las pymes. Detectando que cada una de ellas carecen de una declaratoria de misión y visión dentro de su estructura organizacional.

En los resultados también se demuestran que las pymes tienen una ausencia de comunicación en distintas áreas, es decir, carecen de principios y valores organizacionales que son aquellas caracteres, dogmas ajustadas de cada organización que les admite tomar decisiones y definir la conducta del equipo de trabajo de cada una de las pymes, incluyendo una estructura de una misión, visión y objetivos tanto empresariales como personales que disminuyendo las expectativas de los colaboradores obteniendo una dificultad o un problema grande el desarrollo organizacional.

Como conclusión resalta que: en cuanto a los resultados obtenidos en el levantamiento de la información de las pymes es importante estructurar y establecer lineamientos para un plan de capacitaciones y así lograr establecer aspectos que actualmente carecen las Pymes, consideradas de preeminencia para un desarrollo de la gestión estratégica organizacional.

Según Cabico Muibo (2022), en el artículo publicado en la Revista Ciencia UNEMI titulado **“Gestión estratégica en las pequeñas y medianas empresas en Mozambique”** tiene como objetivo analizar la gestión estratégica adoptada por las pymes en Mozambique, además de investigar cómo estas empresas se desarrollan estratégicamente. La mayoría de las pymes en Mozambique no están estructuradas para tener una gestión estratégica sostenible, adaptándose al mercado de forma reactiva. La mayoría de estas empresas no son capaces de desarrollar estrategias que les otorguen una ventaja competitiva sostenible en el mercado en el que operan.

El artículo se elaboró desde un enfoque cualitativo, con alcance descriptivo, utilizando como técnica de recolección la revisión documental, y la búsqueda de datos se realizó a través de páginas como Scielo, Dianet, EBSCO, Elsevier, Emerald, Scopus, Google Scholar, Science Direct y Conricyt, usando para la búsqueda palabras claves relacionadas al tema. El proceso de búsqueda se complementó con operadores booleanos; la revisión sistemática de los artículos siguió un proceso de búsqueda de documentos relacionados con la gestión, gestión estratégica y las pequeñas y medianas empresas como base para no perderse en buscar otros documentos relacionados pero que no aportarán información detallada sobre el tema tratado.

Los resultados de la investigación indican que el crecimiento en el número de pymes en Mozambique no es satisfactorio, además, la mayoría de las pymes están adoptando actualmente la estrategia de mantenimiento o diversificación para evitar su desaparición en el mercado. Asimismo, ante la pandemia de COVID -19, las pymes en Mozambique buscan desarrollar sus negocios adoptando estrategias reactivas, como la introducción del comercio electrónico. La herramienta de análisis FODA es la más adecuada para las pymes por su facilidad de uso, por lo que el entorno empresarial continúa sufriendo cambios extremos que afectan a las pymes. Esta situación tendencial implica cambios en la gestión estratégica. Los cambios más importantes serían; los gerentes deberían revisar sus estrategias para adaptarlas a los cambios estratégicos dinámicos; las ventajas competitivas y rentabilidad de una empresa deben estar relacionadas positivamente con los atributos de sus recursos humanos, la formación sistemática y continua; las estrategias corporativas se han convertido en un documento sobre enfoques y procesos alternativos.

En conclusión, las pymes deben diversificar su estrategia corporativa hacia los mercados regionales y nacionales considerando aspectos internacionales; los gerentes deben hacer que los planes estratégicos se lleven a cabo a través de empleados.



Según Franco Coello y Cedeño Troya (2022), en el artículo publicado en la Revista Multidisciplinaria Desarrollo Agropecuario, Tecnológico, Empresarial y Humanista denominado **“Modelo de Gestión estratégica para el crecimiento económico de las Pymes comerciales de la Maná”** comienza revelando que hoy en día las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son consideradas un productor de fuentes de trabajo y desarrollo financiero en este mundo globalizado, por ende, se dice que requieren de unas bases ejecutivas para el desarrollo a través de estrategias que van proporcionando la toma de buenas decisiones, planteando la siguiente interrogante de la investigación: ¿Cómo contribuir al crecimiento económico de las pymes comerciales del cantón La Maná?, lo cual conllevará a diseñar un modelo de gestión estratégico para el crecimiento económico.

Esta investigación fue realizada en base a una modalidad tanto cuantitativa como cualitativa, aplicando los métodos teóricos y empíricos como inductivo-deductivo, analítico-sintético y sistemático estructural funcional, la técnica aplicada fue la encuesta dirigida a la población del cantón brindando información para el bosquejo del modelo de gestión estratégica que intensificará el desarrollo financiero del sector.

Se obtuvo como resultado la declaración de un bosquejo de gestión estratégica para el desarrollo de las Pymes comerciales. Recalcando que La Maná quedaría constituido por epígrafes ajustados al contenido epistémico del método de la ciencia administrativa: procedimientos de reconocimiento e interpretación contextual, instrucciones de contrastación teórica metodológica de modelos de distribuciones y razonamientos sistemáticos del proyecto transformador, procedimientos de contextualización práctica de estrategias gerenciales, procedimientos de aseguramiento de la calidad, siendo un bosquejo que se encarga de alinear las insuficiencias y las perspectivas corporativas que aprueben la evolución empresarial, el alcance de la propuesta presentada reside que en el momento de desarrollar un proceso de gestión estratégica, este se estipula a sistematizar la cimentación, implementación y monitorización invariable de las destrezas y por lo consiguiente la importancia de constar con parámetros que guíen la estrategia a contribuir al crecimiento organizacional.

En conclusión, se obtuvo que la mejor opción es la implementación de una nueva estructuración de un posible modelo de gestión estratégica para el desarrollo financiero que será las directrices de las pymes comerciales de La Maná el mismo que evolucionará y conlleva al desarrollo financiero, prometiendo excelentes productos y defendido por la industria alimenticio frecuente.

Se cita a Mejillones Chiriguayo (2022), quien en su Trabajo de Titulación denominado **“La Gestión estratégica y la productividad de las Pymes comerciales de la Provincia de Santa Elena”**, revela que el comenzar a analizar aquellos aspectos clave de las dos variables y determinar el manejo en las empresas, la misma que permitirá proporcionar una información importante y de mucha relevancia sobre la gestión estratégica y la productividad, lo cual accederá a que las personas que se encuentran al frente de la administración de las empresas puedan manifestar las falencias y al mismo tiempo de revelar nuevas estrategias de crecimiento que ofrezcan valor agregado a sus actividades y puedan mejorar su productividad.

Para la realización de la investigación se utilizó un tipo de investigación exploratoria utilizado para problemas que no están claramente definidos, y arreglar y mejorar todas aquellas limitaciones de información sobre la gestión estratégica. En cuanto a los métodos utilizados se optó por el método deductivo para tomar conclusiones generales, al igual que un enfoque mixto, puesto que se analizó la información recolectada de las variables, lo cual abarca un enfoque cualitativo consiguiendo especificar conceptos y teorías de la gestión estratégica y la productividad de las pymes. Era indispensable el uso del enfoque cuantitativo, porque se aplicó una encuesta para proceder al análisis de la información de métodos estadísticos.

Demostrando que los resultados hablan de la poca aplicación de la gestión estratégica en las pymes encuestadas, igual que se evidenció que hay limitaciones en el nivel máximo de su productividad. Declarando que a estos temas fundamentales como es la gestión estratégica no se les da la importancia necesaria para las gestiones empresariales. Por ende se debe establecer objetivos que lograr obtener la visión, misión y filosofía empresarial, al igual que establecer indicadores estratégicos, permitiendo evaluar el cumplimiento de las estrategias, con una herramienta de gestión estratégica adecuada para emplearla, finalmente se deben definir los períodos y métodos de seguimiento, mediante los cuales se mostrará el nivel de cumplimiento de las metas, pero si existiere un problema y no se cumple lo propuesto se debe realizar las debidas correcciones, y volver a empezar el proceso desde los estudios de la compañía.

En conclusiones se evidenció que la gestión estratégica se encuentra limitada en las pymes de la provincia de Santa Elena, con la ausencia de una misión, visión y objetivos y valores organizacionales, formando una orientación insegura del futuro de las empresas. No obstante, muchas de las pymes piensan que cuentan con una productividad buena, pero es evidente que el cumplimiento en el desarrollo empresarial se está viendo frustrado.

Se cita el Trabajo de Integración curricular denominado **“Gestión estratégica y competitividad en las Mipymes comerciales de la Parroquia Anconcito, Cantón Salinas, año 2022”** elaborado por Valencia Mero (2023), la cual se direcciona en enfocar y descubrir la gestión estratégica que manipulan las Mipymes de la Parroquia Anconcito, al igual de examinar aquellas falencias que muestran cada una de ellas, descubriendo si son competitivas en el mercado. Esta investigación se considera fundamental porque las Micro, Pequeñas y Medianas empresas son elemental en el desarrollo económico tanto para la provincia como para la Parroquia según el presente estudio, se determina como objetivo general poder establecer si la gestión estratégica adecuada en base a un análisis situacional contribuirá con la competitividad en las Mipymes comerciales de la Parroquia Anconcito del cantón Salinas.

El estudio investigativo obtuvo como alcance descriptivo porque admitió representar el entorno y la realidad en el sector donde se realiza, del mismo modo se utilizó un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo, también consta de dos poblaciones de estudio, recalando que son los dueños o propietarios de las Mipymes comerciales y clientes o consumidores más frecuentes a estos negocios, del mismo modo se revela que el estudio se manejó bajo una muestra tipo censal trabajada en los propietarios ya que se presentó un catastro de las Mipymes existentes en la actualidad otorgado por el GAD Municipal de Salinas, también un muestreo no probabilístico por conveniencia a los clientes de las Mipymes, este estudio contiene el método inductivo, deductivo y analítico. La recolección de la información fue por entrevista aplicada a las autoridades de la Parroquia y encuestas se aplicaron a los clientes.

Los resultados obtenidos en el trabajo investigativo pueden describir planteamientos para que sean consideradas por parte de los propietarios de las mipymes comerciales de la parroquia Anconcito; las MiPymes comerciales deben establecer una filosofía empresarial eficiente, es decir, misión, visión, objetivos y valores organizacionales para que puedan orientar el negocio, estrategias de marketing, control estratégico y dar capacitaciones a los propietarios referentes a una excelente atención hacia el cliente.

En conclusión, se contrasta en que las debilidades que estas empresas mantienen se han hecho muy poco para convertirlas en fortalezas, al igual que las amenazas en relación con las estrategias, los resultados reflejan que existe una ausencia en aplicaciones para un crecimiento empresarial y de acuerdo a los factores de competitividad no se analiza la competencia como debería ser, existiendo un limitado conocimiento sobre el tema de administrar las mipymes comerciales.

Se cita a Meléndez Llerena (2018), donde en su trabajo de tesis denominado **“La Gestión estratégica y su relación con la competitividad en las Pymes del centro comercial e industrial Gamarra”**, revela que el objetivo principal la investigación es lograr determinar la relación existente entre la gestión estratégica y la competitividad en las PYMES que se encuentran en el centro comercial e industrial Gamarra, todo esto con el fin de formar un modelo eficiente de competitividad la cual acceda a mejorar las ventas de las microempresas. El presente estudio investigativo se centró en la problemática de las dificultades que atraviesan estas PYMES del centro comercial e industrial Gamarra, de esta manera lograr establecer estrategias asentadas en la competitividad, al mismo tiempo de posicionarse frente a las demás y tener un buen desarrollo financiero. Recalcando que en muchas empresas hay limitaciones en aumento de sus ingresos económicos actualmente.

Dentro del estudio, la metodología empleada para lograr obtener información fueron entrevistas dirigidas a los responsables de 307 PYMES de Gamarra, a través de un cuestionario empleando la escala de Likert, todo con el fin de medir fácilmente su opinión y sus respuestas. La investigación también tuvo origen a un modelo no experimental por la ausencia de una manipulación del elemento causal para la determinación de su relación con los efectos, de igual forma se aplica un estudio descriptivo para gestionar defectos que apalearía la gestión estratégica en la competitividad de las PYMES, acompañado del diseño correlacional para conocer el grado de corporación que coexista entre la gestión estratégica y la competitividad de las Mipymes.

Como principal resultado se concretó que las PYMES del Emporio Comercial Gamarra que comercializan telas, basado en la percepción de sus trabajadores deberían efectuar estrategias para así perfeccionar los métodos, tal como se ha comprobado en el presente estudio que la gestión estratégica muestra una relación demostrativa con la competitividad en las PYMES del centro comercial e industrial Gamarra. Los resultados se fundamentan en que los datos recolectados por las encuestas demuestran que el 54.4% está de acuerdo y de acuerdo en que se deberían usar estrategias para mejorar los procesos y así ser más competitivos en el mercado.

Los procedimientos estadísticos aplicados lograron determinar que la gestión estratégica se relaciona significativamente con la competitividad en las PYMES y que mercantilizan telas del centro comercial e industrial Gamarra, debido a que el Rho de Spearman de 0.515 y una significancia de 0.000 consienta perpetuar con lo trazado.

## **Desarrollo de teorías y conceptos**

### ***Variable: Gestión estratégica***

Una gestión estratégica también puede precisar varios aspectos filosóficos con el fin de conseguir una mejora continua del negocio, la misma que permitirá obtener en primer lugar una visión a largo plazo, seguido de una misión, objetivos y valores como también se podría recalcar una imagen limpia y competitiva, teniendo en cuenta que la gestión estratégica conjunto a todos los factores nombrados son los que se encargan de trazar un curso de acción. (Noriega et al., 2018)

La gestión estratégica es conocida por ser representativa como un factor clave para poder establecer una filosofía empresarial eficientes que conlleva la visión a largo plazo, misión, objetivos y valores organizacionales obteniendo una ventaja competitiva que puede constar con beneficios económicos y con beneficios no económicos. No obstante, se declara que existen variedad de enfoques relacionadas con la gestión estratégica, que puede comenzar o salir desde un modelo de la primera fase de implementación hasta llegar a la fase del desarrollo total de la gestión estratégica de crecimiento y desarrollo en el mercado. (Quiñonez Guagua et al., 2020)

Una gestión estratégica permite coordinar y tomar decisiones a mediano y largo plazo, el planificar, organizar y ejecutar de mejor forma los procesos tanto operativos como administrativos para alcanzar los objetivos operativos y administrativos en las micro, pequeñas o medianas empresas, una gestión eficiente de estrategias beneficia a todos los niveles de las empresas e inclusive tiene en cuenta los recursos pertinentes para la elaboración de las mejores estrategias a largo plazo, de esa forma conseguir un mejor desempeño operativo y administrativos en los procesos de las empresas.

### **Filosofía empresarial**

La filosofía empresarial se lo considera un conjunto de factores esenciales la cual se encargan de identificar o representar a la empresa u organización, al mismo tiempo que direccionarlo hacia donde desea llegar, asimismo tiene la responsabilidad de que se desarrolle un núcleo de trabajo eficiente. (Ayala Farías, 2018). Para conseguir un lugar de trabajo más eficiente con un ambiente positivo donde cada equipo de trabajo demuestre sus destrezas y habilidades increíbles es necesario contener una filosofía que marque y diferencie a la empresa, que en ocasiones se refleja en la forma de guiar a los colaboradores y en toma de buenas decisiones. (Prado Figueroa et al., 2021)

Se conoce como filosofía empresarial al conjunto de principios elementales que guían a cada decisión tomada dentro de la Mipyme, también se los conoce como las bases esenciales que debe tener los locales comerciales para alcanzar sus objetivos fortaleciendo la relación con los clientes, obteniendo un mejor ambiente, cultura y valores en las mipymes; todo esto comenzando a establecer la misión, visión y valores que son parte fundamental de la filosofía.

*Visión organizacional.* - Una visión organizacional eficiente, clara y alcanzable es lo que toda empresa desea, la misma que permite que la empresa tenga un buen funcionamiento y dirección hacia un largo plazo; según investigaciones se revela que si existe carencia de una visión no se puede obtener un futuro prometedor. (Contreras Pacheco et al., 2021)

Consiste el tener claro hacia donde se desea llegar, por lo que debe contener motivación e inspiración para que los equipos de trabajo puedan tener interés y lograr cumplir con las actividades o procesos requeridos para llegar donde se pretende llegar; debe ser medible, atractiva, entendible y estratégica, obteniendo que cada miembro de los locales comerciales se dirijan hacia la misma dirección para ir alcanzando cada uno de los objetivos planteados.

*Misión organizacional.* - Se dice que la misión organizacional es la idea que hace mover a toda organización, si existe carencia de misión eficiente dentro de la organización, está limitado conocimiento de razón de ser de la entidad. (Arrogante Ramírez, 2022)

Ayuda a concretar que estrategias serían las más viables dentro de las Mipymes para alcanzar los objetivos, definiendo un plan de negocios eficiente. También se considera la razón de ser de la organización, identifica el motivo por el cual existe y sirve a la sociedad, que deberá hacer que se mantenga la identidad de la micro, pequeña o mediana empresa.

*Objetivos.* - Los objetivos de la empresa son ideas realizables, y son aplicables para conseguir una proyección futura de la empresa, a estos objetivos se los considera “fines” y a sus acompañadas estrategias se los considera “medios”, la cual es necesario que estos deben estar siempre alineados a la filosofía empresarial. (Arce Burgoa, 2010)

Son aquello que se desea alcanzar en las diferentes áreas o departamentos de interés como indicadores que ayudan a medir el desempeño, recalcando que una meta es a largo plazo, pero un objetivo es el proceso que se sigue para lograr esa meta convirtiéndose en un resultado futuro que se espera obtener, teniendo en cuenta los recursos disponibles y existentes de la mipyme al establecer estos objetivos que, no solo es el factor presupuesto sino también la capacidad del personal o el equipo de trabajo y la tecnología.

*Valores organizacionales.* - Los valores organizacionales son parte de los pilares fundamentales de la empresa, es decir una ética empresarial. La cual son los factores que definen y orientan el comportamiento de cada uno de los equipos de trabajo de la entidad, los colaboradores como los directivos de alto rango, sirve de guía para realizar las actividades de la mejor forma y manera, por ende, en toda entidad debe existir valores eficientes. (Arrogante Ramírez, 2022)

Al hablar de valores dentro de la empresa, se refiere a la ética empresarial, donde se revelan los principios a las metas organizacionales deseadas, pues que son las encargadas de orientar a la empresa, son aquellas guías que permiten a determinar la personalidad de la micro, pequeña o mediana empresa consiguiendo distinguirse ante la competencia. También se los considera como un soporte de la visión, misión y objetivos estratégicos la cual manifiestan la forma de ser y desarrollo.

### **Análisis de entorno**

El realizar un análisis de entorno tiene como fin de identificar como se encuentra o como está la situación actual tanto interno (fortalezas y debilidades) como externo (oportunidades y amenazas) tanto positivos como negativos y cuáles son los factores que influyen en ella, para que a partir de ahí se logren plantear e implementar estrategias eficientes ya sean estrategias de marketing para publicidad de productos, para lograr un crecimiento y desarrollo sostenible positivo para la empresa. (Vive, 2022)

Este análisis también es considerado un proceso donde se direcciona en verificar el entorno organizacional, para estar consciente de cuáles son los factores que están favoreciendo a la empresa y cuales son los factores que afectan a la misma, para poder establecer estrategias y mejorar todas aquellas falencias que están impidiendo alcanzar las metas propuestas para el éxito deseado de la empresa. Recalcando que el entorno de una empresa puede estar constituido por niveles como generales, operacionales e internos. (Lana, 2008)

Constar con un análisis del entorno, es constar con un método sistemático para identificar aquellos componentes que están afectando a las Mipymes ya sea de forma negativa o positiva, este análisis de entorno es de mucha ayuda para las empresas mucho más cuando se tiene planeado lanzar un nuevo producto o servicio al mercado con ayuda de herramientas o marco comunes como es el análisis FODA que conlleva los indicadores Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas o el análisis PESTLE que básicamente considera dimensiones clave como política, económica, social, tecnología, legal y ambiental.

*Análisis interno.* - Con un análisis interno de la empresa permitiría marcar sus fortalezas y debilidades internas, pero para implementarlo se requiere de recursos necesarios para determinar soluciones eficientes, estrategias que ayuden a mitigar las debilidades y potenciar las oportunidades. (Burin, 2018)

Este análisis interno se lo realiza con el propósito de saber si la empresa se encuentra preparada para dar un salto estratégico o si existen fallos, errores o tal vez áreas de oportunidad. Es decir, detectar puntos fuertes y débiles dentro de la empresa y entre las herramientas más utilizadas en este análisis interno es la denominada “cadena de valor” que se encarga de estudiar el desarrollo de las ventajas para afrontar a la competencia.

*Análisis externo.* -Este análisis se basa más en los factores que se encuentran en la parte exterior de la empresa ya sean las oportunidades que el mercado le está presentando a la empresa o incluso las amenazas que están siendo frente a la empresa y que muchas veces la empresa desconoce, por ende, este análisis permite constatar la situación actual y poder recopilar información viable para buscar posibles soluciones de mejora. (Cámara de Comercio de España, s.f)

Se establece factores estratégicos del entorno y manifiestan las posibles amenazas y oportunidades para la empresa, aquella información obtenida en el análisis externo ayuda a considerar el ambiente del entorno y poder observar esos factores pueden afectar al desempeño de la empresa tomando en cuenta el entorno económico, entorno político y legal, el entorno sociocultural, el entorno tecnológico, competencia, análisis de stakeholders y el análisis de proveedores y clientes.

#### Tecnología y sistema de información

*Sistemas de información.* – Es un acaparamiento de datos que pueden ser oportunas e importantes, es aquella herramienta de gestión que busca apoyar a alcanzar los objetivos y las estrategias de la empresa, no obstante, también facilita y provee datos informativos para mejorar el control en los diferentes procesos que se desarrollan dentro de la empresa, permitiendo la adopción de nuevos sistemas de gestión. (Hernández Trasobares, 2003)

Un sistema de información hace referente al conjunto de datos vinculados entre si como un software que ayudan a llegar hacia los objetivos de las mipymes o grandes empresas, muy significativo su aporte en la gestión y administración para lograr el uso de información de la mejor forma en los procesos o procedimientos dentro de la empresa.



*Tecnología de información.* – Es importante recalcar que la tecnología avanza cada vez más, siendo esta una herramienta que tanto los directivos como representantes de áreas o departamentos deberían utilizar para conseguir una mejora continua en los procesos internos de la empresa, que facilitaría la realización de muchas actividades en una forma más ágil, rápida y segura que antes se los consideraba complejas, el crecimiento de la empresa siempre va a ir de la mano con la tecnología y la innovación. (Clavel Maqueda y Cornejo Velázquez, 2014)

La tecnología de información cumple la función de poder implementar un modelo operativo más eficiente y sustentable en cada uno de los procesos de la empresa, ya que a medida que pase el tiempo la tecnología avanza, van existiendo nuevas herramientas inteligentes, por ende, las empresas debe efectuar estas nuevas herramientas, más innovadoras y ágiles con una mejora continua y actualización periódica para un mejor resultado en los métodos y procesos que se desarrollan dentro de la empresa y sean más competitivas y eficientes.

### **Formulación estratégica**

Una formulación estratégica hoy en día puede llegar a caracterizar la línea de los servicios o productos ofrecidos dentro del segmento del mercado, pero para obtener una formulación de estrategias efectivas se recomienda realizar un diagnóstico ya sea en el entorno interno o en el entorno externo de la empresa. Se puede recalcar que dentro de una formulación también se habla de corregir las debilidades, afrontar las amenazas, potencias las fortalezas y aprovechar las oportunidades del mercado. (Gutiérrez, 1999)

Esta formulación de estrategias es aquella fase que domina tres de los componentes clave que necesariamente se deben implementar con aptitud, integridad y claridad para que las estrategias que se vayan formulando y al momento de implementarlos en la cada uno de los procesos de la empresa entre las cuales están, el diagnóstico, la formulación y ejecución de estrategias. recalcando que antes de realizar la formulación de estrategias se debe realizar el análisis del entorno interno y externo. (Peñafiel Nivelá et al., 2020)

Una formulación estratégica es un proceso donde se concreta la dirección y los objetivos de la empresa de las diferentes opciones estratégicas, se considera el primer paso de la planificación estratégica, ya que es el responsable de actuar más efectiva y lógica. Una formulación también traza los segmentos del mercado y los canales de distribución teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades como sus oportunidades y amenazas pertinentes a la misión y visión de la empresa.

*Proyectos.* - La planificación de proyectos puede transformar la situación actual, es un conjunto relacionado a cada disposición y operaciones tratadas, dirigidas a una sola trayectoria intentando solucionar inconvenientes presentados en la empresa que impacta a los objetivos planteados. (Boixader et al., 2019)

Se lleva a cabo para alcanzar los objetivos planteados, delineado para encontrarse con inconvenientes y retos en el proceso aprovechando oportunidades en la formulación de estrategias. Estos a su vez, pueden guiar cada proceso de desarrollo y lograr impactos en economías particulares diseñados para cumplir objetivos.

*Estrategias.* - Las estrategias son conocidas como aquellos métodos que una organización implementa para mejorar procesos o sistemas de gestión dentro de la organización con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos deseados, pero al implementar estas estrategias se necesita saber si la empresa cuenta con recursos precisos. (Universidad Isabel I, 2022)

Si existe una estrategia bien definida se proporciona una adaptación a los cambios en los procesos que se realizan, es conocido como un plan o patrón de acción elaborado que integra las metas y políticas adoptado por una empresa que desea o necesita lograr sus metas y objetivos a largo plazo con estrategias para superar a la competencia y subir el número de consumidores.

### **Control estratégico**

El control es un proceso consecuente, recomendado para realizar periódicamente al monitorear el comportamiento del entorno interno y externo, el control estratégico se aplica para llegar a una revisión de las estrategias que se están aplicando en procesos o sistemas de la empresa, para lograr un rumbo corporativo eficiente. (Domínguez Menéndez, 2021)

Un control ordenado y estratégico direccionado a cumplir con los objetivos de la organización está asegurando que la implementación de estas estrategias sea efectuada de acuerdo a su planificación de la mejor forma y manera produciendo resultados esperados y deseados. (Durán Juvé et al., 1999)

Es un sistema que se basa en el planteamiento estratégico y que a su vez se encarga de establecer los respectivos puntos de referencia y métodos para medir la eficacia y certeza del logro de las metas estratégicas evitando desviaciones estratégicas y poder efectuar medios para alcanzar objetivos.

*Supervisión.* - Supervisar la implementación de estrategias va más allá que solo ver si se está cumpliendo o no, o si están llegando a las metas propuestas, sino que también significa el saber cómo va la situación en el mercado o la competencia, poder ver el contexto de la empresa, sus amplias macrotendencias que aún siguen afectando al mercado competitivo, no obstante, se puede indicar que también supervisa el propósito social de la empresa. (Rosa, 2022)

Es el conjunto de actividades que se desarrollan con la finalidad de lograr una máxima eficacia y satisfacción mutua, monitorea y evalúa de manera continua la implementación de las estrategias de la empresa para que haya una seguridad que se va a conseguir los objetivos estratégicos, entre algunos aspectos que se toman dentro de la supervisión están; la evaluación de resultados, alineación con la estrategia, monitoreo del entorno, retroalimentación continua, ajustes y adaptación.

*Seguimiento.* - El seguimiento es comprobar la eficacia, eficiencia y efectividad del progreso de los objetivos planteados, donde ya nos revela cuáles serían las mejores decisiones para proveer información oportuna, es necesario realizar este paso para aplicar una evaluación. (Flores Macías, 2017)

El seguimiento dentro del control estratégico es una herramienta de gestión para dar un debido seguimiento a la implementación de la estrategia y acciones para mejorar los procesos dentro de la empresa para luego dar paso a una evaluación. la misma que permite obtener una información fiable y conocer como está siendo implementadas aquellas estrategias necesarias en los procesos o si necesitan algún cambio o ajuste.

*Evaluación.* - La evaluación es el último paso que se debe aplicar cuando se está implementando alguna estrategia para mejorar los procesos de la empresa, esta evaluación muestra si se cumplen los objetivos estratégicos y todas las acciones propuestas para una buena implementación. (IICA, 2018)

Después de un seguimiento y control es necesario realizar una evaluación estratégica para ver y evaluar si se están cumpliendo los objetivos establecidos o no; no obstante, también se lo considera aquel procedimiento donde la empresa analiza y avalúa su posición actual, recursos, capacidades para efectuar las estrategias de una mejor manera y alcanzar las metas a largo plazo. En otras palabras una evaluación conlleva el conocer si la implementación que se esta ejecutando esta obteniendo los resultados que se esperaban o si existe algún error.

## **Fundamentos legales**

### ***Constitución de la República del Ecuador***

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008), destaca que;

**Art. 33.** – El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

### ***La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación***

Según la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020), dentro del **capítulo III en el fomento al emprendedor y creación de nuevos negocios**, demuestra los siguientes artículos:

**Art. 12.** Registro Nacional de emprendimiento. - El Ministerio rector de la producción creará el Registro Nacional de emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea conforme a los parámetros y características establecidas en el Reglamento de esta ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e innovación. Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrega en vigor de esta ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta ley. Para esto, el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

**Art. 20.** Educación Comunitaria Emprendedora. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados promoverán la creación de programas de desarrollo de competencias emprendedoras e innovadoras, en todos los niveles de desarrollo productivo y comunitario.

### ***Ley de Defensa del consumidor***

Según la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2022), se establece el siguiente artículo:

**Art. 4.** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos de la constitución política de la república, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes ítems.

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y acceso a los servicios básicos.
2. Derecho a recibir servicios de óptima calidad.

### ***La Ley de Compañías***

Según la Ley de Compañías (2020) demuestra que,

**Art. 2.** Sin perjuicio de lo previsto en normas especiales, hay seis especies de sociedades mercantiles, a saber:

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima;

La compañía de economía mixta; y,

La sociedad por acciones simplificada.

Estas seis especies de sociedades mercantiles constituyen personas jurídicas.

**Art. 143.** La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas,

De La Fundación De La Compañía

**Art. 146.** La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del Cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

## Capítulo II.

### Metodología

#### Diseño de la Investigación

En el desarrollo del diseño metodológico de la investigación se describen cuáles fueron los diferentes procesos empleados para llevar a cabo la recopilación de datos importantes, la cual asistieron de manera positiva en la evaluación y determinación de la contribución que tiene la gestión estratégica en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes) del ámbito comercial. Recalcando que la severidad metodológica aplicada no solo certifica la validez y confiabilidad de la investigación lograda, sino que permite obtener bases sólidas para la realización de un análisis profundo y significativo de los resultados.

El diseño de investigación utilizado en el trabajo de investigación fue de naturaleza **no experimental**, la cual permitió describir, examinar y comprender el objeto de estudio sin alterar o manipular las condiciones de este. La parte más ventajosa que consistió este diseño fue que es considerado muy flexible en todo el proceso de investigación, logrando determinar las causas principales del objeto de estudio y el efecto que tuvo. No obstante, la flexibilidad brindada por este diseño accedió a ajustar la metodología en a las peculiaridades y dinámicas procedente en la recopilación de datos.

El enfoque empleado en la investigación fue un **enfoque mixto**, donde se emplea tanto un enfoque cualitativo para lograr analizar y comprender de una forma más clara y sistemática el objeto de estudio, este enfoque permitió que oriente hacia la captura de las experiencias, ideas y procesos desde la perspectiva de los participantes, donde a través de herramientas y un enfoque cuantitativo para obtener una comprensión detallada y contextualizada en base a cantidades y dimensiones con un análisis e interpretación estadístico. La integración de ambos enfoques dentro de la metodología de investigación consintió tener confiabilidad en los resultados y una visión completa en la contribución valiosa a la gestión estratégica en las mipymes comerciales.

El alcance de la investigación aplicada fue **descriptivo** donde su principal propósito fue proporcionar una descripción minuciosa y completa para representar la realidad del entorno que fue elegido para el estudio investigativo, dando así una solución a la problemática presentada en el trabajo de estudio a través de análisis exhaustivo o registros existentes de dicho entorno de manera sistemática. Es decir, un alcance descriptivo puede incluir una descripción detallada, una observación y medición donde no existe ninguna manipulación de variable.

## Métodos de la Investigación

Los métodos empleados en un estudio investigativo aplican un conjunto de técnicas en donde orientan al investigador para manifestar y declarar la situación, siempre y cuando estén alineados a la investigación. Este punto se marca como parte fundamental para la realización y elaboración del presente trabajo investigativo de lo cual se da a conocer los métodos aplicados.

Se aplica el **método analítico** porque:

Mediante este método analítico se puede realizar un razonamiento lógico, por el cual, permite detectar características ordinarias de la población en general, hablando de algo más específico, la muestra de la investigación tiene como propósito el determinar la teorías de las observaciones actuales, este a su vez permite hallar un análisis más detallado y sistemático para manifestar de mejor forma los aspectos del problema planteado. (Trejo Sánchez, 2021)

Se basa en un análisis detallado y sistemático de los elementos del problema donde permite examinar cada uno de los aspectos que se encuentren relacionados con la gestión estratégica en las Mipymes comerciales, este análisis da la facilidad de analizar datos recopilados en el estudio ya sea estableciendo y examinando datos cuantitativos como cualitativos para lograr identificar componentes clave para llegar a un resultado eficiente y llegar a la presentación de estrategias efectivas.

Se aplica el **método deductivo** porque:

El método deductivo se direcciona por ir desde lo más complejo hasta lo más particular manifestando cada uno de las concepciones, definiciones, estatutos o reglas ordinarias que se encargan de determinar las posibles conclusiones o los posibles resultados y comprobar la validez de la misma ya sean casos individuales. La deducción siempre va a ser parte de un principio y proposición de carácter universal, la cual persigue la derivación para dar paso a la conclusión, estas premisas se logran fundamentar en los procesos de razonamiento necesarios en la investigación. (Romero Urréa et al., 2021)

Se ha utilizado el método deductivo, puesto que se deriva de como la gestión estratégica contribuye en las Mipymes comerciales y si se está aplicando en los diferentes locales comerciales de la Parroquia elegida, dando una explicación al problema que se ha planteado. Se basa en una lógica deductiva, aquella herramienta útil para las deducciones generales hacia un razonamiento lógico ya sea para ir descartando suposiciones, identificando contradicciones no válidas generalizando resultados en la investigación sobre la gestión estratégica.

## **Población y muestra**

### ***Población***

La población escogida para realizar las debidas encuestas y entrevistas del trabajo investigativo fue dada gracias a una base de datos proporcionada por la Sociedad Obrera de la Parroquia Chanduy, sin embargo, en la base de datos de las Mipymes comerciales existentes no se identifica el número de propietarios y el número de trabajadores de cada local, motivo por el cual se realizó un recorrido por las 14 comunas que forman la Parroquia para obtener la información deseada, al mismo tiempo de corroborar la información dada por la Sociedad Obrera; recalando que durante el recorrido en cada comuna, tan solo se tomó en cuenta las Mipymes comerciales que se encuentran inscritas y registradas en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

No obstante, una vez obtenido una información viable y actualizada tanto por la base de datos facilitada y los recorridos realizados en cada comuna, quedando la estructura de la población en la investigación de la siguiente manera; el presidente de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena, el Presidente de la Sociedad Obrera de la Parroquia de Chanduy y un Representante del GAD Parroquial encargado de regular el funcionamiento de las Mipymes comerciales de Chanduy, adicional a eso se requiere la participación de los propietarios de las Mipymes comerciales con cada uno de sus trabajadores.

**Tabla 1**

### ***Población***

<b>ESTRUCTURA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Presidente de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena	1	0,24%
Presidente de la Sociedad Obrera Chanduy	1	0,24%
Representante del GAD Parroquial	1	0,24%
Propietarios	171	41,01%
Trabajadores	243	58,27%
<b>TOTAL</b>	<b>417</b>	<b>100%</b>

*Nota: Registro de estructura de la población*



### **Muestra**

La muestra se define como la cantidad limitada o un subconjunto representativo que se extrae de una población y esta es electa para estudios y por lo consiguiente el análisis. es decir, que se obtiene una porción más pequeña de toda la población en general, pero esa pequeña parte se convierte significativa.

Dentro del trabajo investigativo el tipo de muestreo que se aplica las autoridades competentes como es el presidente de la federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena, al presidente de la Sociedad Obrera de la Parroquia Chanduy y el representante de GAD Parroquial es **censal**, ya que se necesita información conducente de ellos sin excepción, pero el tipo de muestra que se aplica a los colaboradores como los propietarios y los trabajadores de las Mipymes comerciales de la Parroquia es un **muestreo no probabilístico por conveniencia** por su forma de seleccionar a los colaboradores de manera más conveniente y rápida ahorrando tiempo, esfuerzo y recursos de la siguiente manera:

- Para las Autoridades Competentes de la Parroquia Chanduy pertenecientes a la provincia de Santa Elena se aplica una muestra censal donde sin excepción se necesita la información de cada uno de ellos.

**Tabla 2**

*Muestra para entrevista: Autoridades Competentes*

<b>ESTRUCTURA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Presidente de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena	Entrevista	1
Presidente de la Sociedad Obrera Chanduy	Entrevista	1
Representante del GAD Parroquial	Entrevista	1
<b>Total</b>		<b>3</b>

*Nota: Registro de estructura de la muestra de Autoridades competentes*

- A los propietarios de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, se aplica una muestra por conveniencia, utilizando un porcentaje de 50% dando un total de 86 participantes de los propietarios.

**Tabla 3***Muestra para encuesta: Propietarios*

<b>ESTRUCTURA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Propietarios	Encuesta	86
<b>TOTAL</b>		<b>86</b>

*Nota: Registro de estructura de la muestra de propietarios*

- A los trabajadores de las Mpymes comerciales, se aplica la muestra por conveniencia con un porcentaje de 50% dando un total de 122 participantes.

**Tabla 4***Muestra para encuesta: Trabajadores*

<b>ESTRUCTURA</b>	<b>INSTRUMENTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Trabajadores	Encuesta	122
<b>TOTAL</b>		<b>122</b>

*Nota: Registro de estructura de la muestra de trabajadores*

## **Recolección y procesamiento de datos**

La recolección de datos implica un proceso sistemático donde se va a recopilar la información relevante y necesaria, se hace uso tanto de técnicas como de instrumentos de recolección de datos de manera coherente y confiable sobre las Mipymes comerciales y que además accede analizar datos ya sea cuantitativos como cualitativos de forma clasificada.

Entre las técnicas que se aplicaron para la obtención de información y para luego un respectivo procesamiento de datos fueron las entrevistas y las encuestas.

Entrevista. – En una entrevista existe una mayor profundidad de la información provista, porque es una situación donde el entrevistador comienza a interrogar de una manera directa al entrevistado (cara a cara) llevando un control. Por ende, este tipo de técnica se encuentra dirigida especialmente para el presidente de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena, el presidente de la Sociedad Obrera de la Parroquia Chanduy y un representante del GAD Parroquial encargado de regular el funcionamiento de las Mipymes comerciales de Chanduy.

Encuesta. – Es un método sistemático de recopilación de datos donde concurre una menor profundidad de la información provista, sin embargo, al utilizarla se traza un inscrito de preguntas cerradas dando la facilidad de obtener datos precisos de una parte de la población o muestra escogida (gran cantidad de personas) a las que se le realizaron las encuestas. La técnica de la encuesta está focalizada en los propietarios y los trabajadores de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy.

Entre los instrumentos que se aplicaron para la obtención de información fueron la guía de entrevista y el cuestionario.

Guía de entrevista. – Es una guía o un formulario donde se anota toda la opinión del sujeto, estas pueden ser estructuradas, semiestructuradas o no estructuradas según la naturaleza de la investigación; se aplica siempre y cuando se utilice la técnica entrevista. Las preguntas realizadas al entrevistado suelen ser abiertas por lo que es obligación del entrevistador escuchar la opinión o experiencia del participante sin amonestación.

Cuestionario. – Se ejecuta únicamente a la muestra escogida para conocer la situación de las Mipymes comerciales; el cuestionario se aplica en el momento de realizar y poner en práctica la técnica de encuesta, ya que son preguntas elaboradas y estructuradas para una respuesta corta, sencilla pero precisa (cerradas).

**El procesamiento de datos** es el conjunto de acciones o actividades que se realizan para organizar y luego analizar e interpretar la información obtenida en el curso de recolección de datos para luego transformarlas en información viable y aprovechable.

Una vez realizada las respectivas encuestas y entrevistas, en la cual se va abordar información que sirva para el trabajo que se está realizando, se procederá a realizar la clasificación de datos que se ha obtenido, permitiendo que se pueda organizar la información y sea posible extraer soluciones significativas de las Mipymes comerciales de la Parroquia. Después se procede al análisis de datos, este paso es muy importante dentro del tratamiento que se le da a la información ya recolectada, puesto que permitirá conocer y demostrar información para poder cumplir con los objetivos planteados.

Las herramientas que se utilizaron en el procesamiento de datos luego de una recopilación de información fue la herramienta de la Plataforma Google Forms, que por medio de este instrumento lo primero que se hizo, fue formular las preguntas en esta plataforma para luego generar un link y compartirlo a todos los participantes elegidos para las encuestas, luego para procesar la información obtenida tanto de las encuestas y de las entrevistas que después son analizados e interpretados con el uso de la aplicación SPSS Statistics, cuyos datos reflejan los resultados de la investigación realizada.

### ***Resultados de la Prueba Alfa de Cronbach***

Esta técnica es aplicada a las debidas encuestas que se realizarán a los propietarios y trabajadores de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, la misma que fue sometida a una prueba estadística Alfa de Cronbach para poder establecer la fiabilidad del instrumento, obteniendo el siguiente resultado:

**Tabla 5**

#### *Alfa de Cronbach*

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach <sup>a</sup>	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados <sup>a</sup>	N de elementos
,884	,884	30

**Nota:** *Fiabilidad de los instrumentos*

## **Capítulo III.**

### **Resultados y Discusión**

#### **Análisis de resultados de las Entrevistas**

Las entrevistas fueron dirigidas a los presidentes de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena, la Sociedad Obrera de Chanduy y, el GAD Parroquial de Chanduy.

#### **1. - ¿Qué opina sobre la Gestión Estratégica de las Mipymes de la Parroquia Chanduy?**

Según las respuestas obtenidas de las entrevistas se puede definir que la Gestión Estratégica es de vital importancia para el desarrollo económico de las familias, donde su propósito es buscar el desarrollo de la Parroquia y el bienestar de los habitantes en la parte económica y social. Una buena gestión estratégica sería excelente para una buena economía local, que permitiría la generación de nuevos empleos y mejora de la calidad de vida para todos los habitantes de la Parroquia.

#### **2. - ¿Cree usted que cada una de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy cuentan con una Visión clara y alcanzable? ¿Por qué?**

Se cree que es importante y necesario establecer un visón para alcanzar a un corto, mediano o largo plazo el desarrollo de una empresa, porque si no hay una visión clara a donde quieren llegar, lógicamente que no se va a poder cumplir los sueños y anhelos en el futuro y sobre todo el bienestar de las familias sería incierto. Por ende, se necesita de una investigación compleja para detectar si las Mipymes Comerciales que existen en Chanduy cuentan realmente con una visión clara y alcanzable, ya que ha sido demostrado que muchas empresas han quebrado por la falta de educación administrativa y financiera.

#### **3. - ¿Cree usted que las Mipymes tienen una Misión clara y definida? ¿Por qué?**

Toda empresa debe tener como punto principal, la misión de servir y mejorar la calidad de sus productos para ser reconocidos y recomendados por los consumidores, tomando en cuenta que la mayoría de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy tienen escasa educación Administrativa, todas las que han pasado por circunstancias de cerrar sus locales han tenido una filosofía empresarial limitada, porque la misión es la "razón de ser" de la empresa. Sin embargo, la mayoría de las Mipymes nacen de idea o necesidad, pero pocas son las que poseen un alcance a largo plazo, esto se debe a que se improvisa la actividad comercial y cierran por la carencia de nuevas ideas o mejorar el producto que se ofrece.

**4. - ¿Han realizado algún análisis interno de fortalezas y debilidades para buscar estrategias y mejorar los procesos de las Mipymes?**

Hasta en la actualidad, en la Parroquia Chanduy no se ha realizado ningún análisis interno profundo y exhaustivo de las fortalezas y las debilidades que poseen las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales (Mipymes) para que de acuerdo a eso se puedan iniciar a desarrollar estrategias eficientes y poder aplicar a las empresas. Por ello, es recomendable realizar un análisis correspondiente. Se cree que un análisis interno de fortalezas y debilidades puede permitir revelar aspectos que necesitan una mejora continua, pero que lastimosamente no se han aplicado dentro de la Parroquia por lo que puede ser que sea uno de los problemas que los obligan a cerrar temporalmente sus negocios.

**5. - ¿Cómo describe el impacto que tienen las Mipymes Comerciales en el desarrollo y crecimiento de la Parroquia Chanduy?**

Son de vital importancia, por ende, si existe un buen manejo de los negocios dentro de la parroquia puede existir un mayor el crecimiento tanto económico (genera ingresos y riqueza en la comunidad) como social (desarrollo como habitantes y más espíritu emprendedor), significativos para el desarrollo económico de las familias que no poseen una fuente de trabajo estable, adicional se explota las condiciones que ofrece la sociedad para presentar algún tipo de negocio frente a las necesidades que se presenten. Sería espectacular si hubiera un desarrollo y crecimiento sostenible grandioso en la Parroquia porque generan empleo y dan servicio a la comunidad y esto da paso a una mejor calidad de vida.

**6. - ¿Qué opina usted sobre la implementación de herramientas tecnológicas y sistemas de información en las Mipymes Comerciales?**

Es sumamente importante porque hoy en día la tecnología es la revolución del futuro y eso permite que las empresas sean más eficientes en todo sentido. Cada uno de los negocios deberían implementar nuevos sistemas de información o deberían utilizar herramientas tecnológicas avanzadas, ya que el tiempo pasa y la tecnología también va en avance, y sobre todo porque también estas herramientas facilitarían más los procesos que se realizan dentro de las Mipymes de la Parroquia. No obstante, es un temor de difusión de rápido alcance para la promoción del bien o servicio que ofrecen las Mipymes, de tal forma al usuario o cliente le favorece obtener información del producto, características y comentarios a favor o en contra de lo que desea adquirir.

**7. - ¿Por qué cree que muchas de las Mipymes Comerciales se van a la quiebra o cierran temporalmente?**

Se dice que, por la carencia de proyección a futuro, el déficit de inversión económica y finalmente por no innovar de manera correcta sobre los productos que ofrece. También se puede redactar que, por falta de conocimientos empresariales, financieros, es decir que necesitan y requieren capacitación en todos los sentidos (áreas); que por falta de conocimiento es imposible mantener a los negocios en el mercado. Los cierres temporalmente pueden ocasionarse por una ausencia de estrategias.

**8. - ¿Qué opina sobre la implementación de estrategias eficientes para una mejora continua en las Mipymes Comerciales?**

La implementación de estrategias eficientes para una mejora continua en las Mipymes Comerciales sería excelente, porque se vería un cambio positivo en las Mipymes, tal vez tengan cambios positivos como más innovadoras, creativas y logren volverse estables en el mercado sin ningún problema o riesgo; que al pasar el tiempo se puedan mantener y por ende genere cambios a nivel económico más rentables en toda la Parroquia Chanduy.

**9. - ¿Qué estrategias sugeriría implementar para lograr desarrollo sostenible en las Mipymes Comerciales?**

Serían estrategias de capacitaciones o talleres gratuitos de innovaciones o marketing dirigida a los dueños y trabajadores de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, también la existencia de capacitaciones para jóvenes que deseen emprender un nuevo negocio en el mercado que hoy en día se encuentra más competitivo y puedan mantenerse en el mercado. No obstante, se podría hablar de capacitación continúa ya sea sobre financiamiento, manejo de recursos, e innovación y marketing; estas capacitaciones serían repartidas por personas preparadas profesionalmente con experiencias.

**10. - ¿Existen programas de capacitaciones para propietarios o colaboradores de las Mipymes Comerciales?**

No, pero los gobiernos autónomos en menor escala impulsan ciertos programas de capacitación, pero sin que se lleve una continuidad en la formación. Es decir, no existen programas de capacitaciones para los propietarios o colaboradores de las Mipymes Comerciales y si se presentan alguna oportunidad de iniciar estos programas pues la mayoría son pagadas, por ende, las dejan pasar por no querer invertir.

## Análisis de datos de las Encuestas

### Encuesta dirigida a los Propietarios de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy

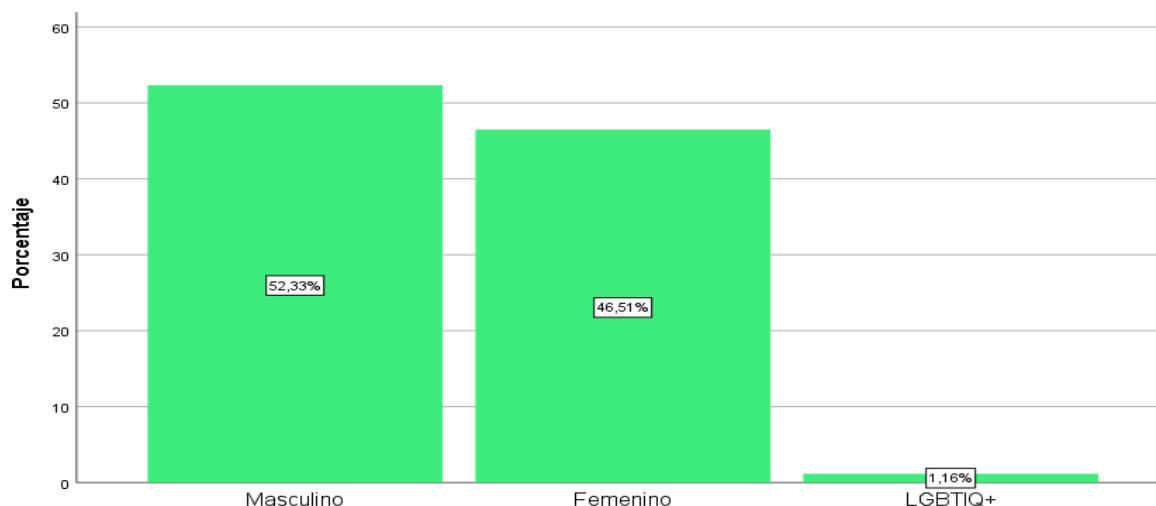
**Tabla 6**

*Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Masculino	45	52,3	52,3
	Femenino	40	46,5	46,5
	LGBTIQ+	1	1,2	1,2
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 1**

*Género*



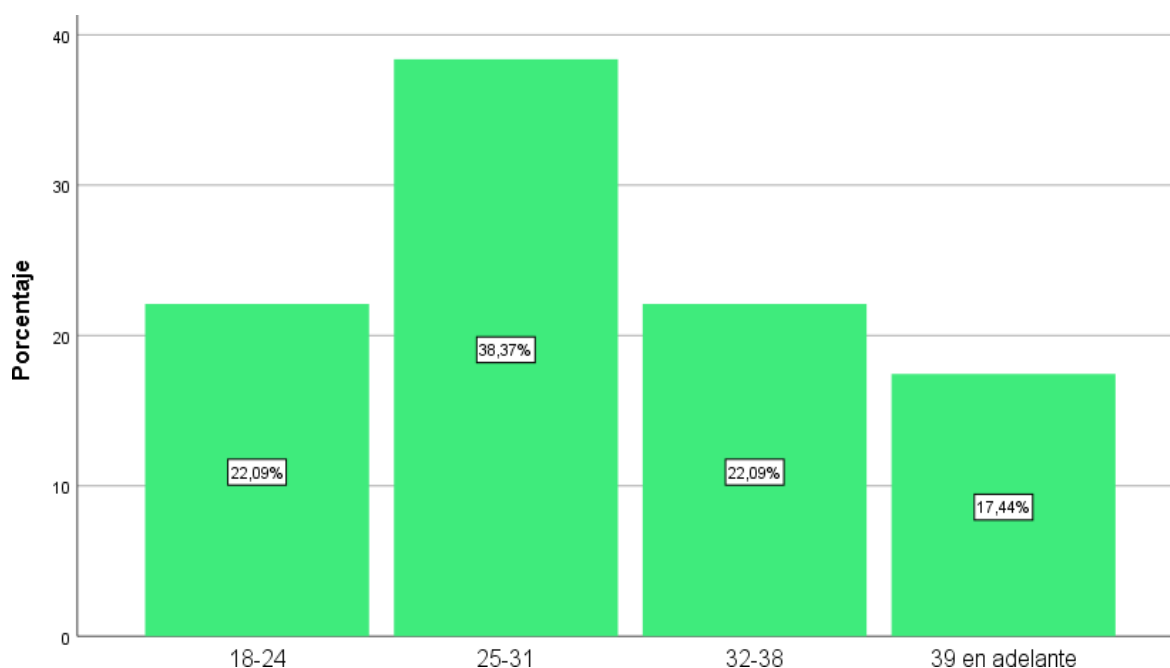
**Nota:** Registro del Género de los Propietarios.

Mediante los datos obtenidos de la recolección de información en la Parroquia Chanduy, revela que el Género Masculino es el que prevalece con un alto porcentaje, dando a entender que existe una gran cantidad de hombres emprendedores en la Parroquia Chanduy capaces de salir adelante y crear sus propios negocios; no obstante, no se puede ignorar el Género Femenino que también consta con un porcentaje significativo, donde mujeres emprendedoras salen adelante sin importar su género, así mismo el Género LGBTIQ+ que tiene el mismo nivel de importancia y veracidad, facilitando la obtención de información para la investigación.



**Tabla 7***Edad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	18-24	19	22,1	22,1
	25-31	33	38,4	38,4
	32-38	19	22,1	22,1
	39 en adelante	15	17,4	17,4
	Total	86	100,0	100,0

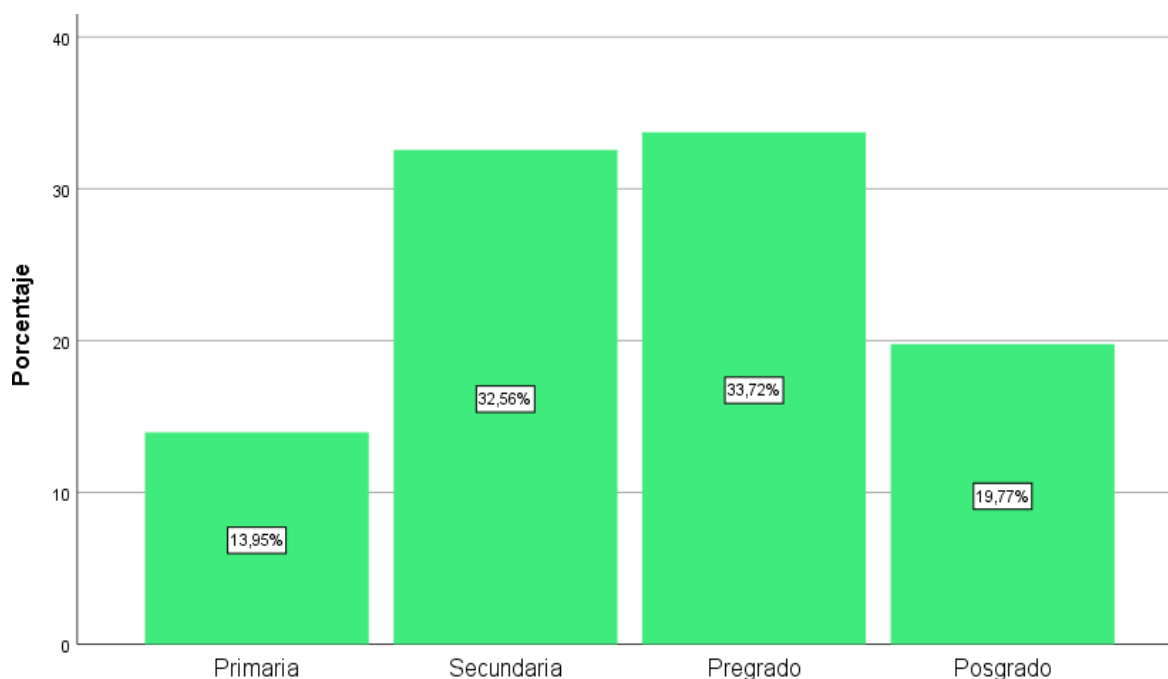
**Figura 2***Edad*

**Nota:** Registro de la Edad de los Propietarios.

En base a los rangos de Edad que se plantearon para la recolección de datos, se conoce que el porcentaje mayor de recaer en el rango de edad entre 25 a 31 años, demostrando que la Mayoría de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy son establecidas por personas jóvenes con habilidades y destrezas importantes, por lo cual por parte es una ventaja para los negocios porque si son jóvenes tienen la capacidad de ser innovadores, hábiles y pueden receptar capacitaciones para mejorar sus habilidades y manejo de los negocios; no obstante, el rango que le sigue es la edad entre 25 a 31 años de edad que también son considerados personas jóvenes y capaces de emprender.

**Tabla 8***Nivel de Instrucción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Primaria	12	14,0	14,0
	Secundaria	28	32,6	32,6
	Pregrado	29	33,7	33,7
	Posgrado	17	19,8	19,8
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 3***Nivel de Instrucción*

**Nota:** Registro del nivel de Instrucción de los Propietarios.

Según datos relevados en la figura 3, sobre el registro de nivel de Instrucción, donde la mayoría de los propietarios que conforman las Mipymes han completo los estudios de pregrado o están por obtener este nivel de Instrucción con un porcentaje significativo 33,72%. Al igual que existen propietarios que ya han alcanzado su nivel de Instrucción Secundaria, quienes dirigen la mayoría de los negocios son capaces y preparadas profesionalmente. Además, se revela que son muy pocos los propietarios que tan solo cuentan con un nivel de Instrucción de primaria.

## ¿Cuánto tiempo lleva operando su Mipyme comercial en la Parroquia Chanduy?

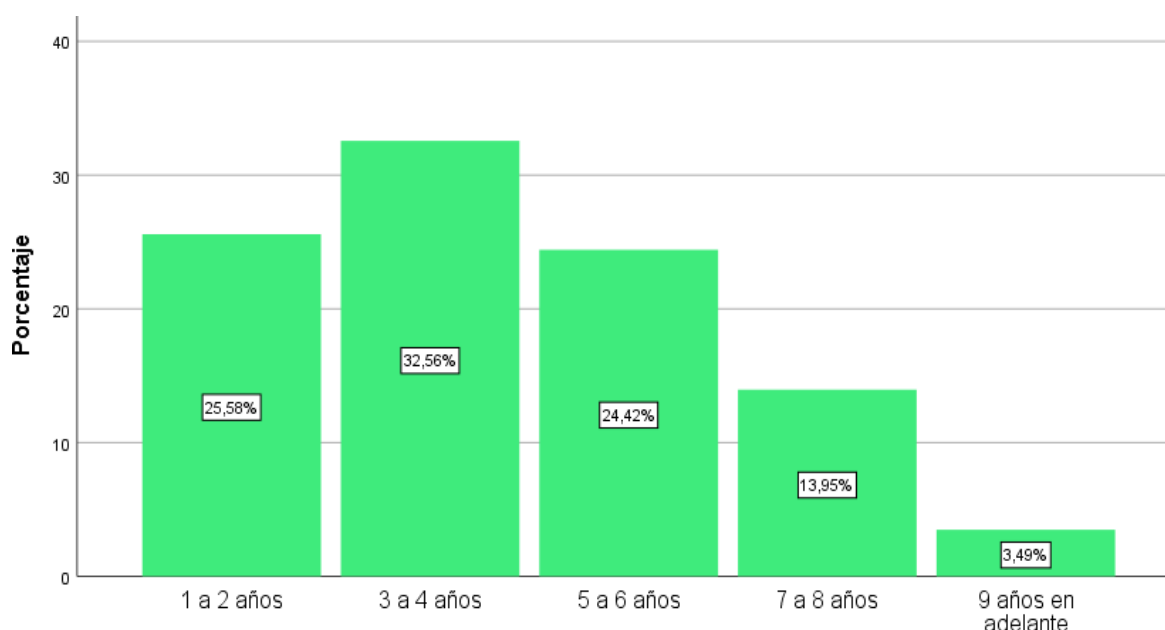
**Tabla 9**

*Tiempo Laboral*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	1 a 2 años	22	25,6
	3 a 4 años	28	32,6
	5 a 6 años	21	24,4
	7 a 8 años	12	14,0
	9 años en adelante	3	3,5
Total	86	100,0	100,0

**Figura 4**

*Tiempo laboral*



**Nota:** Registro del tiempo laboral de los Propietarios.

Como se demuestra en la figura 23, en relación del tiempo laboral de los propietarios de las Mipymes Comerciales, la barra que hace diferencia significativamente es la de 3 a 4 años, puesto que los propietarios han tratado de mantener sus negocios estables en el mercado, pero también está la existencia de propietarios que sus negocios tan solo llevan de 1 a 2 años en el mercado. Sin embargo, se debe recalcar que existe un porcentaje mínimo de propietarios que han sabido cómo reaccionar junto con su equipo de trabajo ante riesgos y amenazas y debilidades a lo largo del tiempo.

## 1. - ¿Qué estrategias considera importante para una buena gestión estratégica en su negocio?

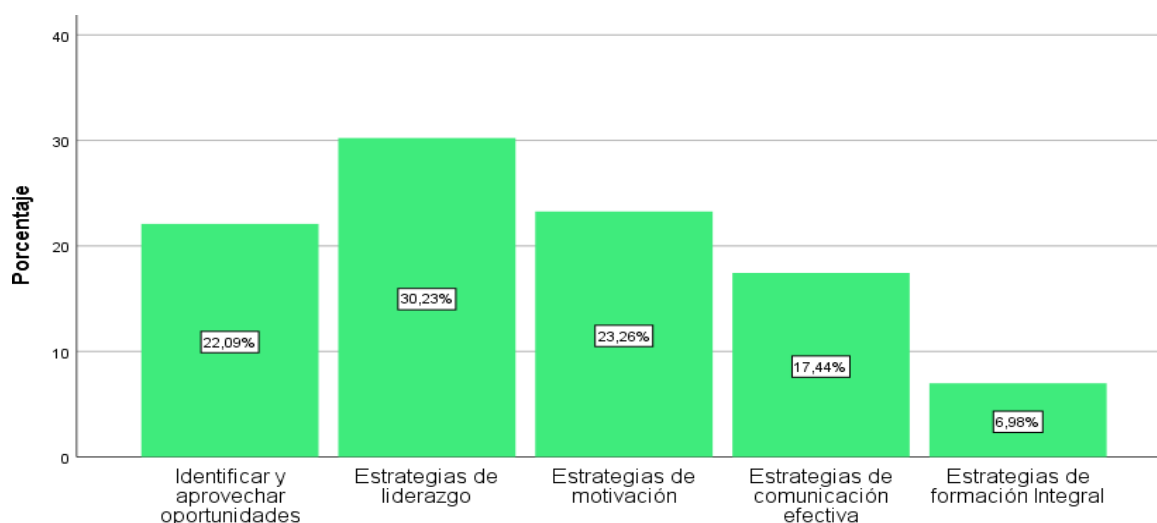
**Tabla 10**

*Gestión Estratégica*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Identificar y aprovechar oportunidades	19	22,1	22,1
Estrategias de liderazgo	26	30,2	30,2
Estrategias de motivación	20	23,3	23,3
Estrategias de comunicación efectiva	15	17,4	17,4
Estrategias de formación Integral	6	7,0	7,0
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Figura 5**

*Gestión Estratégica*



**Nota:** Registro de Estrategias importantes para una buena gestión estratégica.

La interrogante fue dada para saber que estrategias los propietarios consideran importante para una buena Gestión estratégica, donde se dio a conocer que la mayoría eligen estrategias de liderazgo para poder influir de mejor manera en los equipos de trabajo, como también estrategias de motivación para los trabajadores y mantener un ambiente positivo y eficiente.; otra de las estrategias elegida por los propietarios es la estrategia de identificar y aprovechar oportunidades que se presentan en el mercado.

## 2. - ¿De qué forma cree que la filosofía empresarial se aplica en los procesos diarios de su negocio?

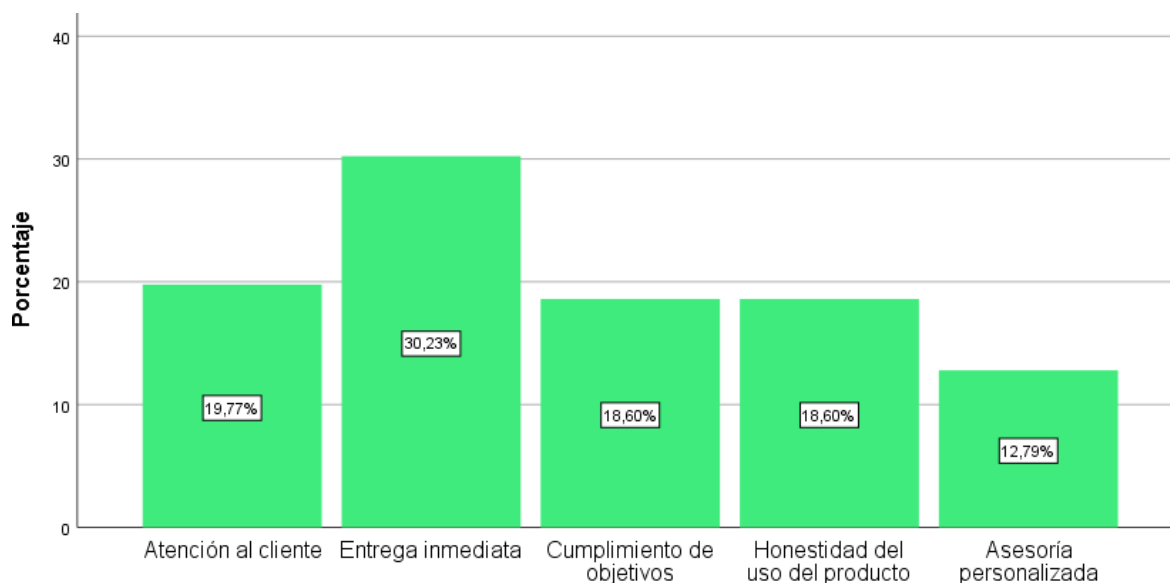
**Tabla 11**

### *Filosofía Empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido			
Atención al cliente	17	19,8	19,8
Entrega inmediata	26	30,2	30,2
Cumplimiento de objetivos	16	18,6	18,6
Honestidad del uso del producto	16	18,6	18,6
Asesoría personalizada	11	12,8	12,8
Total	86	100,0	100,0

**Figura 6**

### *Filosofía Empresarial*



**Nota:** Registro del reflejo de la Filosofía Empresarial en los procesos de las Mipymes.

Como se muestra en la figura 25, la mayoría de los propietarios confirman que la filosofía empresarial aplicada en el negocio se refleja más en los procesos de entrega inmediata y atención al cliente, indicando que las Mipymes priorizan más el brindar un buen servicio a los clientes y garantizar que los productos sean entregados de manera rápida y eficiente, es decir se dirige más en la satisfacción de los clientes. Dejando claro que se centra más en procesos estandarizados que en una asesoría personalizada.

### 3. - ¿Dispone su Mipyme de una visión alcanzable en el tiempo programado?

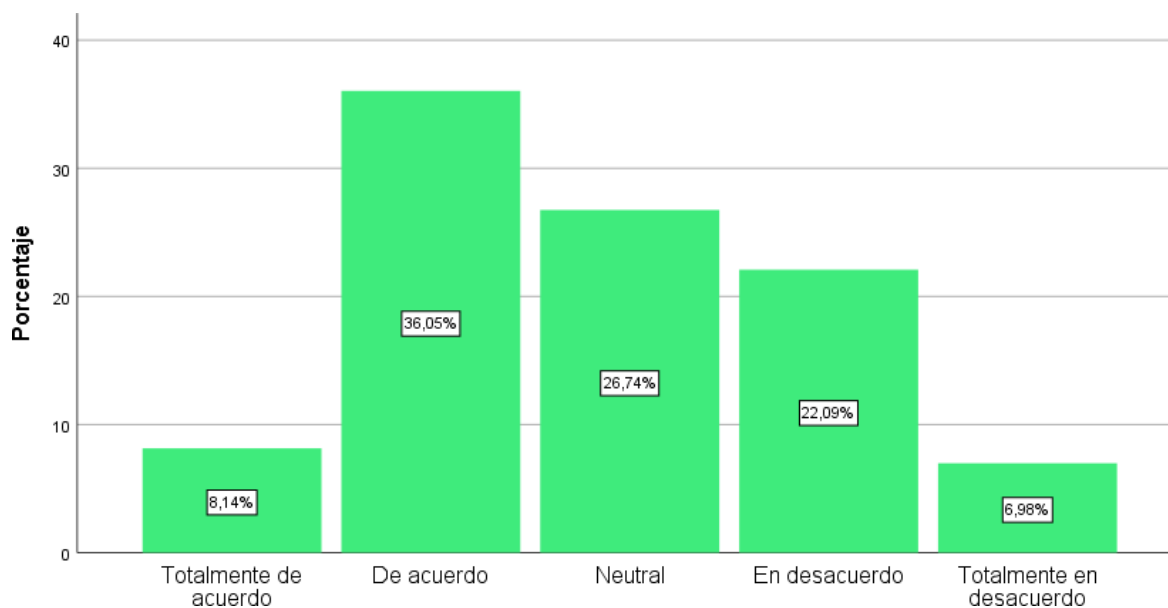
**Tabla 12**

*Visión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de acuerdo	7	8,1	8,1
	De acuerdo	31	36,0	36,0
	Neutral	23	26,7	26,7
	En desacuerdo	19	22,1	22,1
	Totalmente en desacuerdo	6	7,0	7,0
	<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Figura 7**

*Visión*



**Nota:** Registro de la disponibilidad de una Visión en las Mipymes.

Con los resultados obtenidos sobre la disponibilidad de una visión en las Mipymes, se observa que los propietarios se centran en tener una visión alcanzable, clara y bien definida, siendo la visión una guía clave del negocio y la que permite identificar oportunidades y establecer metas; pero pocos propietarios tienen seguros de tener una visión alcanzable y un porcentaje mínimo revela que no cuentan con una visión alcanzable, clara y bien definida dentro de sus negocios.

#### 4. - ¿Se cumple con la Misión de su Mipyme en la actualidad?

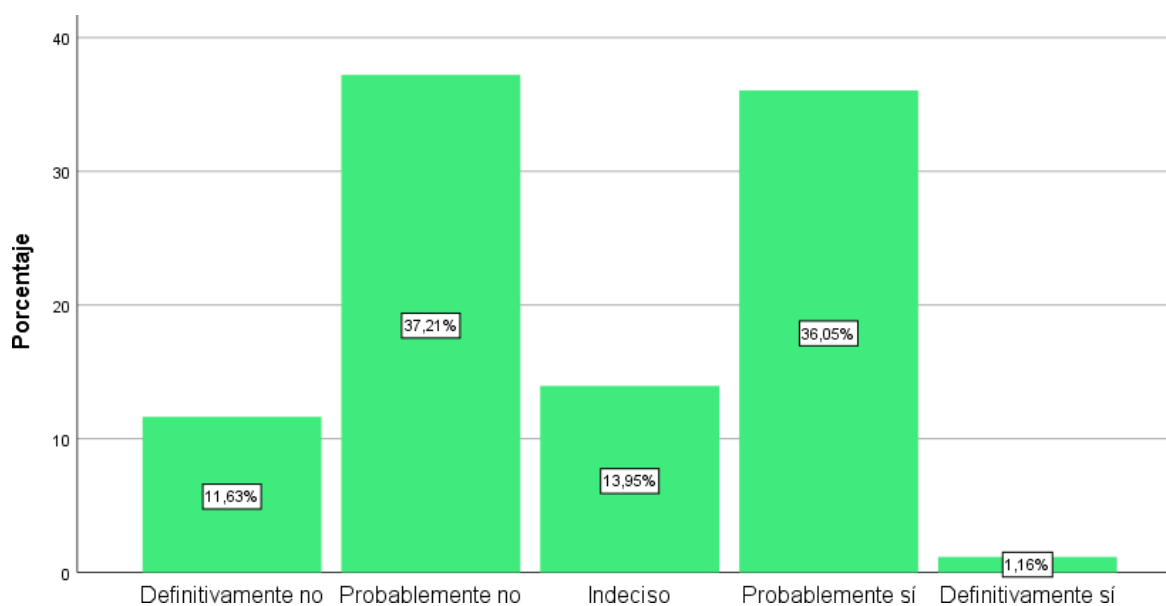
**Tabla 13**

*Misión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	10	11,6	11,6
	Probablemente no	32	37,2	37,2
	Indeciso	12	14,0	14,0
	Probablemente sí	31	36,0	36,0
	Definitivamente sí	1	1,2	1,2
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 8**

*Misión*



**Nota:** Registro de la Misión en las Mipymes Comerciales.

De la muestra que se extrajo, se evidencia que existe un alto porcentaje donde los propietarios responden “probablemente no” en relación que no están seguro si su negocio cuenta con misión estable, la cual se entiende que existen Mipymes Comerciales en la Parroquia Chanduy que no poseen una misión eficiente o no la tienen bien definida, siendo esta la “razón de ser” del negocio y que, tan solo un porcentaje mínimo y significativamente definen y aclaran que si constan con una muy buena misión en sus negocios.

## 5. - ¿Contribuyen al crecimiento de la organización los objetivos estratégicos trazados en su negocio?

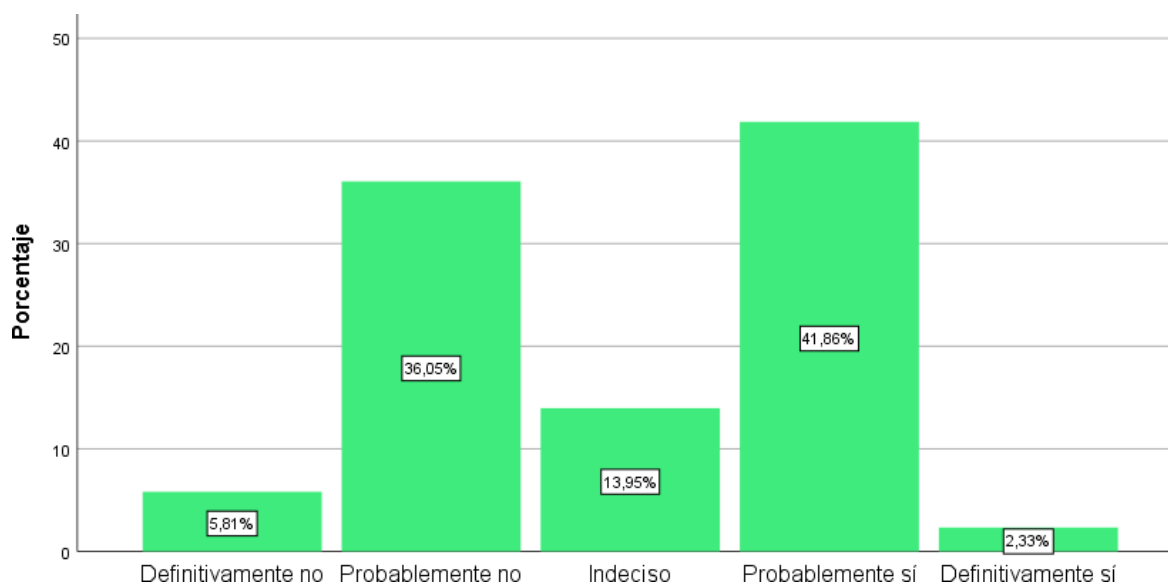
**Tabla 14**

*Objetivos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	5	5,8
	Probablemente no	31	36,0
	Indeciso	12	14,0
	Probablemente sí	36	41,9
	Definitivamente sí	2	2,3
	Total	86	100,0

**Figura 9**

*Objetivos*



**Nota:** Registro de la contribución de los objetivos en el crecimiento y éxito de las Mipymes.

Un gran número de propietarios representado por un porcentaje significativo, respondieron que probablemente los objetivos planteados en la Mipyme si están contribuyendo al crecimiento y éxito de las Mipymes comerciales, la cual se dice que los objetivos en gran medida si están alineados y bien definidos para dar seguimiento y evaluación; pero se debe recalcar que tan solo un porcentaje mínimo de propietarios respondieron con seguridad que definitivamente los objetivos si están contribuyendo a un crecimiento de éxito de las Mipymes.



## 6. - ¿Qué valores organizacionales considera que son esenciales en la filosofía empresarial de su Mipyme?

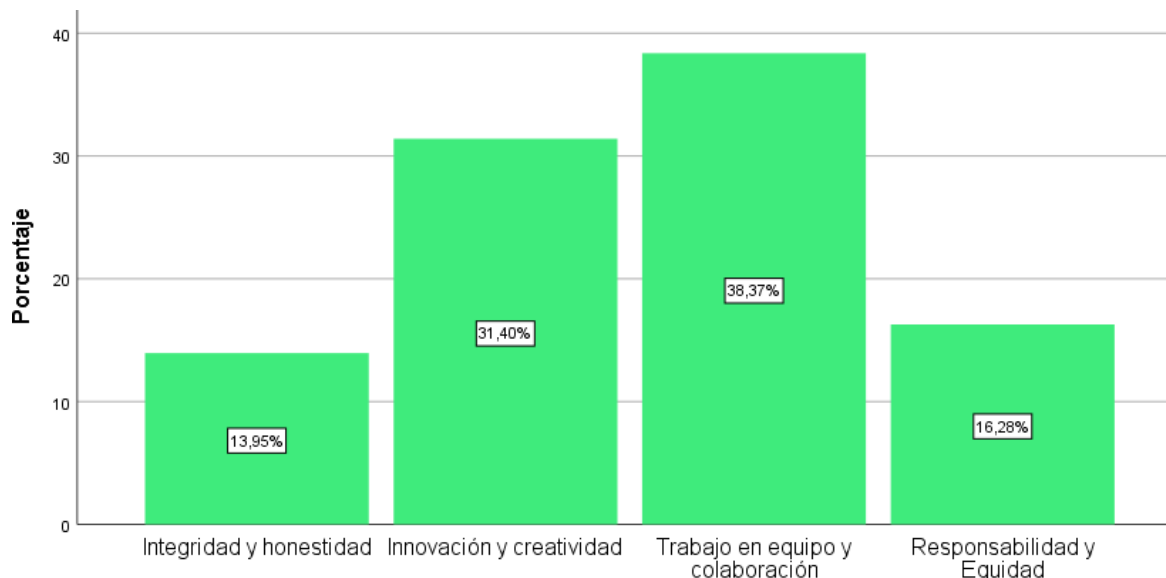
**Tabla 15**

*Valores Organizacionales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Integridad y honestidad	12	14,0	14,0
Innovación y creatividad	27	31,4	31,4
Trabajo en equipo y colaboración	33	38,4	38,4
Responsabilidad y Equidad	14	16,3	16,3
<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Figura 10**

*Valores Organizacionales*



**Nota:** Registro de los valores organizacionales que son parte de la Filosofía Empresarial.

Como se puede observar, un alto porcentaje de los propietarios indicaron que dentro de la filosofía empresarial aplicada en el negocio se encuentra los valores organizacionales como el “trabajo en equipo y colaboración” donde se permite combinar habilidades, conocimientos y experiencias propias, seguido de un porcentaje representativo del valor organizacional “innovación y creatividad” y “responsabilidad y equidad” como parte de la Filosofía empresarial de las Mipymes Comerciales.

**7. - ¿Considera que el talento humano de su empresa tiene las capacidades y competencias que se requiere para el desarrollo del negocio?**

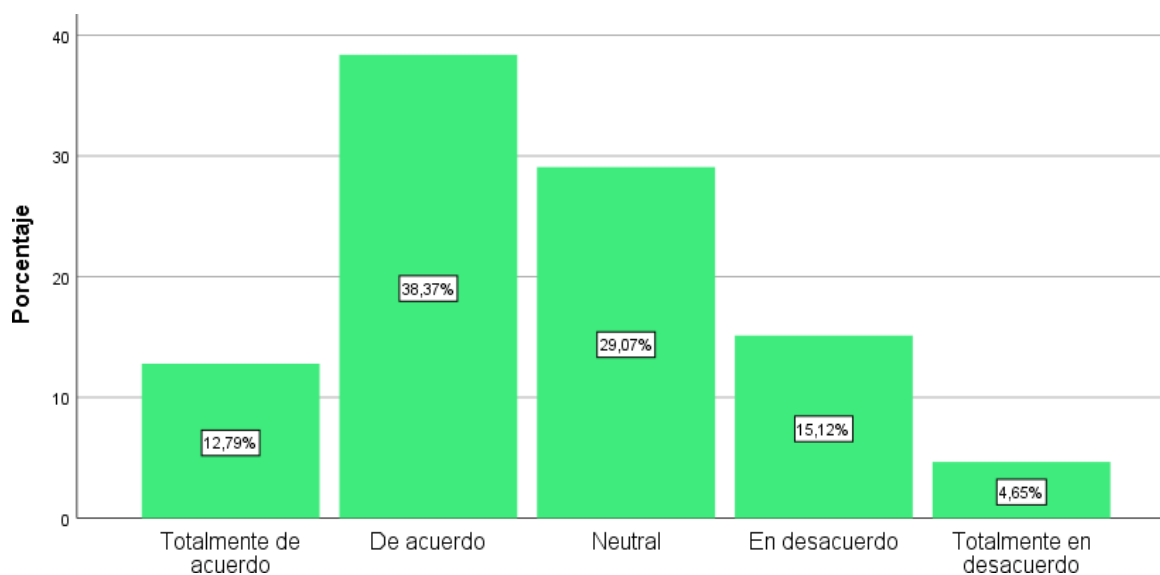
**Tabla 16**

*Análisis Interno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de acuerdo	11	12,8	12,8
	De acuerdo	33	38,4	38,4
	Neutral	25	29,1	29,1
	En desacuerdo	13	15,1	15,1
	Totalmente en desacuerdo	4	4,7	4,7
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 11**

*Análisis Interno*



**Nota:** Registro de conocimiento de capacidad y recursos internos de talento humano.

De acuerdo con la interrogante que se planteó en relación de conocimientos de capacidades y recursos internos por parte del talento humano, un alto porcentaje representativo de propietarios supieron responder “De acuerdo”, es decir, que el talento humano de las Mipymes Comerciales están consciente y tienen comprensión en cuanto a sus capacidades y habilidades que pueden impartir en el trabajo al igual que el conocimiento de los recursos que posee.

## 8. - ¿Cree que el personal de su Mipyme está consciente de las oportunidades y amenazas que tiene en el entorno externo?

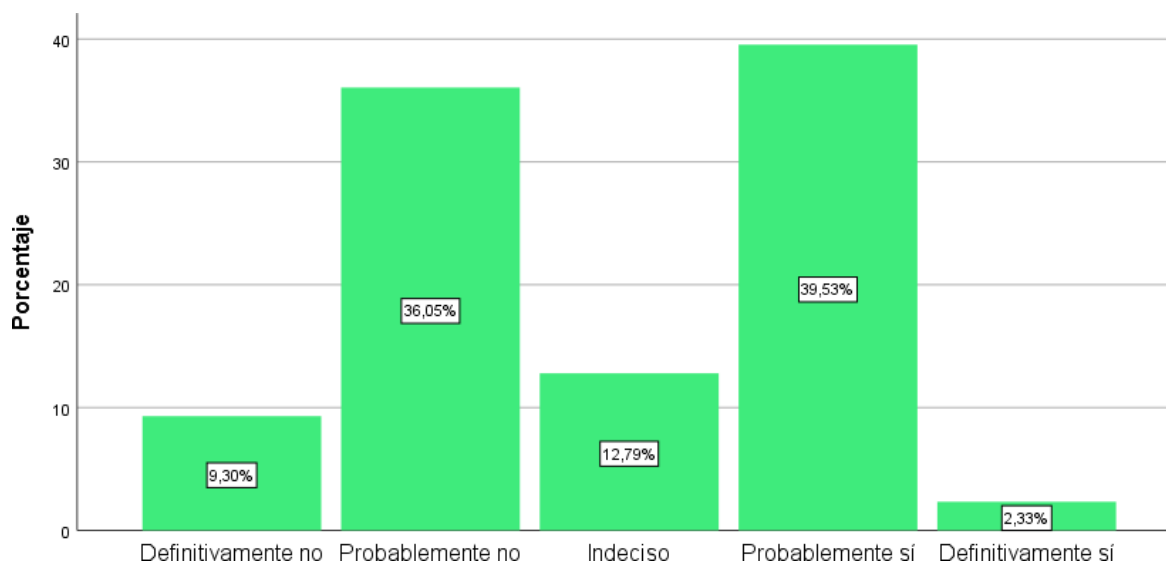
**Tabla 17**

*Análisis Externo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	8	9,3	9,3
	Probablemente no	31	36,0	36,0
	Indeciso	11	12,8	12,8
	Probablemente sí	34	39,5	39,5
	Definitivamente sí	2	2,3	2,3
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 12**

*Análisis Externo*



**Nota:** Registro de oportunidades y amenazas en el entorno externo de las Mipymes.

Mediante los resultados obtenidos se puede observar que un porcentaje representativo de los propietarios respondieron “probablemente sí” en relación si está consciente de las oportunidades y amenazas del entorno externo de la Mipyme, es decir, tienen posibilidad de poder aprovechar oportunidades como crecimiento, cambios positivos, avances tecnológicos al igual de tener claro las posibles amenazas como competencias intensas, cambios regulatorios y preferencias de los consumidores.

## 9. - ¿Qué herramientas tecnológicas o sistemas de gestión son los más utilizados en los procesos diarios de la Mipyme?

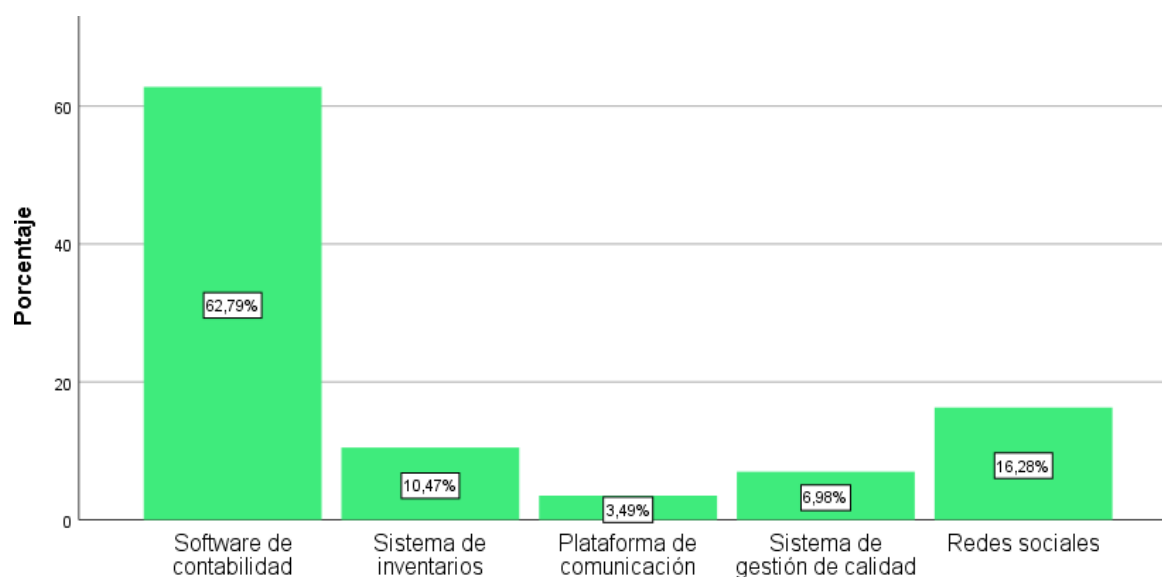
**Tabla 18**

*Tecnología y Sistemas de Información*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido			
Software de contabilidad	54	62,8	62,8
Sistema de inventarios	9	10,5	10,5
Plataforma de comunicación	3	3,5	3,5
Sistema de gestión de calidad	6	7,0	7,0
Redes sociales	14	16,3	16,3
Total	86	100,0	100,0

**Figura 13**

*Tecnología y Sistemas de Información*



*Nota: Registro de tecnologías y sistemas de información*

Según la interrogante que se formuló para conocer que herramientas o sistemas de gestión implementan en los procesos diarios del negocio, se reveló que el porcentaje más representativo de los propietarios revela que en los negocios usan software contable para visualizar solo los propietarios, pero también las redes sociales como herramientas tecnológicas y para dar a conocer los productos.

## 10. - ¿Qué proyecto cree que se tendría que implementar en su Mipyme para su crecimiento y desarrollo?

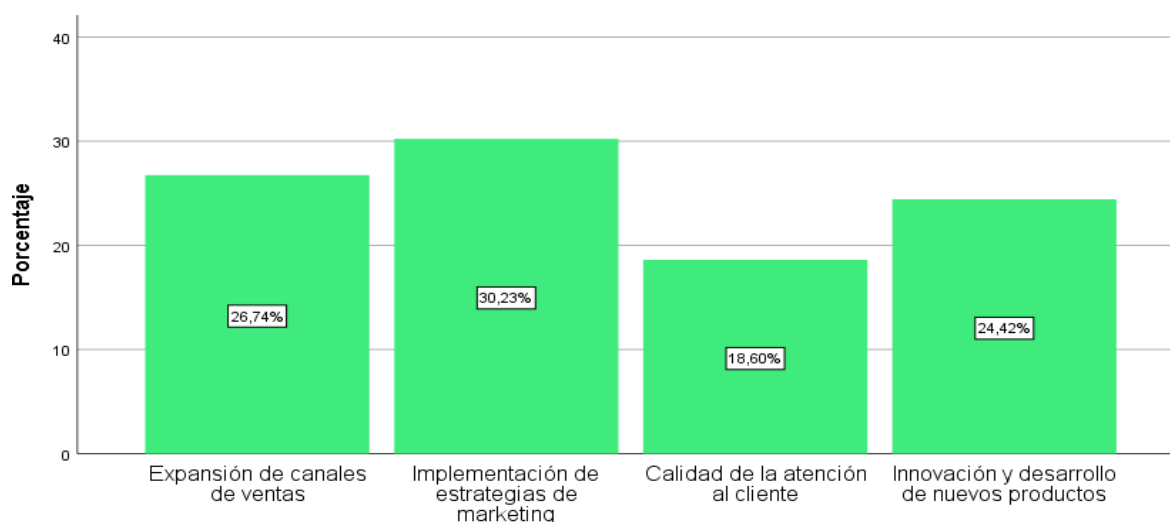
**Tabla 19**

*Proyectos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Expansión de canales de ventas	23	26,7	26,7
	Implementación de estrategias de marketing	26	30,2	30,2
	Calidad de la atención al cliente	16	18,6	18,6
	Innovación y desarrollo de nuevos productos	21	24,4	24,4
	<b>Total</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Figura 14**

*Proyectos*



**Nota:** Registro de posibles Proyectos a implementar en las Mipymes Comerciales.

Se demuestra que los propietarios de las Mipymes Comerciales eligieron todas las alternativas casi por igual, cada uno con porcentajes no muy diferenciados, por lo que se entienden y se requiere por parte de los propietarios ejecución de nuevos proyectos que se encuentren relacionados con estrategias de marketing, expansión de canales de ventas, innovación y desarrollo de nuevos productos y, por último, sobre la calidad de la atención al cliente para poder mantenerse en el mercado competitivo.

## 11. - ¿Qué estrategias cree que se debe implementar en su Mipyme para un crecimiento sostenible?

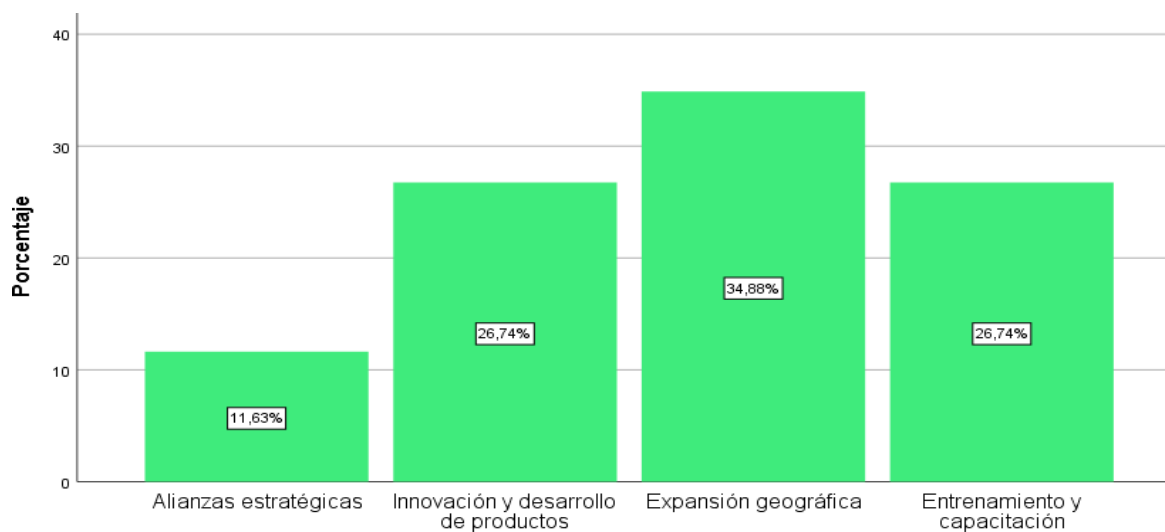
**Tabla 20**

*Estrategias*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Alianzas estratégicas	10	11,6	11,6
Innovación y desarrollo de productos	23	26,7	26,7
Válido Expansión geográfica	30	34,9	34,9
Entrenamiento y capacitación	23	26,7	26,7
Total	86	100,0	100,0

**Figura 15**

*Estrategias*



**Nota:** Registro de las posibles estrategias a implementar en las Mipymes.

De acuerdo con la pregunta realizada, el mayor número de porcentaje equivalente a un 34,88%, demuestra que los propietarios requieren una implementación de estrategias que ayuden a la expansión de los negocios para lograr un crecimiento sostenible de las Mipymes Comerciales en la Parroquia Chanduy; sin embargo, no se puede evitar nombrar a las otras estrategias elegidas por otros trabajadores porque su porcentaje no es tan diferenciado al primero, por ende, también sería recomendable evaluar las estrategias entrenamiento y capacitaciones, estrategias de innovación y desarrollo productos.

## 12. - ¿Se implementan acciones efectivas para llevar a cabo las estrategias y alcanzar los objetivos?

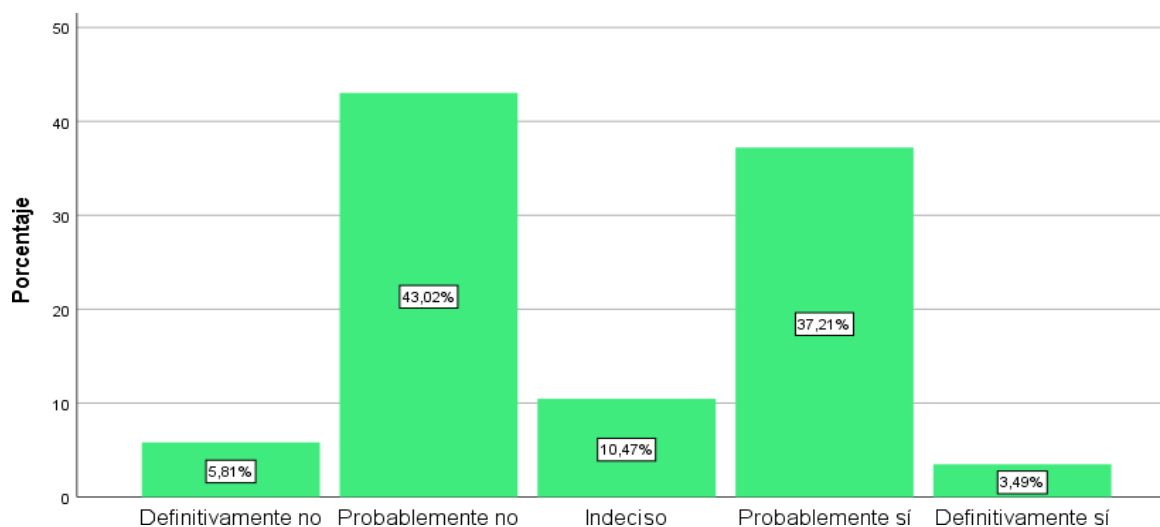
**Tabla 21**

*Acciones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	5	5,8	5,8
	Probablemente no	37	43,0	43,0
	Indeciso	9	10,5	10,5
	Probablemente sí	32	37,2	37,2
	Definitivamente sí	3	3,5	3,5
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 16**

*Acciones*



**Nota:** Registro de la posibilidad de implementación de acciones para estrategias.

Con los resultados obtenidos, se puede observar que los propietarios eligen que probablemente sus negocios no implementan acciones para llevar a cabo las estrategias y lograr alcanzar los objetivos, ya sea por ausencia de conocimiento sobre acciones eficientes para llevar a cabo las estrategias; pero según la figura 35 también demuestra que existe un porcentaje mínimo pero significativo de propietarios que se encuentran definitivamente confiados de que sus negocios si aplican e implementan acciones efectivas para las estrategias, que se considera un punto de mejora para las Mipymes.

**13. - ¿Considera que se cuenta con los mecanismos de supervisión apropiados para evaluar los resultados de los procesos y procedimientos de la Mipyme?**

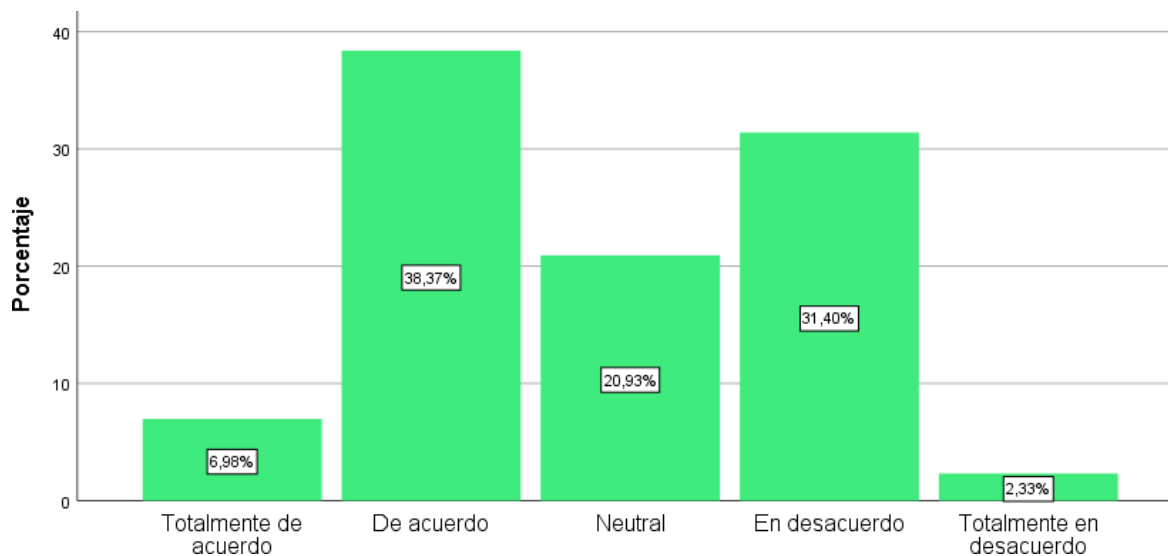
**Tabla 22**

*Supervisión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de acuerdo	6	7,0	7,0
	De acuerdo	33	38,4	38,4
	Neutral	18	20,9	20,9
	En desacuerdo	27	31,4	31,4
	Totalmente en desacuerdo	2	2,3	2,3
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 17**

*Supervisión*



**Nota:** Registro de posibilidad de supervisión en el desempeño y resultados de los procesos.

Mediante los datos obtenidos, se revela que los propietarios de la Mipymes de la Parroquia Chanduy se encuentran de acuerdo pero no están muy confiados de que sus negocios cuenten con mecanismos de supervisión para evaluar el desempeño y resultados en los procesos internos y que aún existan Mipymes donde los propietarios cuentan con mecanismos para evaluar el desempeño en los procesos, siendo esto importante para una mejora continua y retroalimentación sobre el desempeño y resultados de sus esfuerzos.



**14. – ¿Piensa que se necesitan herramientas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del progreso de mejora continua en el negocio?**

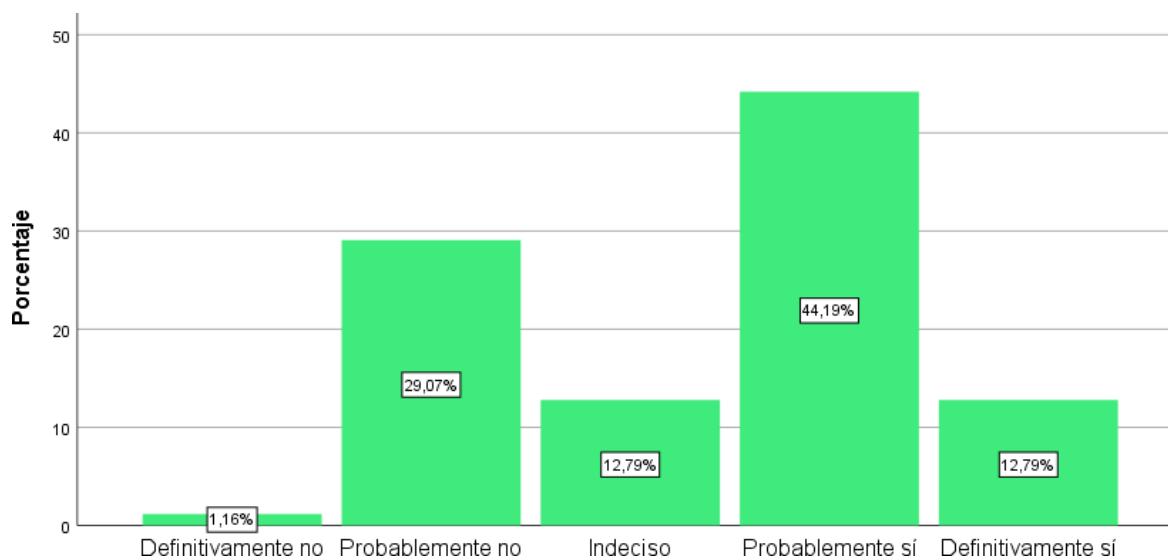
**Tabla 23**

*Seguimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	1	1,2	1,2
	Probablemente no	25	29,1	29,1
	Indeciso	11	12,8	12,8
	Probablemente sí	38	44,2	44,2
	Definitivamente sí	11	12,8	12,8
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 18**

*Seguimiento*



**Nota:** Registro de herramientas de seguimiento.

En relación con la interrogante sobre seguimiento, el mayor porcentaje representativo de los propietarios revelan que probablemente sí se estén utilizando herramientas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del progreso de mejora continua dentro de las Mipymes Comerciales, por ende, ya sea a mediano y largo plazo traerá resultados como mejora del rendimiento, una identificación de áreas de mejora en los negocios y mayor satisfacción de los trabajadores.

### 15. - ¿Cada que tiempo aplican una evaluación de desempeño en las áreas de trabajo de su Mipyme?

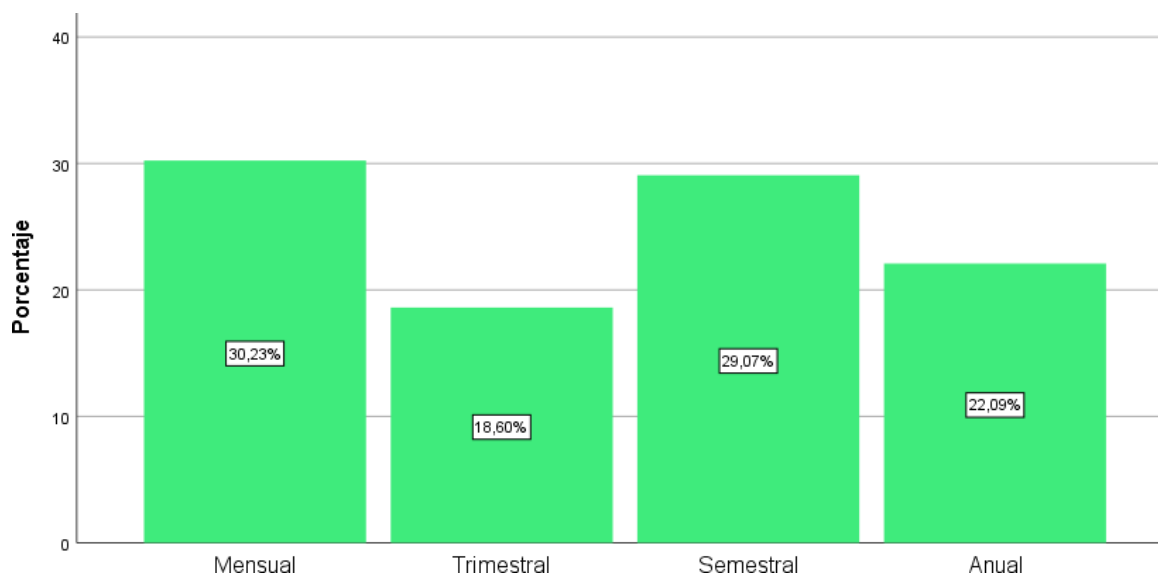
**Tabla 24**

*Evaluación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mensual	26	30,2	30,2
	Trimestral	16	18,6	18,6
	Semestral	25	29,1	29,1
	Anual	19	22,1	22,1
	Total	86	100,0	100,0

**Figura 19**

*Evaluación*



**Nota:** Registro del tiempo de evaluación de desempeño.

Según los datos obtenidos de la respectiva pregunta se observa que la mayoría de los propietarios afirman que las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy aplican una evaluación de desempeño en sus áreas de trabajo de manera mensual, considerando sus pro y contra, como por ejemplo existiría una retroalimentación regular y alineación de expectativas, pero también existiría estrés y presión hacia los trabajadores como también una carga administrativa.

**Encuesta dirigida a los trabajadores de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy.**

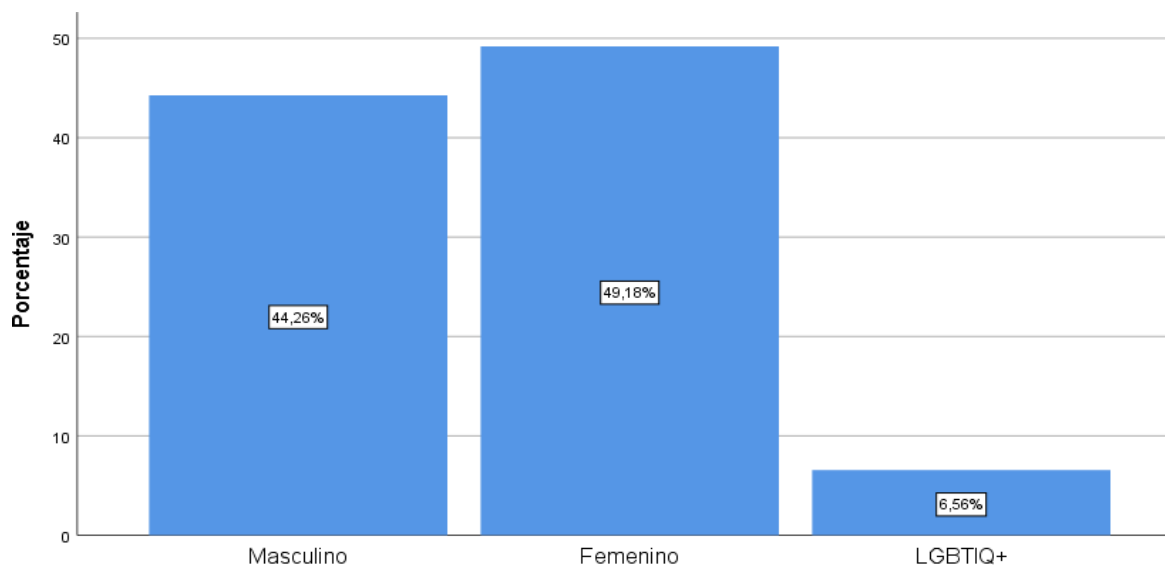
**Tabla 25**

*Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Masculino	54	44,3	44,3
	Femenino	60	49,2	49,2
	LGBTIQ+	8	6,6	6,6
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 20**

*Género*

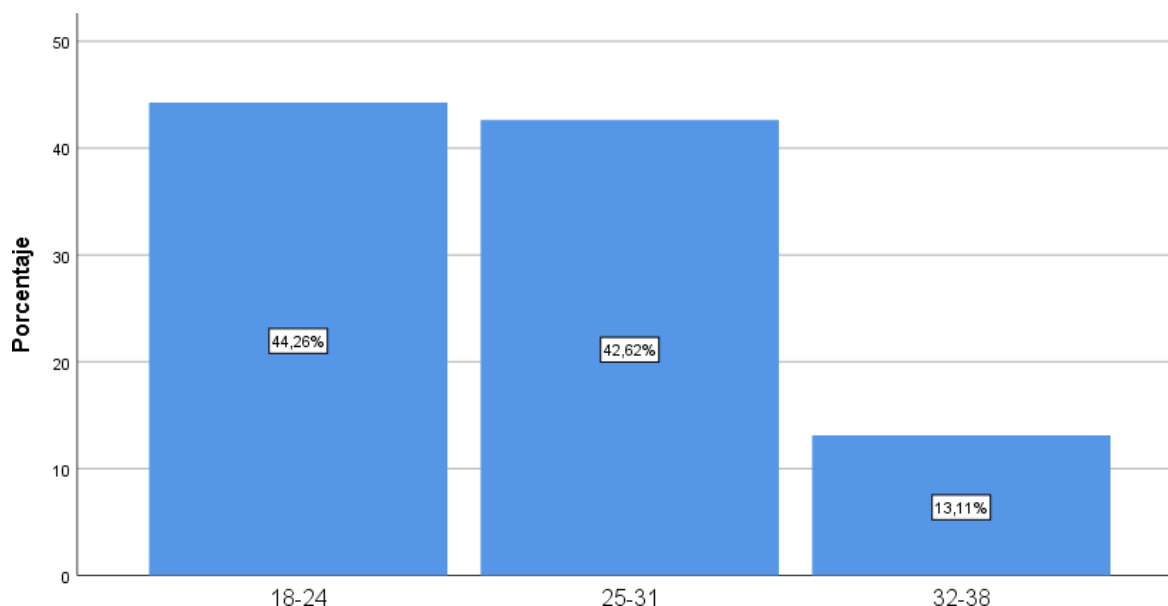


**Nota:** Registro del Género de los trabajadores.

Mediante los datos obtenidos de la recolección de información en la Parroquia Chanduy, revela que el Género Femenino es el que prevalece con un porcentaje del 49,18%, dando a entender que existe un gran porcentaje de mujeres trabajadoras en Mipymes Comerciales capaces de salir adelante sin importar su género; no obstante, no se puede ignorar el Género Masculino que también consta con un porcentaje del 44,26%, donde hombres trabajadores también son parte de las Mipymes, así mismo el Género LGBTIQ+ que tiene el mismo nivel de importancia y veracidad, facilitando la obtención de información para la investigación.

**Tabla 26***Edad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	18-24	54	44,3	44,3
	25-31	52	42,6	42,6
	32-38	16	13,1	13,1
	Total	122	100,0	100,0

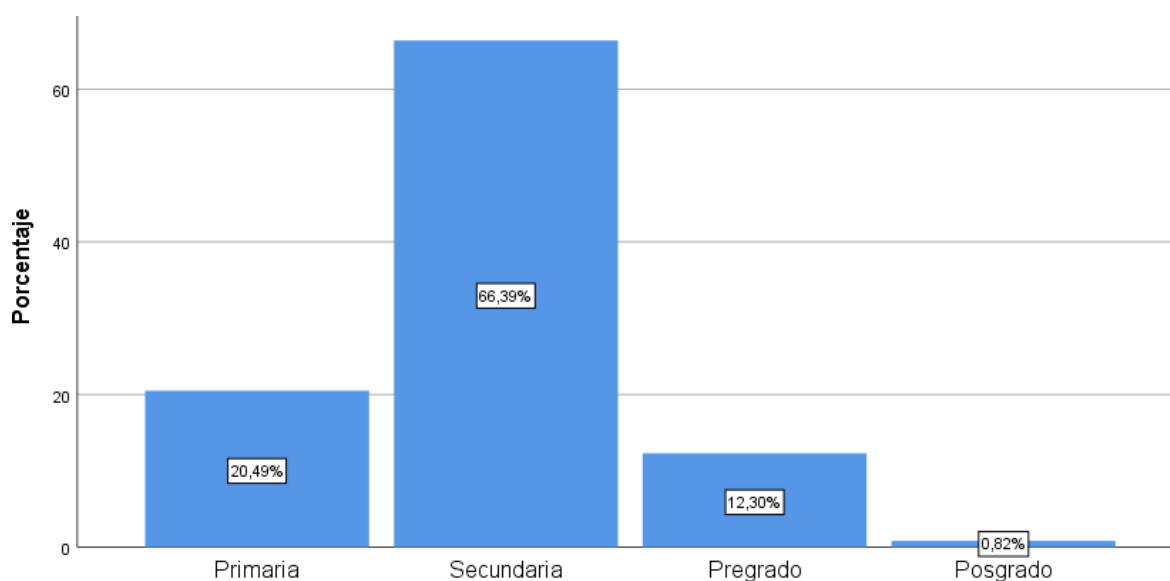
**Figura 21***Edad*

**Nota:** Registro de la Edad de los trabajadores.

En base a los rangos de Edad que se plantearon para la recolección de datos, se conoce que el porcentaje mayor de 44,26% recae en el rango de edad entre 18 a 24 años, demostrando que en la mayoría de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy trabajan personas jóvenes, la cual es una ventaja para los negocios porque si son jóvenes tienen la capacidad de ser innovadores, hábiles y pueden receptar capacitaciones para mejorar sus habilidades; Sin embargo, el rango que le sigue es la edad entre 25 a 31 años de edad que también son considerados personas jóvenes y capaces.

**Tabla 27***Nivel de Instrucción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Primaria	25	20,5	20,5
	Secundaria	81	66,4	66,4
	Pregrado	15	12,3	12,3
	Posgrado	1	,8	,8
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 22***Nivel de Instrucción*

**Nota:** Registro del nivel de Instrucción de los trabajadores.

Según datos relevados del registro de nivel de Instrucción, la mayoría de los trabajadores que conforman las Mipymes tan solo han completado los estudios secundarios con un porcentaje de 66,39% y no han continuado su nivel de Instrucción. Además, se revela que son muy pocos los trabajadores que han culminado sus estudios superiores como se muestra en la figura 3, que el nivel de Pregrado y Posgrado son demasiado con un 12,30% y el 0,82% y esto puede ocasionar inconvenientes a mediano o largo plazo y el resultado que se puede obtener es el cierre de los negocios.

## ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la Mipyme comercial?

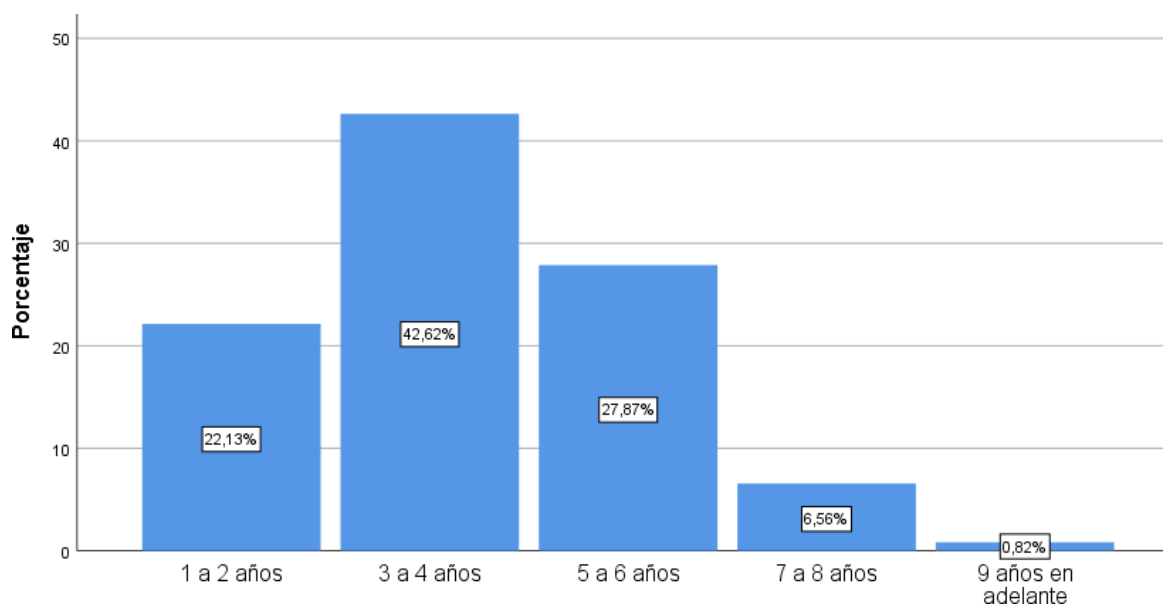
**Tabla 28**

*Tiempo Laboral*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido			
1 a 2 años	27	22,1	22,1
3 a 4 años	52	42,6	42,6
5 a 6 años	34	27,9	27,9
7 a 8 años	8	6,6	6,6
9 años en adelante	1	,8	,8
Total	122	100,0	100,0

**Figura 23**

*Tiempo Laboral*



**Nota:** Registro del tiempo laboral de los trabajadores en las Mipymes Comerciales.

Como se demuestra en la figura 23, en relación del tiempo laboral de los trabajadores en las Mipymes Comerciales, la barra que hace diferencia significativamente es la de 3 a 4 años, puesto que los trabajadores no han sido cambiantes, sino que han buscado la manera permanecer trabajando en las Mipymes al igual como se muestra también en la barra de 5 a 6 años en segundo lugar. Sin embargo, hay que recalcar que hay un porcentaje mínimo de trabajadores estables en los negocios en el tiempo.

## 1. - ¿Qué estrategias considera importante para una buena gestión estratégica en la Mipyme que labora?

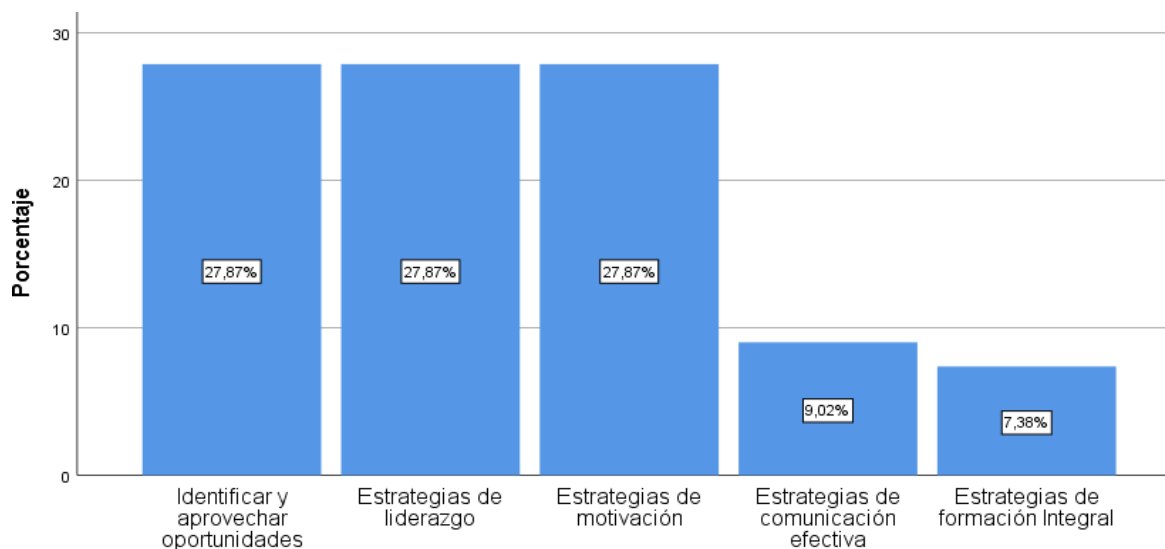
**Tabla 29**

*Gestión Estratégica*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Identificar y aprovechar oportunidades	34	27,9	27,9
	Estrategias de liderazgo	34	27,9	27,9
	Estrategias de motivación	34	27,9	27,9
	Estrategias de comunicación efectiva	11	9,0	9,0
	Estrategias de formación Integral	9	7,4	7,4
Total	122	100,0	100,0	

**Figura 24**

*Gestión Estratégica*



**Nota:** Registro de Estrategias importantes para una buena gestión estratégica.

La interrogante se dio para saber que estrategias los trabajadores consideran importante para una buena Gestión estratégica, donde se dio a conocer que la mayoría eligen estrategias como identificar y aprovechar oportunidades que se presentan en el mercado, estrategias de liderazgo para poder influir de mejor manera en los equipos de trabajos; otro de las estrategias elegida por los trabajadores son las estrategias de motivación para mantener un ambiente positivo y eficiente.

## 2. - ¿De qué forma cree que la filosofía empresarial se refleja en los procesos diarios de la Mipyme?

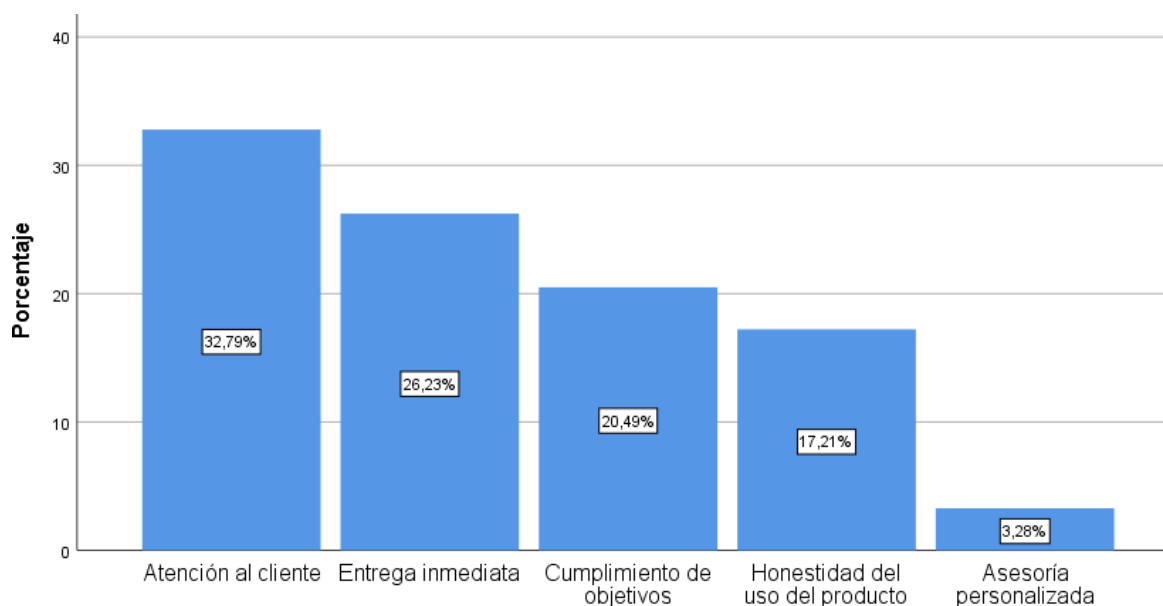
**Tabla 30**

*Filosofía Empresarial*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido			
Atención al cliente	40	32,8	32,8
Entrega inmediata	32	26,2	26,2
Cumplimiento de objetivos	25	20,5	20,5
Honestidad del uso del producto	21	17,2	17,2
Asesoría personalizada	4	3,3	3,3
Total	122	100,0	100,0

**Figura 25**

*Filosofía Empresarial*



**Nota:** Registro del reflejo de la Filosofía Empresarial en los procesos de las Mipymes.

Como se muestra en la figura 25, la mayoría de los trabajadores confirman que la filosofía empresarial aplicada en el negocio se refleja más en los procesos de atención al cliente y entrega inmediata, indicando que las Mipymes priorizan más el brindar un buen servicio a los clientes y garantizar que los productos sean entregados de manera rápida y eficiente, es decir se dirige más en la satisfacción de los clientes. Dejando claro que se centra más en procesos estandarizados que en una asesoría personalizada.



### 3. - ¿Dispone la Mipyme con una visión alcanzable, clara y bien definida?

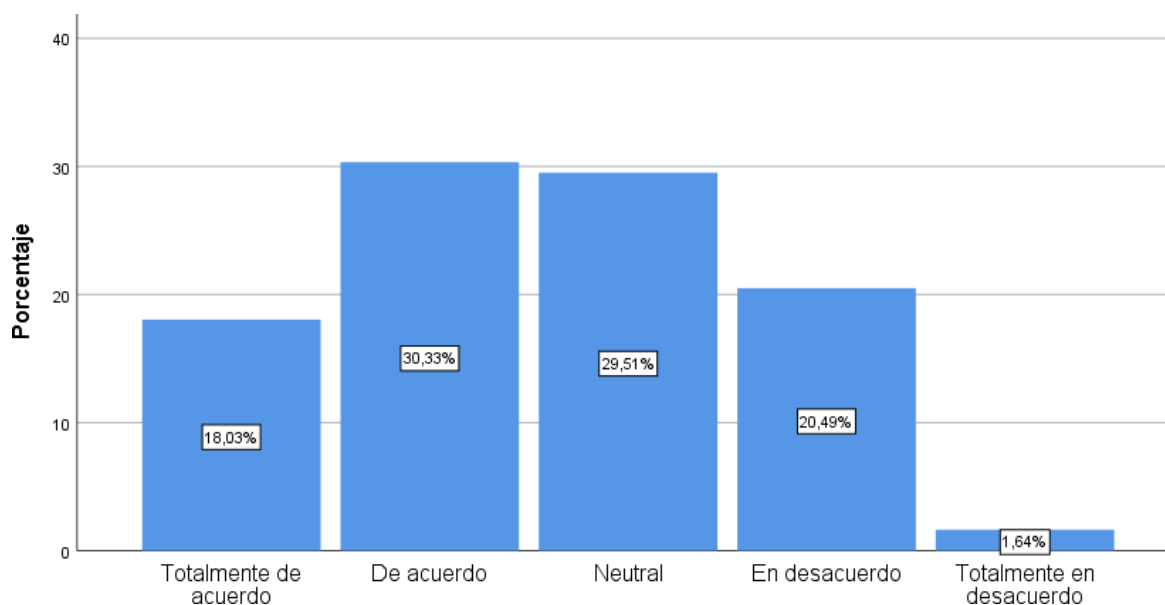
**Tabla 31**

*Visión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de acuerdo	22	18,0	18,0
	De acuerdo	37	30,3	30,3
	Neutral	36	29,5	29,5
	En desacuerdo	25	20,5	20,5
	Totalmente en desacuerdo	2	1,6	1,6
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 26**

*Visión*



**Nota:** Registro de la disponibilidad de una Visión en las Mipymes.

Con los resultados obtenidos, se puede observar que los trabajadores no se encuentran seguros de poseer una visión alcanzable, clara y bien definida, siendo la visión una guía clave del negocio y la cual permite identificar oportunidades y establecer metas; son pocos los trabajadores que se encuentran seguros de disponer una visión clara y alcanzable y un porcentaje del 1,64% revela que no cuentan una visión alcanzable, clara y bien definida dentro de su trabajo.

#### 4. - ¿Conoce y entiende usted la misión de la Mipyme?

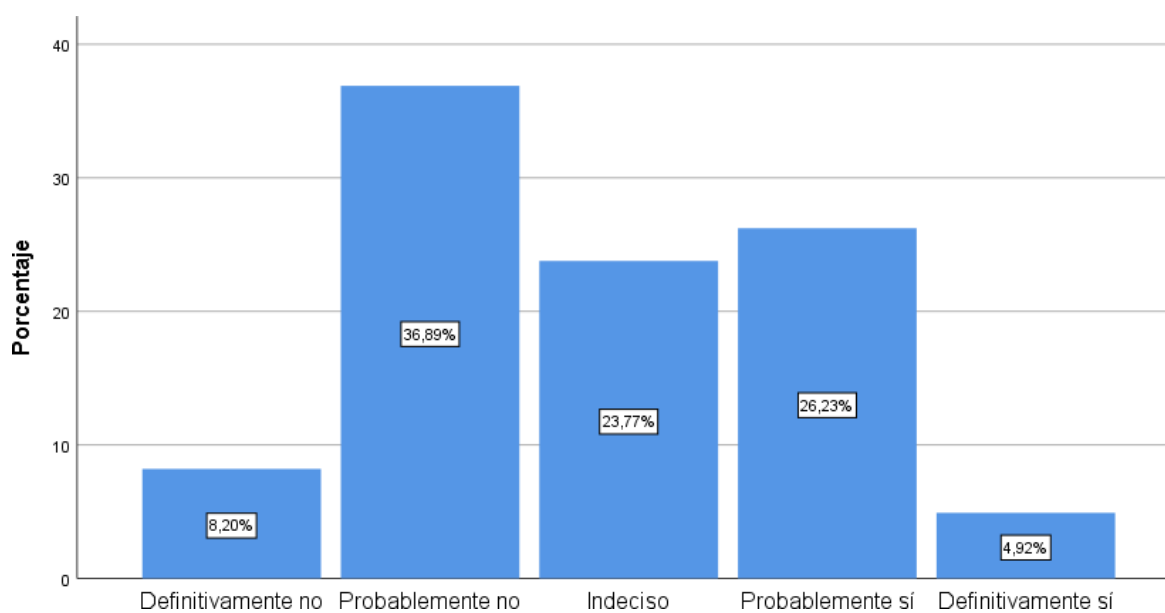
**Tabla 32**

*Misión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	10	8,2	8,2
	Probablemente no	45	36,9	36,9
	Indeciso	29	23,8	23,8
	Probablemente sí	32	26,2	26,2
	Definitivamente sí	6	4,9	4,9
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 27**

*Misión*



**Nota:** Registro de la Misión en las Mipymes Comerciales.

De la muestra que se extrajo, se evidencia que existe un alto porcentaje donde los trabajadores responden “probablemente no” en relación si conocen y entienden la Misión de la Mipyme donde laboran, la cual se entiende que no están seguro de tener conocimiento y entendimiento acerca de la Misión, siendo la “razón de ser” del negocio y que, tan solo un porcentaje de 4,92% definen y aclaran que si constan con ese conocimiento y entienden muy bien la misión de la Mipyme.

## 5. - ¿Contribuyen al crecimiento y éxito de la organización los objetivos trazados en la Mipyme?

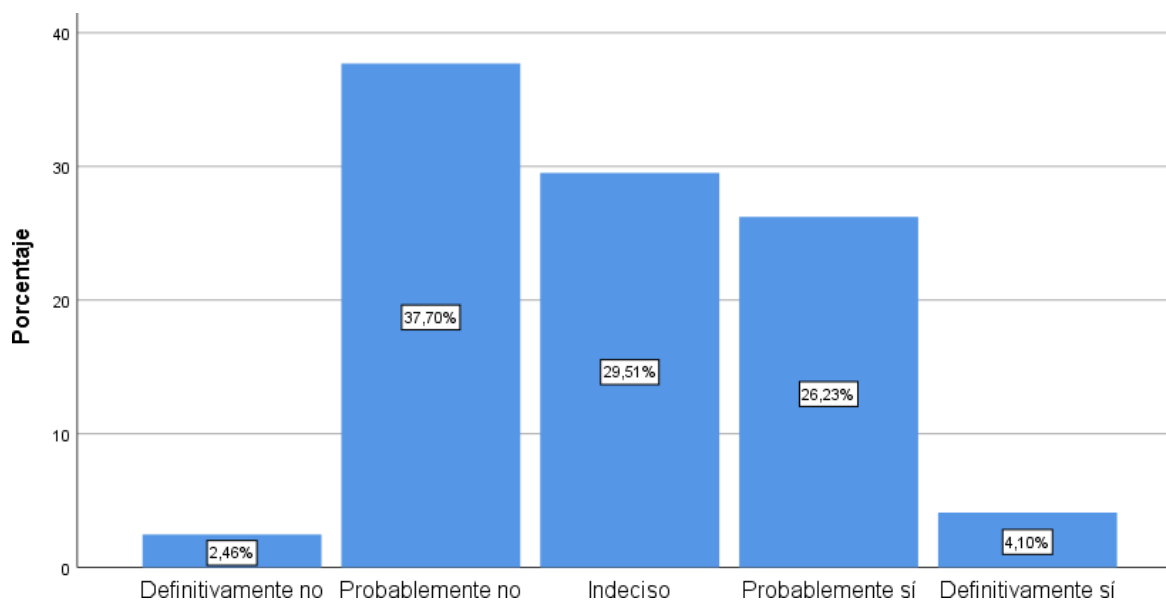
**Tabla 33**

*Objetivos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	Definitivamente no	3	2,5	2,5
	Probablemente no	46	37,7	37,7
	Indeciso	36	29,5	29,5
	Probablemente sí	32	26,2	26,2
	Definitivamente sí	5	4,1	4,1
Total	122	100,0	100,0	

**Figura 28**

*Objetivos*



**Nota:** Registro de la contribución de los objetivos en el crecimiento y éxito de las Mipymes.

Un gran número de trabajadores representado por un porcentaje de 37,70%, respondieron que probablemente los objetivos planteados en la Mipyme no están contribuyendo al crecimiento y éxito de la Mipyme donde laboran, ya sea porque tal vez los objetivos no estén bien definidos y no se les dan ningún seguimiento y evaluación a los mismos y tan solo un porcentaje de 4,10% respondieron con seguridad que definitivamente si están contribuyendo los objetivos a un crecimiento de éxito de las Mipymes.

## 6. - ¿Qué valores organizacionales considera que son parte de la filosofía empresarial de la Mipyme?

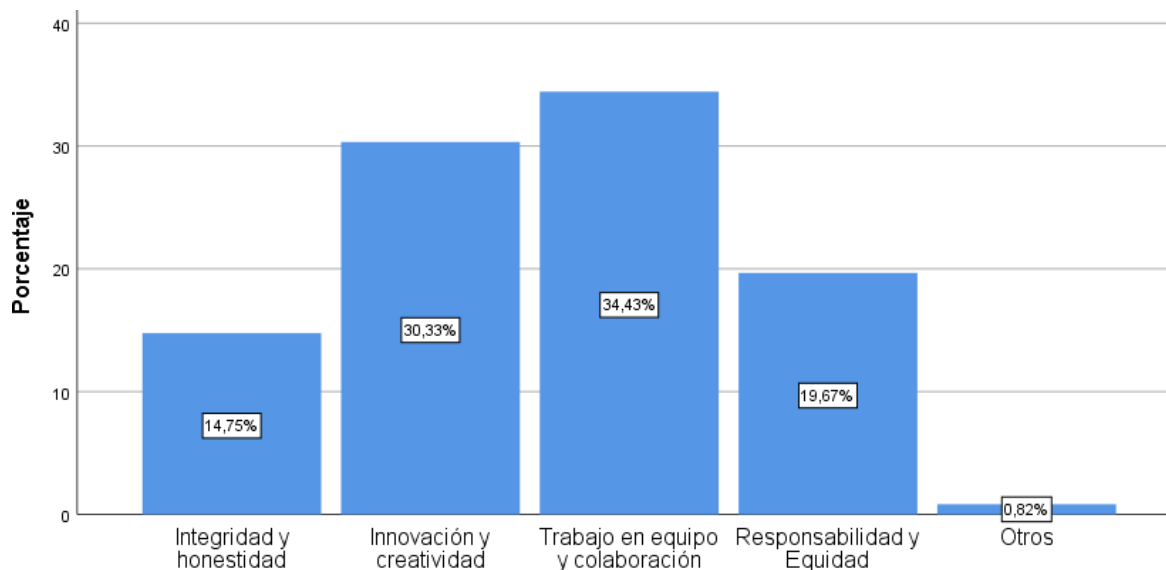
**Tabla 34**

*Valores Organizacionales*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Integridad y honestidad	18	14,8	14,8
Innovación y creatividad	37	30,3	30,3
Válido Trabajo en equipo y colaboración	42	34,4	34,4
Responsabilidad y Equidad	24	19,7	19,7
Otros	1	,8	,8
Total	122	100,0	100,0

**Figura 29**

*Valores Organizacionales*



**Nota:** Registro de los valores organizacionales que son parte de la Filosofía Empresarial.

Como se puede observar, un alto porcentaje de los trabajadores indicaron que dentro de la filosofía empresarial aplicada en el negocio se encuentra los valores organizacionales como el “trabajo en equipo y colaboración” donde se permite combinar habilidades, conocimientos y experiencias propias, seguido de un porcentaje representativo del valor organizacional “innovación y creatividad” y “responsabilidad y equidad” como parte de la Filosofía empresarial.

**7. - ¿Considera que el talento humano tiene conocimiento de su propia capacidad y recursos internos que posee la Mipyme?**

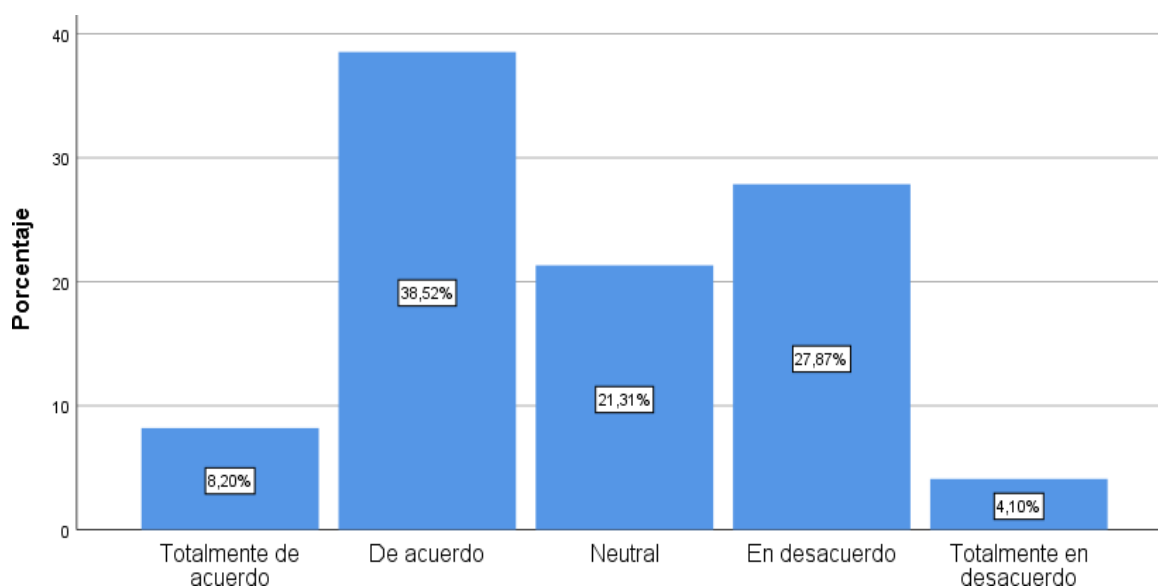
**Tabla 35**

*Análisis Interno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de acuerdo	10	8,2	8,2
	De acuerdo	47	38,5	38,5
	Neutral	26	21,3	21,3
	En desacuerdo	34	27,9	27,9
	Totalmente en desacuerdo	5	4,1	4,1
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 30**

*Análisis Interno*



**Nota:** Registro de conocimiento de capacidad y recursos internos del talento humano.

De acuerdo con la interrogante que se planteó en relación de conocimientos de capacidades y recursos internos por parte del talento humano, un alto porcentaje representativo supieron responder que como trabajadores si están consciente y tienen comprensión sus capacidades y habilidades que pueden impartir en su trabajo al igual que el conocimiento de los recursos que posee la Mipyme donde labora.

## 8. - ¿Cree que la Mipyme está consciente de las oportunidades y amenazas que tiene en su entorno externo?

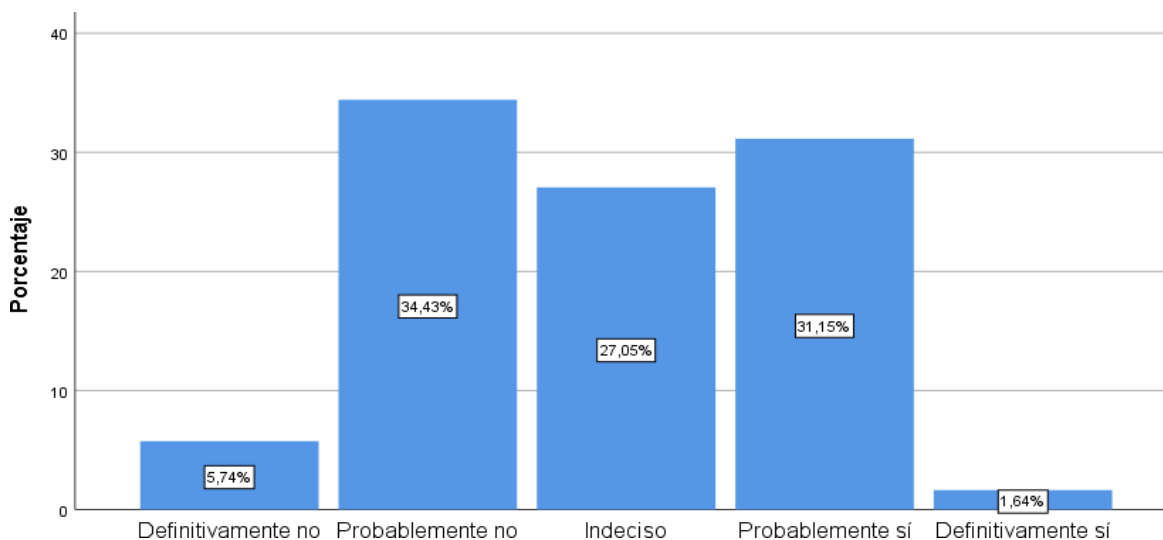
**Tabla 36**

*Análisis Externo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	7	5,7	5,7
	Probablemente no	42	34,4	34,4
	Indeciso	33	27,0	27,0
	Probablemente sí	38	31,1	31,1
	Definitivamente sí	2	1,6	1,6
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 31**

*Análisis Externo*



**Nota:** Registro de oportunidades y amenazas en el entorno externo de las Mipymes.

Mediante los resultados obtenidos se puede observar que un porcentaje representativo de los trabajadores respondió “probablemente no” en relación si está consciente de las oportunidades y amenazas en el entorno externo de la Mipyme, es decir, el 34,43% de los trabajadores probablemente no están conscientes de las oportunidades y las amenazas que se presentan en el mercado por lo que ese desconocimiento impide la una contribución al crecimiento de la Mipyme y anticipar posibles riesgos que se presenten más adelante.

## 9. - ¿Qué herramientas tecnológicas o sistemas de gestión utilizan en los procesos diarios dentro de la Mipyme?

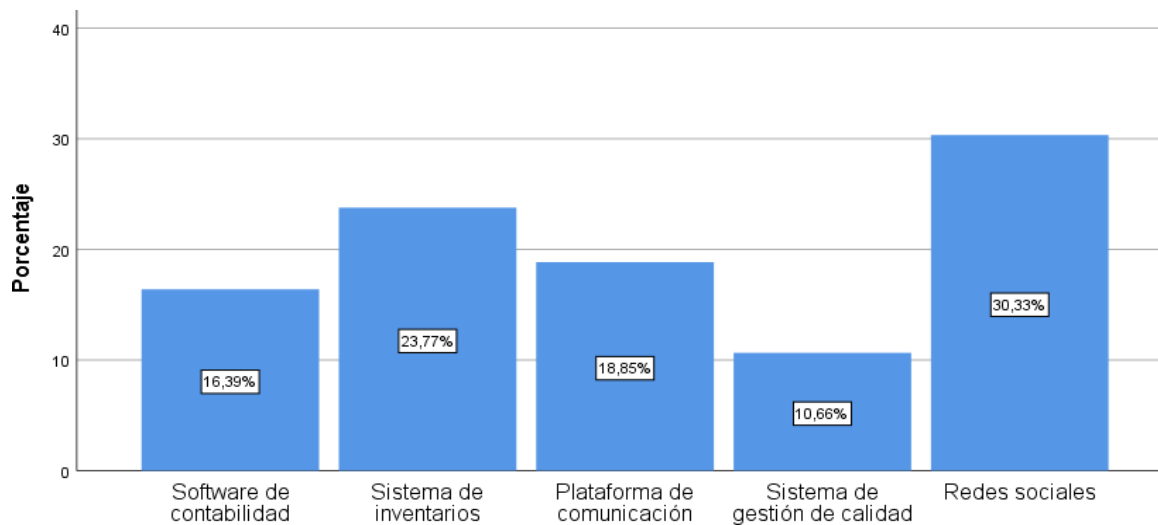
**Tabla 37**

*Tecnología y Sistemas de Información*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido			
Software de contabilidad	20	16,4	16,4
Sistema de inventarios	29	23,8	23,8
Plataforma de comunicación	23	18,9	18,9
Sistema de gestión de calidad	13	10,7	10,7
Redes sociales	37	30,3	30,3
Total	122	100,0	100,0

**Figura 32**

*Tecnología y Sistemas de Información*



**Nota:** Registro de tecnologías y sistemas de información

De acuerdo con la interrogante que se formuló para conocer que herramientas o sistemas de gestión implementan dentro de los procesos diarios del negocio, se dio a conocer que el 30,33% de los trabajadores revelan que solo utilizan las redes sociales como herramientas tecnológicas, seguida de un 23,77% de trabajadores que utilizan sistemas de inventarios, ya sea que tan solo utilizan estas herramientas por la ausencia de conocimientos o recursos disponibles.

## 10. - ¿Qué proyecto cree que se tendría que implementar en la Mipyme para fortalecer su funcionamiento?

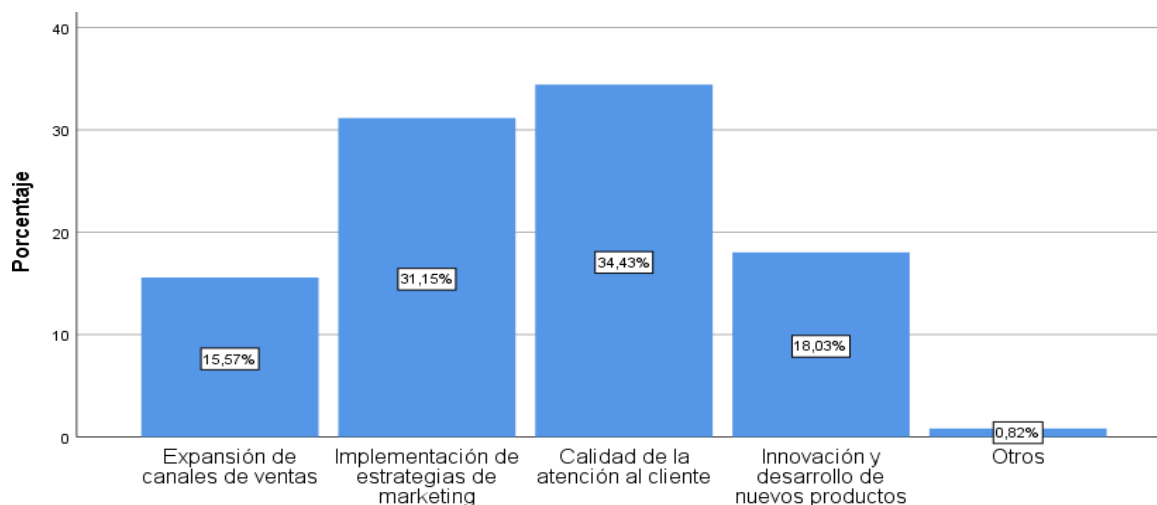
**Tabla 38**

*Proyectos*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Expansión de canales de ventas	19	15,6	15,6
Implementación de estrategias de marketing	38	31,1	31,1
Válido Calidad de la atención al cliente	42	34,4	34,4
Innovación y desarrollo de nuevos productos	22	18,0	18,0
Otros	1	,8	,8
Total	122	100,0	100,0

**Figura 33**

*Proyectos*



**Nota:** Registro de posibles Proyectos a implementar en las Mipymes Comerciales.

Se demuestra que la mayoría de los trabajadores representados con un porcentaje del 34,43 %, requieren y prefieren que se implementen nuevos proyectos relacionados con la calidad de la atención al cliente seguido de estrategias de marketing, ya que los clientes son primero y para mantenerlos como consumidores frecuentes, debe haber una mejora en el mercado competitivo.



## 11. - ¿Qué estrategias cree que se han implementado en la Mipyme para su crecimiento sostenible?

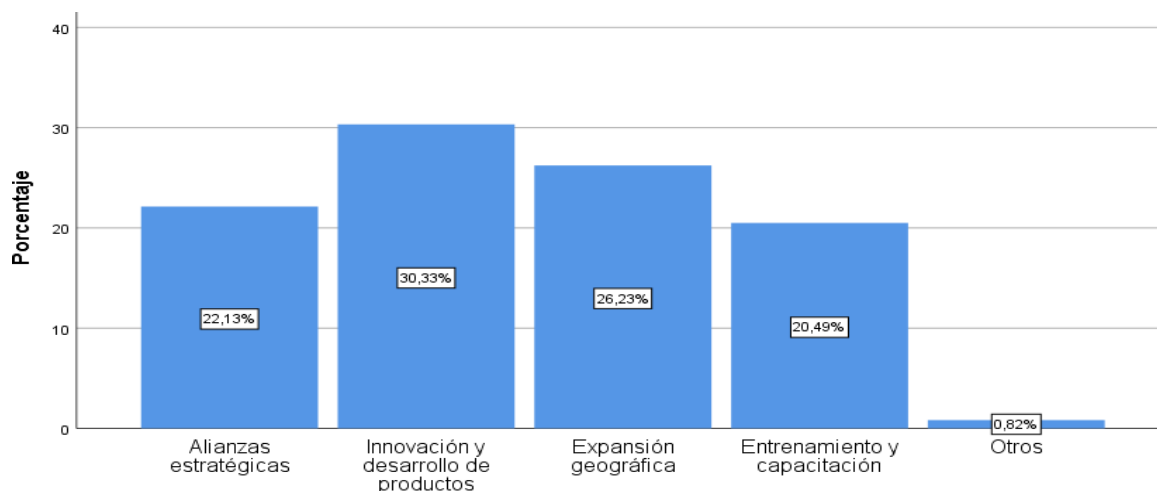
**Tabla 39**

*Estrategias*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Alianzas estratégicas	27	22,1	22,1
Innovación y desarrollo de productos	37	30,3	30,3
Válido Expansión geográfica	32	26,2	26,2
Entrenamiento y capacitación	25	20,5	20,5
Otros	1	,8	,8
Total	122	100,0	100,0

**Figura 34**

*Estrategias*



**Nota:** Registro de las posibles estrategias a implementar en las Mipymes.

De acuerdo con la pregunta realizada, el mayor número de porcentaje equivalente a un 30,33%, demuestra que los trabajadores requieren una implementación de estrategias de Innovación y desarrollo de productos para lograr un crecimiento sostenible de las Mipymes Comerciales en la Parroquia Chanduy; sin embargo, no se puede evitar nombrar a las otras estrategias elegidas por otros trabajadores porque su porcentaje es tan lejano al primero, por ende, también sería recomendable evaluar las estrategias de expansión geográfica, alianzas estratégicas y por último el entrenamiento y capacitaciones.

## 12. - ¿Se implementan acciones efectivas para llevar a cabo las estrategias y alcanzar los objetivos?

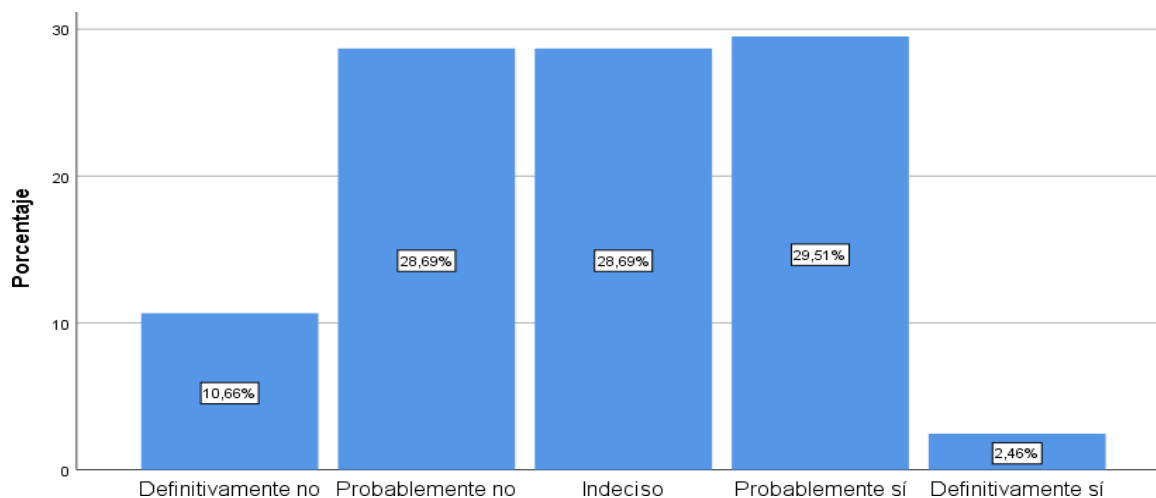
**Tabla 40**

*Acciones*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Definitivamente no	13	10,7	10,7
Probablemente no	35	28,7	28,7
Válido Indeciso	35	28,7	28,7
Probablemente sí	36	29,5	29,5
Definitivamente sí	3	2,5	2,5
Total	122	100,0	100,0

**Figura 35**

*Acciones*



**Nota:** Registro de la posibilidad de implementación de acciones para estrategias.

Con los resultados obtenidos, se puede observar que los trabajadores eligen que probablemente la Mipyme donde laboran si implementan acciones para llevar a cabo las estrategias y lograr alcanzar los objetivos, pero esto no refleja que los trabajadores estén seguros y confiados de la implementación de acciones porque según la figura 35 tan solo el 2,46% de los trabajadores se encuentran definitivamente confiados de que la Mipyme donde laboran si aplican e implementan acciones efectivas para las estrategias, considerado como un punto de mejora para las Mipymes.

### 13. - ¿Cree que se cuenta con mecanismos de supervisión para evaluar el desempeño y resultados en los procesos internos de la Mipyme?

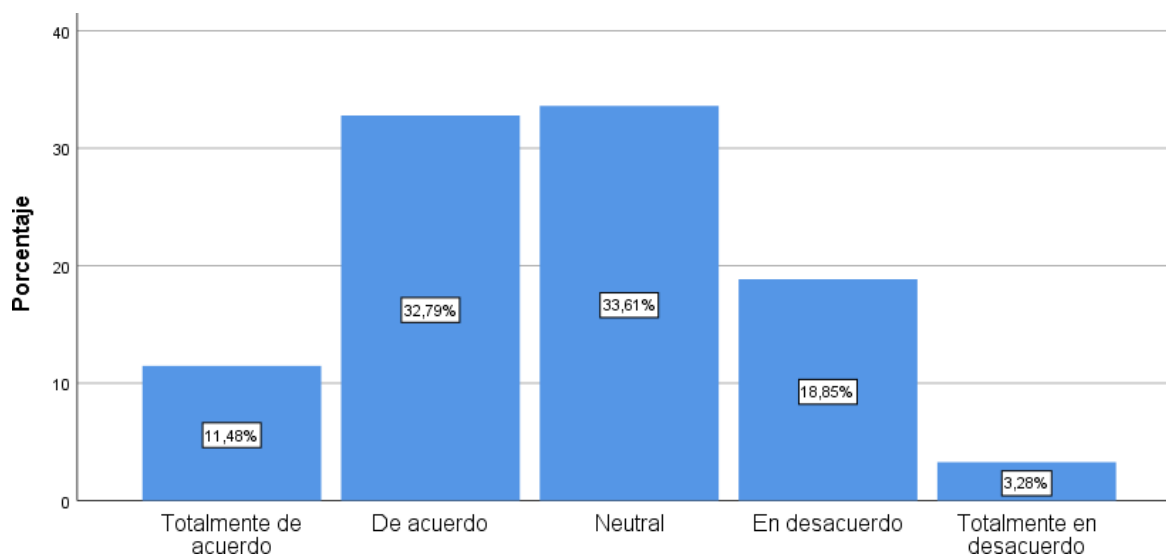
**Tabla 41**

*Supervisión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Totalmente de acuerdo	14	11,5	11,5
	De acuerdo	40	32,8	32,8
	Neutral	41	33,6	33,6
	En desacuerdo	23	18,9	18,9
	Totalmente en desacuerdo	4	3,3	3,3
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 36**

*Supervisión*



**Nota:** Registro de posibilidad de supervisión en el desempeño y resultados de los procesos.

Mediante los datos obtenidos, se revela que los trabajadores de la Mipymes de la Parroquia Chanduy se encuentran indecisos o no están muy confiados de que los negocios cuenten con mecanismos de supervisión para evaluar el desempeño y resultados en los procesos internos y que aún existan Mipymes donde los trabajadores no sientan la seguridad de que cuentan con mecanismos para evaluar el desempeño en los procesos, siendo esto importante para una mejora continua y retroalimentación sobre el desempeño y resultados de sus esfuerzos.

#### 14. – ¿Cree que se utilizan herramientas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del progreso de mejora continua?

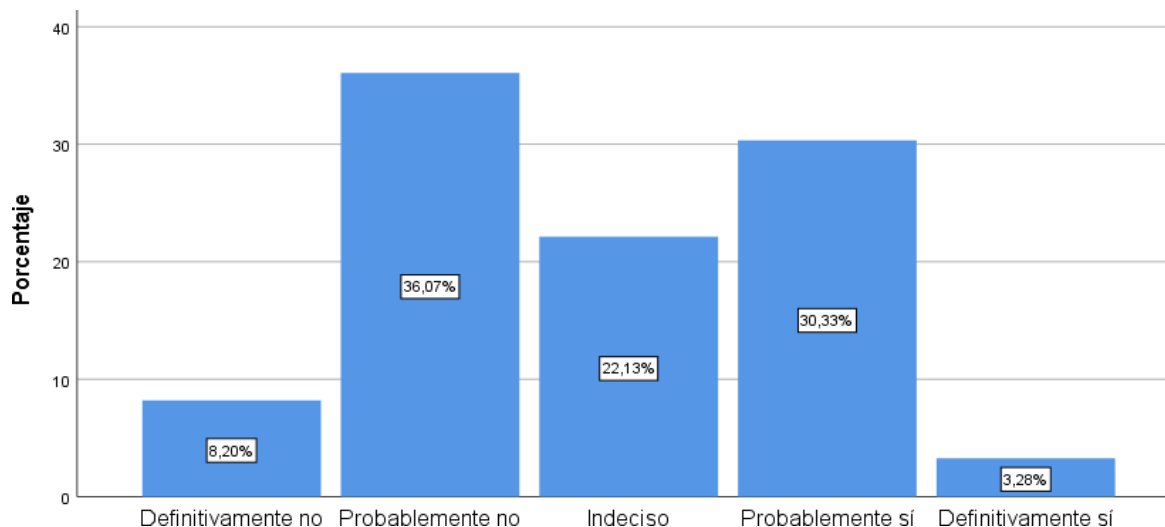
**Tabla 42**

*Seguimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Definitivamente no	10	8,2	8,2
	Probablemente no	44	36,1	36,1
	Indeciso	27	22,1	22,1
	Probablemente sí	37	30,3	30,3
	Definitivamente sí	4	3,3	3,3
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 37**

*Seguimiento*



**Nota:** Registro de herramientas de seguimiento.

En relación con la interrogante, el 36,07% de los trabajadores revelan que probablemente no se estén utilizando herramientas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del progreso de mejora continua dentro de las Mipymes Comerciales, por ende, ya sea a mediano y largo plazo traerá consecuencias como ausencia de dirección y enfoque de los trabajadores e inclusive un estancamiento y ausencia de innovación dentro de los negocios de la Parroquia Chanduy.

## 15. - ¿Cada que tiempo aplican una evaluación de desempeño en su área de trabajo en la Mipyme?

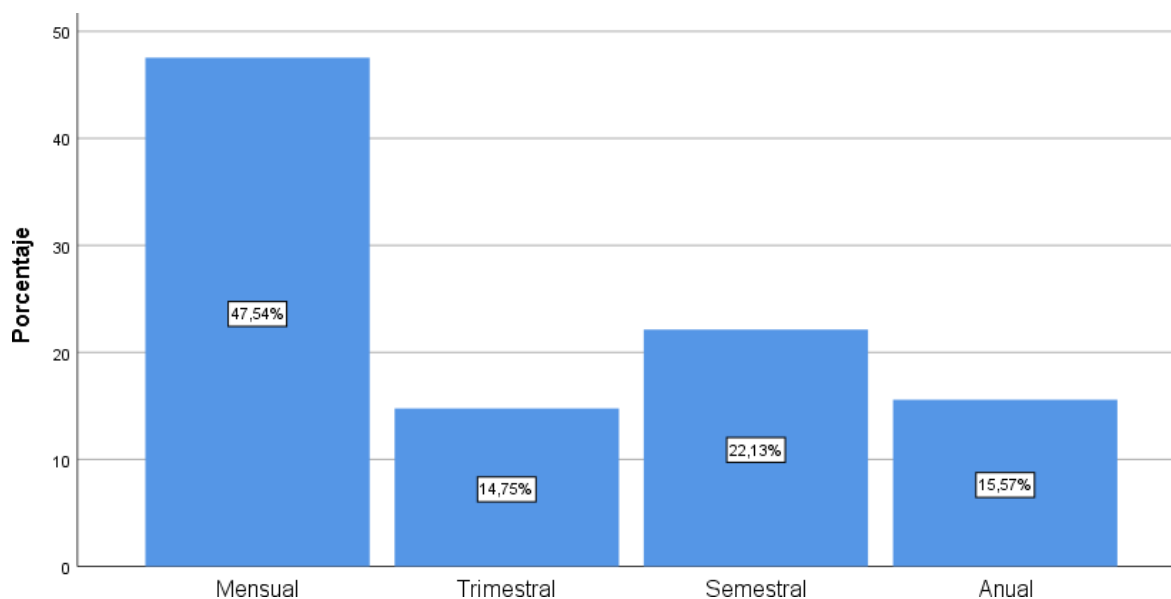
**Tabla 43**

*Evaluación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válido	Mensual	58	47,5	47,5
	Trimestral	18	14,8	14,8
	Semestral	27	22,1	22,1
	Anual	19	15,6	15,6
	Total	122	100,0	100,0

**Figura 38**

*Evaluación*



*Nota: Registro del tiempo de evaluación de desempeño.*

Según los datos obtenidos de la respectiva pregunta se observa que la mayoría de los trabajadores afirman que las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy aplican una evaluación de desempeño en sus áreas de trabajo de manera mensual, considerando sus pro y contra, como por ejemplo existiría una retroalimentación regular y alineación de expectativas, pero también existiría estrés y presión hacia los trabajadores como también una carga administrativa.

## Discusión

La presente investigación se llevó a cabo por el problema central que radica en saber y conocer de qué manera la Gestión Estratégica contribuirá al desarrollo de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, la cual se identificó algunos aspectos interesantes y sugestivos que están influyendo de manera negativa en relación con la gestión estratégica en las Mipymes como la ausencia de conocimiento sobre una buena gestión estratégica y aún más el limitado conocimiento de como implementarlas en los locales comerciales.

Tomando como referencia el trabajo investigativo de Valencia titulado “*Gestión Estratégica y competitividad en las Mipymes Comerciales de la Parroquia Anconcito, Cantón Salinas, año 2022*”, donde para la recolección de información en primer lugar se utilizó la técnica de Entrevista aplicada a las autoridades competentes de la Parroquia Anconcito como es el teniente político y el presidente del GAD Parroquial de Anconcito, la misma que fue elaborada por 10 preguntas abiertas coherentes a la variable de Gestión Estratégica y su relación con la competitividad de las Mipymes.

Por lo consiguiente, para el presente estudio investigativo se hizo uso de la técnica de entrevista para recolección de información, pero esta vez fueron dirigidas a las Autoridades competentes de la Parroquia Chanduy, como es el caso de Presidente de la Sociedad Obrera Democrática de Chanduy, un representante del GAD Parroquial de Chanduy; adicional a estas autoridades se le añadió la opinión del Presidente de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena, cuya entrevistas estuvieron elaboradas por 10 preguntas abiertas y cada pregunta estaba relacionada con la variable Gestión Estratégica y sus respectivas dimensiones e indicadores establecidos.

No obstante, con lo mencionado anteriormente, este trabajo de investigación realiza las debidas entrevistas a las autoridades competentes donde se conoce la situación actual de las Mipymes y de qué forma está contribuyendo la Gestión Estratégica en cada una de ellas, así como también la manera que éstas predominan en el crecimiento de la economía de la Parroquia, por lo que se reveló que para un crecimiento sostenible de las Mipymes comerciales se requiere de la implementación de una buena gestión estratégica, lo cual forma una filosofía empresarial efectiva, estrategias de capacitaciones, estrategias de innovación y marketing para la publicidad de los productos, lo que serían muy bien aceptadas para un cambio positivo y mejora continua en las Mipymes comerciales.

De la misma manera, en el trabajo investigativo citado de “Valencia” se muestra que se realizaron encuestas dirigidas a los propietarios y a los clientes más frecuentes de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Anconcito. El instrumento fue elaborado con preguntas cerradas de acuerdo con las variables con sus respectivas dimensiones, con la finalidad de analizar y medir los indicadores que compone el trabajo de investigación. Recalcando que para este cuestionario se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia para los clientes frecuentes, pero con relación a los propietarios se utilizó un tipo de muestreo censal, donde se requirió la participación de todos los propietarios sin excepciones.

De igual forma, en el presente trabajo investigativo se aplicaron encuestas pero estas fueron dirigidas a los propietarios y trabajadores de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, donde se utiliza también un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia del 50% tanto para los propietarios como para los trabajadores, con la finalidad de poder conocer si las Mipymes cuentan con una buena gestión estratégica y si la están implementando de manera correcta, al igual de conocer cuáles serían las posibles estrategias a implementar para una mejora continua logrando un crecimiento sostenibles en las Mipymes.

Igualmente, el trabajo investigativo de Mejillones denominado “*La gestión Estratégica y la productividad de las Pymes comerciales de la Provincia de Santa Elena*” elegida como referencia, demuestra que de la misma manera utilizaron encuestas para obtener información importante sobre la gestión estratégica y la productividad, lo que permitirá detectar las falencias y poder formular nuevas estrategias de desarrollo que brinden valor agregado a sus actividades y optimicen su productividad, dando como resultado que la gestión estratégica era poco aplicada en las Pymes encuestadas, contaban con herramientas administrativas poco eficientes, así como hay pocas Pymes que se encuentran en su nivel máximo de productividad.

De acuerdo a lo mencionado, las encuestas que se han realizado en el presente trabajo, tuvo como propósito indagar la opinión de los propietarios y trabajadores, que evidenció la existencia una falencia en la filosofía empresarial de las Mipymes comerciales porque algunas no cuentan con visión y misión claras y definidas, otras no ejecutan ningún tipo de análisis de entorno (interno y externo), manejan tecnologías y sistemas de información de forma muy limitada, y además solo utilizan redes sociales como herramientas básicas para la publicidad de los productos, también poseen ausencia de control estratégico dentro de los procesos de las Mipymes, recalcando que los trabajadores opinan que mayor importancia se da en la atención al cliente.

## **Propuesta**

### **Plan de Acción para las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena**

#### ***Prólogo***

Las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) comerciales son consideradas esenciales e importantes en el desarrollo de la Parroquia Chanduy, ya sea por su contribución al crecimiento económico (ingresos y riquezas comunitarios) o por la participación social activa local, que promueve a conseguir un mejor desarrollo sostenible en cada una de las comunas que conforman la parroquia. Sin embargo, según los datos recogidos en el estudio realizado anteriormente, se visualiza una gran ausencia de la participación de una buena gestión estratégicas en los negocios comerciales que adicional a eso, muchos carecen conocimiento sobre este tema, por ende, les está impidiendo seguir avanzando y tener ese crecimiento y desarrollo sostenible en el mercado.

Por ende, es necesario aplicar un plan de acción básico para identificar estrategias eficientes, que ayuden a cada una de las Mipymes a mejorar y poder transformar sus debilidades que tiene dentro de sus procesos o las amenazas que existen alrededor de los negocios. Recalcando que un plan de acción es conocido como una hoja de ruta, la cual se encargan de guiar las actividades a realizar con cada una de sus acciones a tomar al momento de implementar las posibles estrategias eficientes en los negocios, así alcanzar los objetivos propuestos. Pero se debe tener en cuenta que un plan de acción se debe monitorear y evaluar periódicamente para ver si las estrategias implementadas están dando resultados esperados o si existe algunas desviaciones.

No obstante, la propuesta de presentar un plan de acción como una posible solución a la problemática tiene como propósito principal el plantear estrategias y acciones para poder mejorar la Gestión estratégica que hoy en día, cuenta con muchas falencias e inclusive gran parte de los propietarios y trabajadores cuentan con ausencia de conocimiento necesario sobre una gestión estratégica eficiente al igual que la falta de administración de los negocios comerciales, ya que el entorno empresarial al pasar el tiempo se vuelve más competitivo y dinámico logrando que si las Mipymes tienen déficit en implementar estrategias eficiente en las falencias que poseen, traerá graves consecuencias en mediano o largo plazo retrasando una mejora continua y crecimiento sostenible.



### ***Diagnóstico***

El diagnóstico de la propuesta es dado para examinar la situación actual de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy identificando cada una de sus fortalezas como también sus falencias existentes en los procesos, a través de un análisis de los factores estratégicos más relevantes (FODA).

Recalcando que la mayoría de las Mipymes comerciales se le da poca importancia y relevancia al hablar del tema de gestión estratégica que hasta los mismos propietarios contienen carencia de conocimiento sobre este tema, con la existencia de un déficit en la realización, pensando que es mínimo su importancia dentro del mercado y en casos de propietarios que sí aplican gestión estratégica lo implementan de manera incorrecta, teniendo de apoyo tan solo estrategias insuficientes para un crecimiento, productividad y competitividad sostenible de los negocios comerciales, de modo que esta situación conlleva a consecuencias grandes como la pérdida de oportunidades y puesto en el mercado como también llegar al punto de cierre temporales de los negocios.

De tal manera que, es primordial diseñar para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales (Mipymes) estrategias eficientes planteadas en plan de acción de esta propuesta y así poder demostrar y recomendar su implementación a cada una de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy y puedan tomar buenas decisiones optimizando un mejor crecimiento sostenible y desarrollo continuo, logrando una comunidad capacitada con conocimientos estratégico para hacer frente a las competencias que se encuentran en el mercado.

Una matriz FODA es conocida por realizar un análisis del entorno, aquella herramienta versátil y valiosa de análisis estratégico que permite reconocer y comprender de forma integral como está conformada la empresa en cuanto a sus aspectos internos que posee y sus factores externos en el entorno ya sean positivos o negativos, para que a partir de ahí se logre diseñar estrategias eficientes y comenzar a manejar las fortalezas para aprovechar las oportunidades, encontrarse debilidades para minimizar amenazas, atesorar fortalezas para superar amenazas y ocuparse en las debilidades para aprovechar oportunidades.

Por ende, una vez realizado el análisis de la situación en las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, se obtiene factores relevantes como sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, lo cual permitirá diseñar estrategias eficientes y necesarias para implementarlas en cada uno de los negocios para una mejora continua, lo cual, el FODA se determina de la siguiente manera:

**Tabla 44***Análisis FODA*

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
F1: Talento humano joven	O1: Nuevos cursos de capacitación
F2: Atención al cliente	O2: Ubicación de las Mipymes comerciales
F3: Propietarios jóvenes	O3: Apoyo gubernamental en financiamiento
F4: Precios competitivos	O4: Crecimiento de la demanda
F5: Lealtad de clientes antiguos	O5: Alianzas estratégicas
F6: Conocimiento del mercado local	O6: Rápida evolución tecnológica
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
D1: Ausencia de una buena filosofía empresarial	A1: Mipymes con clara filosofía empresarial
D2: Inseguridad a nuevos cambios	A2: Robos (Vacunadores)
D3: Ausencia innovación	A3: Venta de los mismos productos por parte de la competencia
D4: Escasez de estrategias de marketing	A4: Competencia innovadores
D5: Personal no capacitado	A5: Avance tecnológico
D6: Déficit en tecnologías y sistemas de gestión.	A6: Cambios en las tendencias del mercado
D7: Déficit de inventarios	

**Nota:** Registro del Análisis FODA de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy

Tabla 45

Matriz CAME

		<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
		<b>Análisis Externo</b>	<b>Análisis Interno</b>
		<b>FO (MAXI-MAXI)</b>	<b>DO (MINI-MAXI)</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>O1:</b> Nuevos cursos de capacitación <b>O2:</b> Ubicación de las Mipymes comerciales <b>O3:</b> Apoyo gubernamental en financiamiento <b>O4:</b> Crecimiento de la demanda <b>O5:</b> Alianzas estratégicas <b>O6:</b> Rápida evolución tecnológica	<b>F1O1:</b> Programas de capacitaciones y desarrollo de habilidades y destrezas <b>F2O6:</b> Autoservicio en línea <b>F3O2:</b> Ubicaciones estratégicas <b>F4O4:</b> Penetración en el mercado <b>F6O5:</b> Expansión geográfica	<b>D2O6:</b> Capacitaciones de tecnologías <b>D3O4:</b> Programas de Innovación <b>D5O1:</b> Programas de capacitaciones de desarrollo y destrezas <b>D6O3:</b> Prestamos para tecnologías y sistemas de gestión <b>D7O4:</b> Aumento de inventarios
		<b>FA (MAXI-MINI)</b>	<b>DA (MINI.MINI)</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>A1:</b> Mipymes con clara filosofía empresarial <b>A2:</b> Robos (Vacunadores) <b>A3:</b> Venta de los mismos productos por parte de la competencia <b>A4:</b> Competencia innovadores <b>A5:</b> Avance tecnológico <b>A6:</b> Cambios en las tendencias del mercado	<b>F1A2:</b> Programas de capacitaciones en situaciones de robo. <b>F1A5:</b> Actualización tecnológica <b>F4A3:</b> Promociones (diferenciación) <b>F6A1:</b> filosofía empresarial eficiente y alcanzable	<b>D1A1:</b> filosofía empresarial clara, entendible y alcanzable <b>D3A6:</b> Desarrollo de nuevos productos <b>D5A4:</b> Programas de capacitaciones de innovación <b>D6A5:</b> Inversión en tecnologías

**Nota:** Registro del cruce de variables para formar estrategias

## ***Objetivos***

Con los resultados del análisis interno y externo, se obtiene los objetivos de la propuesta planteada del plan de acción de las Mipymes comerciales. Siendo estos objetivos, la razón por la cual se emplea la propuesta de mejora en las Mipymes comerciales y se logre plasmar lo que se pretende obtener del estudio, de manera que se orientan en la recopilación de información fidedigna.

### **Objetivo general**

Mejorar la gestión estratégica a través de un plan de acción básico de estrategias eficientes para un crecimiento y desarrollo sostenible de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.

### **Objetivos específicos**

- Diseñar estrategias eficientes para el crecimiento y desarrollo sostenible de las Mipymes comerciales
- Determinar acciones que logren la ejecución de las estrategias en las Mipymes comerciales
- Implementar las estrategias con sus acciones adecuadas para el crecimiento de las Mipymes comerciales.

## ***Estrategias***

A través de los resultados en el estudio se puede plantear y describir varias estrategias eficientes con sus respectivas acciones a tomar que se consideran importante para que sean parte de los propietarios y trabajadores de las Mipymes Comerciales de la Parroquia Chanduy.

Estrategia de filosofía empresarial:

- Capacitación y sensibilización de fortalecimiento de la filosofía empresarial.

Acciones:

- Desarrollar un plan de capacitación
- Definir valores y principios claros
- Establecer indicadores de desempeño
- Crear un ambiente alineado a la filosofía empresarial

Es de suma importancia cada Mipyme comercial llegue a constar con una visión, misión, objetivos y valores organizacionales claro, alcanzables y bien definidos para evitar un déficit de inseguridad y confusión para ningún miembro del negocio y puedan guiar las acciones y decisiones de una empresa, logrando que a largo a tiempo haya un crecimiento sostenible en vez de un riesgo de cierre de las Mipymes comerciales.

Estrategias de herramientas tecnológicas o sistemas de gestión:

- Evaluación exhaustiva de necesidades tecnológicas y de gestión.

Acciones:

- Identificar exactamente las necesidades tecnológicas específicas
- Investigar y evaluar soluciones
- Establecer un presupuesto

Es necesario que se implementen herramientas tecnológicas y sistemas de gestión para mejorar y facilitar los procesos internos de las Mipymes, ya sean herramientas o sistemas como software de contabilidad, sistemas de gestión de inventarios, plataformas de comercio electrónico.

Estrategia de marketing:

- Desarrollar nuevas estrategias de marketing

Acciones:

- Realizar investigaciones de mercado
- Desarrollo de nuevos productos
- Planificar la estrategia de marketing
- Crear ofertas y promociones

Una estrategia de marketing es para lograr promover los productos comerciales, mejor presentación, y a un mejor precio, para que los consumidores se sientan atraídos, entre ellos se podrían considerar propuesta de valor única, promociones, canales de distribución de acuerdo con las expectativas y necesidades de los clientes y posibles clientes de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena.

Estrategia para un control estratégico:

- Mejora del control estratégico

Acciones:

- Definir metas y objetivos claros
- Establecer un sistema de seguimiento y control
- Crear tablero de control estratégico
- Capacitación y desarrollo

Permitirá asegurar las estrategias que son implementadas en las Mipymes Comerciales y que se encuentren alineados a los objetivos y metas determinados evitando desvíos de estrategias, mediante el seguimiento y la evaluación del proceso estratégico, al igual que los ajuste que se realizan si son necesarios, entre ellos están los indicadores de desempeño (KPIs), monitoreo regular, análisis de desviaciones, toma de decisiones y acciones correctivas y evaluación y mejora continua.

Estrategias de atención del cliente:

- Fortalecer habilidades del personal para servicio al cliente

Acciones:

- Capacitar al personal en habilidades de servicio al cliente
- Definir estándares
- Recopilar y utilizar el feedback del cliente
- Implementar tecnología de apoyo

Este apartado se indica ya que los trabajadores toman como parte fundamental de las Mipymes una mejor atención a los clientes, al igual que realizar una entrega inmediata de las compras ya que la existencia de los negocios depende los consumidores, por ende, la implementación de esta estrategia permitirá escuchar y entender cuáles son las expectativas y necesidades de los consumidores ganando lealtad de los clientes hacia los negocios comerciales.

Estrategia para un personal capacitado:

- Capacitación al personal colaborativo

Acciones:

- Identificar las necesidades de capacitación
- Establecer calendarios de capacitaciones
- Fomentar la participación activa
- Programas de reconocimiento y recompensas

Con un personal sumamente capacitado permitiría fomentar una verdadera mejora continua en los procesos de las Mipymes, recalando que la Mayoría de los trabajadores de los negocios de la Parroquia Chanduy se caracterizan por ser jóvenes quienes pueden desarrollar sus habilidades y destrezas.

## Conclusiones

De acuerdo al primer objetivo específico, se concluye que la situación actual de las Mipymes comerciales en la Parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena, contiene varios déficits a pesar de que contribuyen a la economía y riqueza de la comunidad en general, por sus ausencias de conocimientos clave de gestión estratégica y desconocimientos de muchos factores indispensable en el mercado que se deben tener en cuenta, las Mipymes comerciales van decayendo cada día más al punto de un cierre temporal de sus negocios en vez de tener un crecimiento sostenible, por ende, su aportación a la Parroquia va en disminución.

Referente al segundo objetivo específico, se identifican estrategias que impulsen el desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas comerciales de la parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, por medio del análisis realizado internamente y externamente se revelaron varias estrategias que posiblemente fomenten a un crecimiento y desarrollo sostenible de las Mipymes comerciales, recalcando que existen estrategias que deben ser aplicadas en de acuerdo a la situación, por lo cual, se debe comenzar desde estrategias que ayuden a conseguir estabilidad y crecimiento de las Mipymes hasta llegar a estrategias que logren una expansión geográfica.

Así mismo, el tercer objetivo específico concluye en proponer e implementar estrategias efectivas para que logren mejorar la gestión de las Mipymes comerciales en la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, por ende, se realizó un plan de acción donde a través de un análisis FODA y el respectivo cruce de variable (Matriz CAME) se pueden concluir y plantear las estrategias que se deben implementar principalmente para conseguir el crecimiento sostenible que todos los negocios de la Parroquia necesitan, desde contener una buena filosofía empresarial hasta un estrategias para mejorar la atención al cliente.

Respecto al objetivo general de la investigación al determinar la contribución de la gestión estratégica en base al diagnóstico situacional para el desarrollo de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, se demuestra que la gestión estratégica no está contribuyendo de manera efectiva en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresa comerciales de la comunidad, de acuerdo al diagnóstico situacional que se estableció se manifiesta que los propietarios y trabajadores no cuentan con mucho conocimiento acerca de una buena gestión estratégica, por ende, no están implementado las estrategias necesarias para el desarrollo y crecimiento sostenibles de las Mipymes comerciales, sin embargo se crea una propuesta para mejorar este déficit de los negocios dentro de la Parroquia Chanduy.



## **Recomendaciones**

Es recomendable indicar que para conseguir una mejora en los déficit existentes en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas comerciales y optimar la situación actual en la Parroquia, todas aquellas las autoridades Competentes y responsables que dirigen la Parroquia Chanduy conjunto a cada directiva representativa comunales, conozcan cada uno de los limitaciones de los negocios y que como consecuencias están teniendo baja contribución en la parte económica y social dentro de la comunidad, por ende, deben ayudar y buscar métodos sistemáticos para mejorar la situación actual de las Mipymes y de esa manera que cada negocio que forma parte de la comunidad pueda seguir contribuyendo a la economía y riqueza.

Es necesario que los propietarios de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, sepan y conozcan las estrategias que pueden ser implementadas en sus negocios, siendo ellos representantes y conocedores de la situación que está pasando cada uno de sus negocios. De la misma manera, los trabajadores o equipos de trabajo de laboran en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas logren contribuir con sus capacidades y destrezas en la implementación de estrategias de mejora, consiguiendo estabilidad, crecimiento y desarrollo de toda Mipyme comercial, haciendo énfasis que la aplicación de cualquier estrategia conveniente se lo debe realizar con conocimiento previo de la situación.

Se recomienda los propietarios de cada Mipyme comercial implementar el plan de acción planteado como propuesta del estudio de investigación realizada, donde se revelan las estrategias eficientes que ayudarán al crecimiento sostenible de las Mipymes comerciales, para mejorar desde el déficit existentes en las filosofías empresariales de los negocios comerciales, la ausencia de implementación tecnológica y sistema de gestión para los procesos sistemáticos hasta la mejora en la atención al cliente para disminuir los cierres temporales existentes en la Parroquia Chanduy.

Para conseguir una buena contribución de la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena y conseguir el crecimiento y desarrollo sostenible deseado, deben recibir capacitaciones tanto las autoridades competentes para saber cómo deben contribuir hacia una mejora de las Mipymes en relación con la economía de la parroquia, los propietarios deben tener conocimientos de gestión estratégica para velar por su negocio; recalando que al momento de que los propietarios apliquen el plan de acción realicen un plan de seguimiento, control y evaluación periódica para ver si se están cumpliendo los objetivos propuestos.

## Referencias

- Arce Burgoa, L. G. (2010). Como lograr definir objetivos y estrategias empresariales. *Perspectivas* (25), 191-201.
- Arrogante Ramírez, A. B. (2022). *Organización de eventos empresariales* (Segunda ed.). COPYRIGHT 2022 Ediciones Paraninfo, S.A.  
<https://books.google.es/books?id=o4h3EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Ashkenas, R., y Moore, P. D. (08 de abril de 2022). *Mantener de vista la visión a largo plazo de su empresa*. Pth-MiaMeraki.
- Ayala Farías, M. G. (2018). *Creación de Filosofía Empresarial y Manuales Administrativos de la Empresa Bolsas y desechables Rey Coliman*. Colima: Dspace.
- Ayón Ponce, G. I., Zea Barahona, C. A., y Zambrano Acosta, J. (07 de septiembre de 2020). Procedimiento para aplicar la Gestión Estratégica Organizacional en las PYMES de la ciudad de Jipijapa. *Dominio De Las Ciencias*, 6(3), 487-507.  
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1411/2526>
- Boixader, J., Xalabarder, M., Casanovas, V., y Solá, F. (2019). Los Proyectos Estratégicos. En *Guías Metodológicas para la Planificación Estratégica*, 5.  
<https://urbanitasite.files.wordpress.com/2019/11/los-proyectos-estrategicos.pdf>
- Burin, D. (2018). *El análisis interno y externo*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). San José, Costa Rica: Marvin Blanco, Federico Ganduglia, Daniel Rodríguez. <https://guiagriconicaragua.com/wp-content/uploads/2018/11/Manual-3.pdf>
- Cabico Muibo, A. V. (2022). Gestión estratégica en las pequeñas y medianas empresas en Mozambique. *Ciencia UNEMI*, 15(38), 73-83.  
<file:///C:/Users/Sandra%20Cruz/Downloads/Dialnet-GestionEstrategicaEnLasPequeñasYMedianasEmpresasEn-8374920.pdf>
- Calvo A., C. (s.f). *El Control Estratégico*. Mercadeo.com:  
<https://www.mercadeo.com/blog/2010/01/el-control-estrategico/>
- Cámara de Comercio de España. (s.f). *Análisis interno-externo*. camara.es:  
<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/analisis#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20externo%20se%20basa,ideas%20innovadoras%20para%20la%20organizaci%C3%B3n>
- Carpio Utrilla, C. J. (2007). La supervisión y la administración. *Universidad Autónoma-Metropolitana*.
- Clavel Maqueda, M., y Cornejo Velázquez, E. (2014). Sistema de Información en las Organizaciones. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del*

- ICEA, 3(5). Boletín Científico de las Ciencias Económicas Administrativas del ICEA: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n5/e9.html>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (20 de octubre de 2008). CRE: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-06/CONSTITUCION%202008.pdf>
- Contreras Pacheco, O., Pizaran Parra, A., y Villareal, M. (2021). *¿Son la Misión y Visión Verdaderos Promotores de Ventaja Competitiva e Innovación?* Valencia: Editorial Universidad Politécnica de Valencia. <https://doi.org/10.4995/INN2020.2020.11828>
- Da Silva, D. (05 de abril de 2022). *¿Cómo hacer una filosofía empresarial en 5 pasos?* Zendesk.com: <https://www.zendesk.com.mx/blog/filosofia-empresarial/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20empresarial%20es%20un,establecida%20en%20tu%20cultura%20organizacional>.
- Domínguez Menéndez, J. J. (julio de 2021). El Control Estratégico: Factor para el logro de los objetivos de una organización. *17(81)*, 243-250. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v17n81/1990-8644-rc-17-81-243.pdf>
- Durán Juvé, D., Llopart Pérez, X., y Redondo Durán, R. (1999). La Dirección y el Control Estratégico: Su aplicación en los Recursos Humanos. *Diposit Digital de la Universitat de Barcelona*.
- Fernández Torres, A. (2023). *El análisis del entorno: Un enfoque de planeación*. Www.uv.mx: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/analisis2003-2.pdf>
- Flores Macías, S. (16 de enero de 2017). *Seguimiento y Control del Plan Estratégico de Desarrollo Institucional*. [planificacion.espol.edu.ec](http://planificacion.espol.edu.ec): [http://planificacion.espol.edu.ec/sites/default/files/Seguimiento%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20PEDI%202013%20-%202017%20%283%29\\_con%20firma%20Rector.pdf](http://planificacion.espol.edu.ec/sites/default/files/Seguimiento%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20PEDI%202013%20-%202017%20%283%29_con%20firma%20Rector.pdf)
- Franco Coello, M. R., y Cedeño Troya, D. M. (18 de noviembre de 2022). Modelo de Gestión Estratégica para el Crecimiento Económico de las Pymes Comerciales de la Maná. *Desarrollo Agropecuario, Tecnológico, Empresarial y Humanista (DATEH)*, 4(2). <https://dateh.es/index.php/main/article/view/83/175>
- Gutiérrez, J. F. (1999). Formulación de Estrategias en una Organización Deportiva. *Revista de Educación Física y deporte*, 20(2), 61-67. <https://doi.org/https://doi.org/10.17533/udea.efyd.3313>
- Hernández Trasobares, A. (2003). Los sistemas de información: Evolución y desarrollo. *Proyecto social: Revista de Relaciones laborales* (10), 149-165.
- IICA. (2018). Formulación, Ejecución y Evaluación de la Estrategia. En I. I. Agricultura, *Gestión Empresarial Estratégica*. San José, Costa Rica. [repositorio.iica.int](https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7044/BVE18040204e.pdf?sequence=1): <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7044/BVE18040204e.pdf?sequence=1>

- INEC. (2022). *Registro Estadístico de Empresas (REEM)*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Isotools. (20 de octubre de 2023). *Planeación estratégica: claves de éxito en los Sistemas de Gestión*. isotools.us: <https://www.isotools.us/2023/10/20/7-factores-claves-de-exito-de-la-planeacion-estrategica-en-los-sistemas-de-gestion/#:~:text=La%20formulaci%C3%B3n%20de%20estrategias%20implica,que%20se%20han%20de%20seguir.>
- La importancia de la gestión del cambio en la adaptación de una empresa*. (07 de mayo de 2021). VisualTime: <https://blog.visualtime.net/gestion-del-cambio-adaptacion-empres/#:~:text=Mayor%20capacidad%20de%20adaptaci%C3%B3n%20ante%20obst%C3%A1culos%20socioecon%C3%B3micos%20que,perjudicial%20para%20la%20propia%20empresa%20y%20sus%20empleados.>
- La supervisión y la organización*. (s.f). cmicvictoria.org: <http://www.cmicvictoria.org/wp-content/uploads/2012/06/La-supervision-y-control-en-la-Administracion.pdf>
- Lana, R. A. (junio de 2008). La Administración Estratégica como Herramienta de Gestión. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 9(1).
- Ley de Compañías. (10 de diciembre de 2020). *Ley de Compañías*. portal.compraspublicas.gob.ec: <https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2020/12/leydecompanias.pdf>
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. (11 de febrero de 2022). Registro Oficial Suplementario: <https://ec.andersen.com/wp-content/uploads/2022/03/Ley-Organica-CC-81nica-de-Defensa-del-Consumidor.pdf>
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. (28 de febrero de 2020). Registro Oficial-Órgano de la República del Ecuador: <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-07/151%20Exp%C3%ADdase%20la%20Ley%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3nLey%20Org%C3%A1nica%20de%20Emprendimiento%20e%20Innovaci%C3%B3n.pdf>
- Maffino, M. E. (11 de septiembre de 2019). *Sistema de Información*. Concepto: <https://concepto.de/sistema-de-informacion/>
- Mejillones Chiriguayo, M. A. (2022). *La gestión estratégica y la productividad de las Pymes comerciales de la provincia de Santa Elena*. Universidad Estatal Península de Santa Elena UPSE, Facultad de Ciencias Administrativas. La libertad: Repositorio Upse. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6800>
- Meléndez Llerena, N. F. (2018). *La gestión estratégica y su relación con la competitividad en las Pymes del centro comercial e industrial Gamarra*. Universidad San Ignacio de Loyola, Facultad de Ciencias Empresariales, Carrera de Administración. Lima - Perú: repositorio usil. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3c84ead7-4068-46cf-beda-94df5885cfd0/content>

- Muguira, A. (2020). *Gestión Estratégica: Qué es, ventajas y pasos*. TuDashboard: <https://tudashboard.com/que-es-la-gestion-estrategica/>
- Noriega, E., Suarez, F., Vengoechea, J., y Jaafar, H. (2018). Gestión estratégica como agente impulsor en las pymes para el éxito organizacional. *Revista Espacios*, 39(16), 18. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n16/a18v39n16p18.pdf>
- Ortega, C. (junio de 2023). *Visión estratégica: Qué es y pasos para elaborarla*. QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/vision-estrategica/>
- Peñafiel Nivelá, G. A., Acurio Armas, J. A., Manosalvas Gómez, L. R., y Burbano Castro, B. E. (julio de 2020). Formulación de estrategias para el desarrollo empresarial de la constructora Emanuel en el cantón La Maná. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 45-55. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-45.pdf>
- Prado Figueroa, J. J., Quijije Parrales, M. G., y Soledispa Cañarte, B. J. (2021). Comunicación Empresarial: Filosofía, personalidad y valores de las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*, 7(2), 144-161. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1787/3569>
- Puentes Clavijo, D. (2020). *Cómo lograr Objetivos Organizacionales en Empresas del Sector Real*. Repositorio Unimilitar: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/35151/PuentesClavijoDaniel2020.pdf?sequence=1>
- Purita, G. (17 de agosto de 2022). *Claves para el análisis interno de una empresa*. obsbusiness. school: <https://www.obsbusiness.school/blog/claves-para-el-analisis-interno-de-una-empresa>
- Quiñonez Guagua, O., Castillo Cabeza, S. N., Bruno Jaime, C. E., y Oyarvide Ibarra, R. (julio-septiembre de 2020). Gestión y comercialización: Pequeñas y medianas empresas de servicios en Ecuador. *Ciencias Sociales*, XXVI (3), 194-206. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33242>
- Rodríguez Chilán, G. J. (2022). *Gestión Estratégica en la compañía de servicio de transporte Liberpesa S.A. provincia de Santa Elena, año 2022*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Administración de Empresas. Santa Elena: Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9412>
- Romero Urréa, H., Real Cotto, J. J., Ordoñez Sánchez, J. L., Gavino Díaz, G. E., y Saldarriaga, G. (2021). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN (1RA EDICIÓN ed.)*. (I. E. L., Ed.) Milagro: Edicumbre Editorial Corporativa. [https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros\\_categoria\\_Academico/article/view/22/29](https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros_categoria_Academico/article/view/22/29)
- Rosa, A. (10 de febrero de 2022). *La supervisión de la estrategia hacia un futuro sustentable, un desafío de los directores*. infobae.com: <https://www.infobae.com/opinion/2022/02/10/la-supervision-de-la-estrategia-hacia-un-futuro-sustentable-un-desafio-de-los-directores/>

Trejo Sánchez, K. (2021). *Fundamentos de metodología para la realización de trabajos de investigación*. Editorial Parmenia, Universidad La Salle México.

Universidad Isabel I. (26 de agosto de 2022). *¿Qué es la estrategia empresarial y para qué sirve?* Universidad Isabel I: <https://www.ui1.es/blog-ui1/que-es-la-estrategia-empresarial-y-para-que-sirve>

Valencia Mero, M. L. (2023). *Gestión estratégica y competitividad en las Mipymes comerciales de la parroquia Anconcito, cantón Salinas, año 2022*. Universidad Estatal Península de Santa Elena UPSE, Facultad de Ciencias Administrativas. Santa Elena: Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/9332>

Vernaes, B. (16 de febrero de 2022). *Filosofía empresarial: definición, elementos, ejemplos y cómo hacer una filosofía organizacional*. Cinconoticias: <https://www.cinconoticias.com/filosofia-empresarial/>

Vive. (04 de febrero de 2022). El análisis del entorno de una empresa y su importancia. *UNIR la Universidad en Internet*. <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/analisis-del-entorno-empresa/>

# Apéndice

### Apéndice 1. Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<b>GESTIÓN ESTRATÉGICA EN LAS MIPYMES COMERCIALES DE LA PARROQUIA CHANDUY, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2023.</b>	<b>Formulación</b> ¿De qué modo la gestión estratégica contribuye al desarrollo de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena?	<b>Objetivo General</b> Determinar la contribución de la gestión estratégica en base al diagnóstico situacional en el desarrollo de las mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.	Gestión Estratégica	Filosofía empresarial	– Visión – Misión – Objetivos – Valores organizacionales	<b>Diseño</b>  <b>Enfoque:</b> Mixto <b>Alcance:</b> Descriptivo  <b>Métodos:</b> Analítico Deductivo  <b>Técnicas:</b> Entrevista Encuesta  <b>Instrumentos:</b> Guía de entrevista Cuestionario
	<b>Sistematización</b> – ¿Cuál es la situación actual de las mipymes comerciales en la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena? – ¿Cuáles serían las estrategias que impulsen el desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena? – ¿Cuáles estrategias se pueden proponer para mejorar la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena?	<b>Objetivos Específicos</b> – Diagnosticar la situación actual en las mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena. – Identificar las estrategias que impulsen el desarrollo de las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena. – Proponer estrategias efectivas que mejoren la gestión de las mipymes comerciales en la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena.		Análisis de entorno	– Interno – Externo – Tecnología y sistemas de información	
				Formulación estratégica	– Proyectos – Estrategias – Acciones	
				Control estratégico	– Supervisión – Seguimiento – Evaluación	

*Nota: Matriz de consistencia de la investigación*



## Apéndice 2. Entrevista dirigida a Autoridades Competentes de la Parroquia Chanduy



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



### Entrevista dirigida al presidente de la Sociedad Obrera de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena.

**Tema:** Gestión Estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Objetivo de la Entrevista:** Recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Nombre del Entrevistador:**

**Lugar donde se realiza la entrevista:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**Numero de entrevista:** \_\_\_\_\_

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y conteste de acuerdo a su criterio.

**Nombre del entrevistado:**

\_\_\_\_\_

**Ocupación:**

\_\_\_\_\_

**Sexo:**

**Edad:**

\_\_\_\_\_

**Variable: Gestión Estratégica**

1. - ¿Qué opina sobre la Gestión Estratégica de las Mipymes de la parroquia Chanduy?

2.- ¿Cree usted que cada una de las Mipymes Comerciales de la Parroquia de Chanduy cuentan con una Visión clara y alcanzable? ¿Por qué?

3. - ¿Considera usted que tienen una Misión clara y definida las Mipymes? ¿Por qué?

**4.** - ¿Han realizado algún análisis interno de fortalezas y debilidades para buscar estrategias y mejorar los procesos de las Mipymes?

**5.** - ¿Cómo describe el impacto que tienen las Mipymes comerciales en el desarrollo y crecimiento de la Parroquia Chanduy?

**6.** - ¿Qué opina usted sobre la implementación de herramientas tecnológicas y sistemas de información en las Mipymes comerciales?

**7.** - ¿Por qué cree que muchas de las Mipymes comerciales se van a la quiebra o cierran temporalmente?

**8.** - ¿Qué opina sobre la implementación de estrategias eficientes para una mejora continua en las Mipymes comerciales?

**9.** - ¿Qué estrategias sugeriría implementar para lograr desarrollo sostenible en las Mipymes comerciales?

**10.** - ¿Existen programas de capacitaciones para propietarios o colaboradores de las Mipymes comerciales?



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Entrevista dirigida al presidente de la Federación de Comunas de la Provincia de Santa Elena.**

**Tema:** Gestión Estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Objetivo de la Entrevista:** Recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Nombre del Entrevistador:**

**Lugar donde se realiza la entrevista:**

**Fecha:**

**Numero de entrevista:**

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y conteste de acuerdo a su criterio.

**Nombre del entrevistado:**

**Ocupación:**

**Sexo:**

**Edad:**

**Variable: Gestión Estratégica**

1. - ¿Qué opina sobre la Gestión Estratégica de las Mipymes de la parroquia Chanduy?

2.- ¿Cree usted que cada una de las Mipymes Comerciales de la Parroquia de Chanduy cuentan con una Visión clara y alcanzable? ¿Por qué?

3. - ¿Considera usted que tienen una Misión clara y definida las Mipymes? ¿Por qué?

**4.** - ¿Han realizado algún análisis interno de fortalezas y debilidades para buscar estrategias y mejorar los procesos de las Mipymes?

**5.** - ¿Cómo describe el impacto que tienen las Mipymes comerciales en el desarrollo y crecimiento de la Parroquia Chanduy?

**6.** - ¿Qué opina usted sobre la implementación de herramientas tecnológicas y sistemas de información en las Mipymes comerciales?

**7.** - ¿Por qué cree que muchas de las Mipymes comerciales se van a la quiebra o cierran temporalmente?

**8.** - ¿Qué opina sobre la implementación de estrategias eficientes para una mejora continua en las Mipymes comerciales?

**9.** - ¿Qué estrategias sugeriría implementar para lograr desarrollo sostenible en las Mipymes comerciales?

**10.** - ¿Existen programas de capacitaciones para propietarios o colaboradores de las Mipymes comerciales?



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Entrevista dirigida al Representante del GAD Parroquial Chanduy, Provincia de Santa Elena.**

**Tema:** Gestión Estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Objetivo de la Entrevista:** Recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Nombre del Entrevistador:**

**Lugar donde se realiza la entrevista:**

**Fecha:**

**Numero de entrevista:**

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta y conteste de acuerdo a su criterio.

**Nombre del entrevistado:**

**Ocupación:**

**Sexo:**

**Edad:**

**Variable: Gestión Estratégica**

1. - ¿Qué opina sobre la Gestión Estratégica de las Mipymes de la parroquia Chanduy?
  
- 2.- ¿Cree usted que cada una de las Mipymes Comerciales de la Parroquia de Chanduy cuentan con una Visión clara y alcanzable? ¿Por qué?
  
3. - ¿Considera usted que tienen una Misión clara y definida las Mipymes? ¿Por qué?

**4.** - ¿Han realizado algún análisis interno de fortalezas y debilidades para buscar estrategias y mejorar los procesos de las Mipymes?

**5.** - ¿Cómo describe el impacto que tienen las Mipymes comerciales en el desarrollo y crecimiento de la Parroquia Chanduy?

**6.** - ¿Qué opina usted sobre la implementación de herramientas tecnológicas y sistemas de información en las Mipymes comerciales?

**7.** - ¿Por qué cree que muchas de las Mipymes comerciales se van a la quiebra o cierran temporalmente?

**8.** - ¿Qué opina sobre la implementación de estrategias eficientes para una mejora continua en las Mipymes comerciales?

**9.** - ¿Qué estrategias sugeriría implementar para lograr desarrollo sostenible en las Mipymes comerciales?

**10.** - ¿Existen programas de capacitaciones para propietarios o colaboradores de las Mipymes comerciales?

### Apéndice 3. Encuesta dirigida a los propietarios



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



#### Encuesta dirigida a los Propietarios de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy

**Tema:** Gestión Estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Objetivo de la Encuesta:** recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Estimado participante:** estimado usuario, a continuación, se le presenta un formulario de preguntas con fines de investigación, de antemano, le agradezco su colaboración al brindarnos su conocimiento acerca del tema. Recalcando que la información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

#### **Datos Generales:**

- Género:

Masculino:		Femenino:		LGBTIQ+:	
------------	--	-----------	--	----------	--

- Edad:

18-24		25-31		32-38		39 en adelante	
-------	--	-------	--	-------	--	----------------	--

- Nivel de Instrucción

Primaria		Secundaria		Pregrado		Posgrado	
----------	--	------------	--	----------	--	----------	--

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta, luego marque con una “X” en el recuadro de acuerdo a su criterio.

¿Cuánto tiempo lleva operando su Mipyme comercial en la Parroquia Chanduy?

1 a 2 años	
3 a 4 años	
5 a 6 años	
7 a 8 años	
9 años en adelante	

### **Gestión Estratégica**

1. - ¿Qué estrategias considera importante para una buena gestión estratégica en su negocio?

Identificar y aprovechar oportunidades	
Estrategias de liderazgo	
Estrategias de motivación	
Estrategias de comunicación efectiva	
Estrategias de formación integral	

### **Filosofía Empresarial**

2. - ¿De qué forma cree que la filosofía empresarial se aplica en los procesos diarios de su negocio?

Atención al cliente	
Entrega inmediata	
Cumplimiento de objetivos	
Honestidad del uso del producto	
Asesoría personalizada	

### **Visión**

3. - ¿Dispone su Mipyme de una visión alcanzable en el tiempo programado?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Neutral	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	



### Misión

4. - ¿Se cumple con la Misión de su Mipyme en la actualidad?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Objetivos

5. - ¿Contribuyen al crecimiento de la organización los objetivos estratégicos trazados en su negocio?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Valores organizacionales

6. - ¿Qué valores organizacionales considera que son esenciales en la filosofía empresarial de su Mipyme?

Integridad y honestidad	
Innovación y creatividad	
Trabajo en equipo y colaboración	
Responsabilidad y Equidad	
Otros	

---

### **Análisis Interno**

7. - ¿Considera que el talento humano de su empresa tiene las capacidades y competencias que se requiere para el desarrollo del negocio?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Neutral	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

### **Análisis Externo**

8. - ¿Cree que el personal de su Mipyme está consciente de las oportunidades y amenazas que tiene en el entorno externo?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### **Tecnologías y sistemas de información**

9. - ¿Qué herramientas tecnológicas o sistemas de gestión son los más utilizados en los procesos diarios de la Mipyme?

Software de contabilidad	
Sistema de inventarios	
Plataforma de comunicación	
Sistema de gestión de calidad	
Redes sociales	

### Proyectos

10. - ¿Qué proyecto cree que se tendría que implementar en su Mipyme para su crecimiento y desarrollo?

Expansión de canales de ventas	
Implementación de estrategias de marketing	
Calidad de la atención al cliente	
Innovación y desarrollo de nuevos productos	
Otros	

---

### Estrategias

11. - ¿Qué estrategias cree que se debe implementar en su Mipyme para un crecimiento sostenible?

Alianzas estratégicas	
Innovación y desarrollo de productos	
Expansión geográfica	
Entrenamiento y capacitación	
Otras	

---

### Acciones

12. - ¿Se implementan acciones efectivas para llevar a cabo las estrategias y alcanzar los objetivos?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Supervisión

13. - ¿Considera que se cuenta con los mecanismos de supervisión apropiados para evaluar los resultados de los procesos y procedimientos de la Mipyme?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Neutral	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

### Seguimiento

14. - ¿Piensa que se necesitan herramientas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del progreso de mejora continua en el negocio?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Evaluación

15. - ¿Cada que tiempo aplican una evaluación de desempeño en las áreas de trabajo de su Mipyme?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
Otros	

---

## Apéndice 4. Encuesta dirigida a los trabajadores



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



### Encuesta dirigida a los trabajadores de las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy

**Tema:** Gestión Estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Objetivo de la Encuesta:** recopilar información necesaria acerca de la gestión estratégica en las Mipymes comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023.

**Estimado participante:** estimado usuario, a continuación, se le presenta un formulario de preguntas con fines de investigación, de antemano, le agradezco su colaboración al brindarnos su conocimiento acerca del tema. Recalcando que la información que nos proporcione es totalmente confidencial y anónima. Una vez más, gracias por su colaboración.

#### **Datos Generales:**

- Género:

Masculino:		Femenino:		LGBTIQ+:	
------------	--	-----------	--	----------	--

- Edad:

18-24		25-31		32-38		39 en adelante	
-------	--	-------	--	-------	--	----------------	--

- Nivel de Instrucción

Primaria		Secundaria		Pregrado		Posgrado	
----------	--	------------	--	----------	--	----------	--

**Instrucciones:** Lea detenidamente cada pregunta, luego marque con una “X” en el recuadro de acuerdo a su criterio.

¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la Mipyme comercial?

1 a 2 años	
3 a 4 años	
5 a 6 años	
7 a 8 años	
9 años en adelante	

### Gestión Estratégica

1. - ¿Qué estrategias considera importante para una buena gestión estratégica en la Mipyme que labora?

Identificar y aprovechar oportunidades	
Estrategias de liderazgo	
Estrategias de motivación	
Estrategias de comunicación efectiva	
Estrategias de formación integral	

### Filosofía Empresarial

2. - ¿De qué forma cree que la filosofía empresarial se refleja en los procesos diarios de la Mipyme?

Atención al cliente	
Entrega inmediata	
Cumplimiento de objetivos	
Honestidad del uso del producto	
Asesoría personalizada	

### Visión

3. - ¿Dispone la Mipyme con una visión alcanzable, clara y bien definida?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Neutral	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

### Misión

4. - ¿Conoce y entiende usted la misión de la Mipyme?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Objetivos

5. - ¿Contribuyen al crecimiento y éxito de la organización los objetivos trazados en la Mipyme?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Valores organizacionales

6. - ¿Qué valores organizacionales considera que son parte de la filosofía empresarial de la Mipyme?

Integridad y honestidad	
Innovación y creatividad	
Trabajo en equipo y colaboración	
Responsabilidad y Equidad	
Otros	

---

### **Análisis Interno**

7. - ¿Considera que el talento humano tiene conocimiento de su propia capacidad y recursos internos que posee la Mipyme?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Neutral	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

### **Análisis Externo**

8. - ¿Crees que la Mipyme está consciente de las oportunidades y amenazas que tiene en su entorno externo?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### **Tecnologías y sistemas de información**

9. - ¿Qué herramientas tecnológicas o sistemas de gestión utilizan en los procesos diarios dentro de la Mipyme?

Software de contabilidad	
Sistema de inventarios	
Plataforma de comunicación	
Sistema de gestión de calidad	
Redes sociales	



### Proyectos

10. - ¿Qué proyecto cree que se tendría que implementar en la Mipyme para fortalecer su funcionamiento?

Expansión de canales de ventas	
Implementación de estrategias de marketing	
Calidad de la atención al cliente	
Innovación y desarrollo de nuevos productos	
Otros	

---

### Estrategias

11. - ¿Qué estrategias cree que se han implementado en la Mipyme para su crecimiento sostenible?

Alianzas estratégicas	
Innovación y desarrollo de productos	
Expansión geográfica	
Entrenamiento y capacitación	
Otras	

---

### Acciones

12. - ¿Se implementan acciones efectivas para llevar a cabo las estrategias y alcanzar los objetivos?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Supervisión

13. - ¿Cree que se cuenta con mecanismos de supervisión para evaluar el desempeño y resultados en los procesos internos de la Mipyme?

Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Neutral	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

### Seguimiento

14. - ¿Cree que se utilizan herramientas de seguimiento para monitorear el cumplimiento del progreso de mejora continua?

Definitivamente no	
Probablemente no	
Indeciso	
Probablemente sí	
Definitivamente sí	

### Evaluación

15. - ¿Cada que tiempo aplican una evaluación de desempeño en su área de trabajo en la Mipyme?

Mensual	
Trimestral	
Semestral	
Anual	
Otros	

---

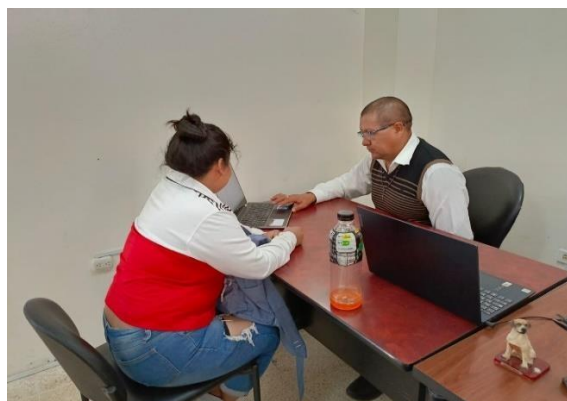
## Apéndice 5. Cronograma de actividades

		PERIODO ACADÉMICO 2023-2																	
		2023																	
		SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
No.	Actividades	4-9	11-16	18-23	25-30	2-7	9-14	16-21	23-28	30Oct-4Nov	6-11	13-18	20-25	27Nov-2Dic	4-9	11-16	18-23	25-30	FECHA
	Presentación de																		
	Designación de tutores y especialistas																		
	Aprobación de temas																		
1	<i>Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:</i>																		
2	Introducción	■																	
3	Capítulo I Marco Referencial		■	■	■														
4	Capítulo II Metodología					■	■	■											
5	Capítulo III Resultados y Discusión								■	■	■	■							
6	Conclusiones, Recomendaciones y												■						
7	Certificado Antiplagio												■						
8	Entrega de informe por parte de los tutores													■					1 de diciembre
9	Entrega de archivo digital del TIC a profesor guía													■					
10	Entrega de trabajos de titulación a los especialistas														■				
11	Revisión y calificación de los trabajos															■	■		
12	Informe de los especialistas (calificación en rúbrica)																■		Hasta 22 de diciembre
13	Entrega de archivo digital del Trabajo final a la profesora guía																■		
14	Sustentación de los Trabajos de Integración Curricular																		26y27Dic
15	Aplicación recuperación y publicación de resultados																		28 Dic-
16	Ingreso de calificaciones en SGA																		
17	Creación de nómina de estudiantes aprobados y reprobados al final del PAO 2023-2																		
18	Entrega de Informe final del docente Guía al Director																		

**Nota:** Cronograma de actividades del Trabajo de Integración Curricular

## Apéndice 6. Evidencia Fotográfica

### Tutorías



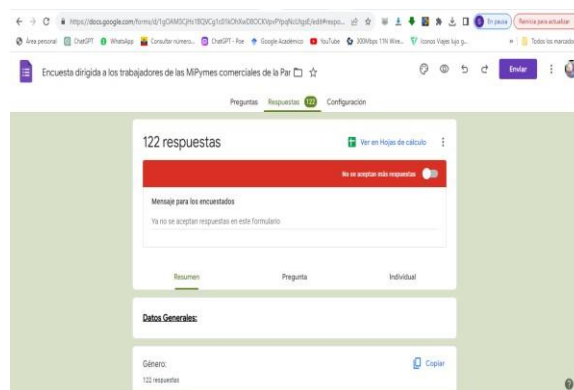
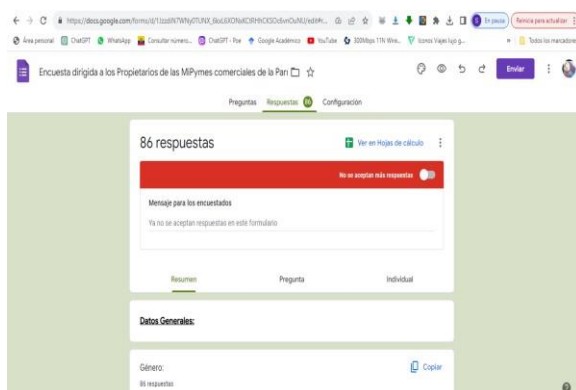
*Nota: Evidencia de las tutorías respectivas de la realización del trabajo investigativo.*

### Entrevistas




*Nota: Evidencia de las entrevistas realizadas a las autoridades competentes de Chanduy*

### Encuestas



*Nota: Evidencia de las encuestas realizadas a los trabajadores y propietarios de las Mipymes*

## Apéndice 7. Validación de Instrumentos



Facultad de Ciencias Administrativas  
Administración de Empresas

---

**CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:**


Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **“Gestión Estratégica en las Mipymes Comerciales de la Parroquia de Chanduy, Provincia de Santa Elena, año 2023”** planteado por la estudiante **Sandra Milena Cruz Bernardino**, doy por validado los siguientes formatos presentados.

1. Encuesta.
2. Entrevista.

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas en base al tema planteado, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.





La Libertad, 04 de diciembre de 2023



**Ing. Sabina Villón Perero, MSc.**  
Docente de la Carrera de Administración de Empresa

*UPSE, crece sin límites*

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
www.upse.edu.ec

*Nota: Certificado firmado de la validación de instrumentos del trabajo de Investigación*

## Apéndice 8. Certificado Antiplagio



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 18 de diciembre de 2023

**0045-TUTOR-EPG -2045**

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado "Gestión Estratégica en las Mipymes comerciales de la parroquia Chanduy, provincia de Santa Elena, año 2023", elaborado por el(la) estudiante Sandra Milena Cruz Bernardino, egresado(a) de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema Antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 7% de la valoración permitida, por consiguiente, se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,

**Lic. Eduardo Pico Gutiérrez, Mgt.**

C.I.-1802298869

DOCENTE TUTOR

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador  
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131  
[www.upse.edu.ec](http://www.upse.edu.ec)



*Nota: Certificado Antiplagio del trabajo investigativo*



