



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DEL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS
PYMES EN LA CIUDAD DE MACHALA Y SU PERMANENCIA EN EL
MERCADO.

ROMERO AREVALO JOFFRE STALIN
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ANÁLISIS DEL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL
DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE MACHALA Y SU
PERMANENCIA EN EL MERCADO.

ROMERO AREVALO JOFFRE STALIN
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DEL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PYMES
EN LA CIUDAD DE MACHALA Y SU PERMANENCIA EN EL MERCADO.

ROMERO AREVALO JOFFRE STALIN
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO

MACHALA, 03 DE JULIO DE 2018

MACHALA
03 de julio de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Análisis del desarrollo y crecimiento empresarial de las pymes en la ciudad de Machala y su permanencia en el mercado., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.

GRANDA BOHORQUEZ JAIME PORFIRIO
0701048662
TUTOR - ESPECIALISTA 1

JAYA PINEDA IDDAR IVAN
0702599861
ESPECIALISTA 2

PARRA OCHOA EUDORO BENITO
0701063406
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 03 de julio de 2018 - 10:20

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ROMERO AREVALO JOFFRE STALIN_PT-010518.pdf (D40219896)
Submitted: 6/17/2018 4:14:00 AM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 5 %

Sources included in the report:

María Belén Aguilar_Patricio Moreno.docx (D36931718)
tesis de maestria Vanessa Avila.odt (D15702110)
<http://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>
<http://www.redalyc.org/html/416/41648308006/>

Instances where selected sources appear:

7

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ROMERO AREVALO JOFFRE STALIN, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Análisis del desarrollo y crecimiento empresarial de las pymes en la ciudad de Machala y su permanencia en el mercado., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 03 de julio de 2018



ROMERO AREVALO JOFFRE STALIN
0706614633

ANÁLISIS DEL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE MACHALA Y SU PERMANENCIA EN EL MERCADO

RESUMEN

Las Pymes han sido objeto de estudio para muchos profesionales en distintas ramas tanto sociales y económicas, teniendo distintas interpretaciones en cuanto a su definición, clasificación e importancia. La gran presencia que tienen en el panorama local, del país, y de la región como generador de empleo, hacen de estas, unidades productivas de gran importancia y necesidad para las pequeñas localidades, como alternativa a los grandes medios de producción a gran escala tanto de capital como laboral. Por este motivo, se realizará un análisis que determine mediante una investigación teórica y descriptiva (por medio de un caso práctico), las características, el entorno en que se desenvuelven, y también su nivel de desarrollo y crecimiento a nivel local. Adicionalmente se podrá conocer las posibilidades que existen y las estrategias utilizadas por los medios locales para su permanencia.

Palabras claves: Pymes, desarrollo empresarial, crecimiento empresarial, empleo.

ABSTRACT

SMEs have been the object of study for many professionals in different branches, both social and economic, having interpretations regarding their definition, classification and importance. The great presence that they have in the local panorama, of the country, and of the region as a generator of employment, make of these, productive units of great importance and necessity for the small localities, as an alternative to the large means of large-scale production. of capital as labor. For this reason, an analysis is carried out that determines, by means of a theoretical and descriptive investigation (by means of a practical case), the characteristics, the environment in which they operate, and also their level of development and growth at the local level. Additionally, it is possible to know the possibilities that exist and the strategies used for the local media for their permanence.

Keywords: SMEs, business development, business growth, employment

INDICE

ANÁLISIS DEL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE MACHALA Y SU PERMANENCIA EN EL MERCADO	1
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCION	4
DESARROLLO	6
Antecedentes de la teoría del emprendimiento y crecimiento de las Pymes	6
Definición de las Pymes	6
Importancia de las Pymes en la economía.	7
Clasificación	8
Pymes en el Ecuador	8
Desarrollo Empresarial	9
Crecimiento económico	9
CASO PRÁCTICO	11
Metodología	11
Resultados	11
CONCLUSIONES	13
Referencias	15

INTRODUCCION

Las características económicas, sociales y políticas en Ecuador y Latinoamérica, han creado diversas formas de crear negocios en nuestro país y en la región. La constitución de los distintos modelos empresariales, se ven obligados a formar estructuras apegadas a una realidad local, donde su desarrollo y crecimiento depende mucho de eliminar la mayor cantidad de complejidades que se presentan ante la vulnerabilidad que en mayor o menor medida pueden afectar y poner en riesgo su permanencia.

En general, a la empresa se la puede definir como una unidad básica empresarial con finales lucrativos, integrada por elementos técnicos y humanos que tienen como objetivo la generación de utilidades. En este escenario, las Pymes tendrían el mismo significado que la definición misma de empresa, pero bajo ciertas características específicas como el tamaño, la fuerza laboral, estructura del capital, entre otras, que la diferencian de las grandes empresas o de las microempresas.

La aparición de este nuevo concepto empresarial, tiene sus inicios a mediados del siglo pasado, y a partir de allí se han generado numerosos estudios que han permitido medir, evaluar y analizar el desarrollo y crecimiento de las medianas, pequeñas y microempresas.

Las Pymes en la actualidad, desempeñan un rol muy importante en las economías globales, y Ecuador no está exento de esta realidad. En nuestro país existen muchas empresas consolidadas dedicadas al negocio de alimentos y bebidas, entre ellas multinacionales como es el caso de Mc Donalds, KFC, Mayflower, Burguer King, entre otras cadenas de comidas rápidas, denominadas comúnmente comidas chatarras. Pero existen también empresas de menor dimensión que se dedican a este tipo de negocio; Pymes que han logrado establecer su propio mercado, creciendo y manteniéndose a lo largo del tiempo.

Por este motivo, el presente trabajo tiene como objetivo realizar un enfoque general sobre el manejo de las pymes mediante una investigación documental, los conceptos que integran el desarrollo y crecimiento empresarial con la variante de las Pymes, y posteriormente una análisis descriptivo para determinar causas y efectos que han incidido en el crecimiento y desarrollo de las mismas.

La ciudad de Machala, que, con una población de 245.972 habitantes, una población urbana de 241.066 habitantes (INEC, 2010) y su potente desarrollo económico y comercial, presenta las condiciones necesarias para efectuar un caso de estudio referente a nuestra problemática. Por ello, una vez obtenida las bases teóricas, es necesario llevarlo a una realidad local para conocer el desempeño de las Pymes en nuestro medio. Por ello, nuestro siguiente objetivo es realizar el estudio en la empresa Chesco Pizzería de la ciudad de Machala, y, mediante una entrevista, determinar los factores que se observan en el normal desenvolvimiento de la empresa.

Ahora bien, en el campo de estudio interno de la ciudad de Machala, la parroquia “La Providencia” es la parroquia que cuenta mayor cantidad de negocios de comidas rápidas y de bebidas. En ella se encuentra Chesco pizzería, una reconocida empresa de origen local dedicada a la venta de comidas rápidas, con un mercado consolidado y una gran aceptación por la calidad y sabor de sus productos, siendo entre todos sus productos, la pizza el de mayor demanda.

La empresa cuenta con una serie de características propias del segmento de las Pymes, que ha marcado su permanencia en el mercado pese a las adversas condiciones que han provocado factores como crisis económicas, normativas legales y la creciente y constante competencia. Tales factores adversos, ha llevado a la empresa a desarrollar estrategias empresariales, que en el transcurso del tiempo han representado una oportunidad para el crecimiento y desarrollo de la empresa a analizar.

DESARROLLO

A continuación, se procederá a desarrollar conceptos teóricos como marco de referencia para la presente investigación.

Antecedentes de la teoría del emprendimiento y crecimiento de las Pymes

Los primeros indicios de pequeños grupos de pequeñas y mediana empresas tienen orígenes variados, y dependiendo la visibilidad y las diversas formas de identificar y clasificar estas, se puede remontar a dos orígenes: la primera son aquellas industrias que cuentan con estructura organizacional fuerte y procesos de producción delimitados, además de un capital pequeño pero teniendo más adelante una importante participación en el mercado y formalizando su situación legal. La segunda corresponde a pequeños emprendimientos que no tenían objetivos ni estructuras delimitadas, y su fin más inmediato era casi exclusivamente su permanencia en el mercado.

Algunos autores, como Penrose en 1959 propuso que la teoría del crecimiento estaba determinado implícitamente por factores tradicionales como naturales; tradicionales basadas en el crecimiento en ventas, infraestructura, empleos entre otros, y las naturales, la que por su naturaleza, da como resultado que la organización debe crecer natural y biológicamente, enfocado por cambios internos que ocurren en la empresa. (Molina, López, & Contreras, 2014)

Desde mediados del siglo pasado se han realizado varias investigaciones para el estudio de las Pymes y la teoría del crecimiento, siendo esta última, comparada analógicamente con procesos de crecimiento natural del reino animal como base para los postulados teóricos mencionados anteriormente.

Definición de las Pymes

Se denomina como Pymes, a la categorización de las empresas en pequeña, mediana y microempresa, es decir, representan este segmento de los tipos de empresa, las cuales constituyen unidades económicas y productivas con una operatividad de menor magnitud en relación a las grandes empresas. Estas tienen fines lucrativos, y cada una posee distintas habilidades de dirección, planeación y estrategias empresariales para su desarrollo. (Valdés & Sánchez, 2012)

No existe un consenso que permita definir si una empresa es o no una Pyme, diversas teorías, investigadores e instituciones especializadas proponen cada una su conceptualización basada en distintos enfoques. Esta puede variar de país en país y su inclusión o no a este grupo está dado por normativas legales o simplemente por el nivel de desarrollo de un país, que obliga a considerar ciertos parámetros para su categorización. A pesar de ello, es posible identificar variables que se usan con mayor frecuencia para su medición tales como: volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos.

Importancia de las Pymes en la economía.

Las Pymes son una alternativa necesaria a las grandes empresas para la generación de nuevos empleos. Gracias a su fácil constitución, la aparición de estas en el ámbito empresarial se posiciona en un número bastante elevado, permitiendo así, crear muchas fuentes de empleo en las economías.

Para las Pymes no solo debe bastar un crecimiento económico, en el que se obtenga la máxima producción y el máximo beneficio o excedente, según determinada medida e inspirada en los principios de “eficiencia” y “rentabilidad”, sino también buscar otros factores que se vean reflejados en su productividad. (Delfín & Acosta, 2016)

Muchas personas tienen malas referencias sobre las pymes, pues consideran que son empresas que solo existen en países subdesarrollados, países de tercer mundo, pero no es así; un ejemplo claro es la reconocida marca estadounidense Apple, que nació hace varias décadas atrás en una cochera como un simple negocio familiar y con una pequeña inversión inicial, que hoy en día es una potencial empresa a nivel mundial. (Tello, 2014, pág. 204)

Las Pymes en plena época de la globalización, se convierten en un tema cada vez más importante, a pesar de que la mayor parte de las teorías económicas administrativas presten mayor atención al comportamiento de las organizaciones de mayor peso en la economía. Sin embargo, desde la aparición del paradigma neoliberal monetarista de política económica este tipo de empresa representa alrededor del 90% de las empresas existentes a nivel global, emplean el 50% de la mano de obra y participan en la creación del 50% de PIB mundial. (Valdés & Sánchez, 2012)

En América Latina existe una gran deuda con este sector; la inversión desde el sector público en este rubro es muy bajo en casi todos los países de la región, donde únicamente Brasil invierte una considerable cantidad de recursos destinada para este segmento empresarial. (Basantes, Gonzáles, & Bonilla, 2015)

Clasificación

Existen muchas clasificaciones de Pymes a nivel global, y al no existir una estandarización de su clasificación, cada país muestra características propias de su economía y como se desarrollan estos pequeños entes económicos.

Ecuador también impone sus propias condiciones para la categorización de este importante segmento empresarial. Por esta razón, de acuerdo al reglamento de la Superintendencia de Compañías para la aplicación de las NIIF en su artículo primero, se consideran Pymes a las empresas que cumplan con las siguientes características:

- Aquellas que tengan hasta 199 trabajadores
- Sus ingresos brutos anuales no superen los cinco millones de dólares americanos
- Activos que no superen los cuatro millones de dólares americanos.

Pymes de acuerdo al número de trabajadores y ventas totales se clasifican en:

PYMES	No de Trabajadores	Ingresos o Ventas
Microempresa	De 1 a 9 trabajadores	\$ 1,00 a \$ 100.000,00
Pequeña empresa	De 10 a 49 trabajadores	\$ 100.00,01 a \$ 1.000.000,00
Mediana empresa	De 50 a 199 trabajadores	\$ 1.000.000,01 a \$ 5.000.000,00

Fuente: Superintendencia de Compañías

Pymes en el Ecuador

Las Pymes en nuestro país, tienen una gran importancia en la dinamización de la economía, y sus orígenes se remontan a mediados del siglo pasado con las primeras investigaciones hacia la pequeña y mediana empresa. Estas se originan en mayor medida del patrimonio familiar, con el propósito de ser jefes y dueños de su propio negocio familiar, para de este modo dejar de depender económicamente de una actividad laboral y organización determinada. (Yance, Solís, & Burgos, 2017)

A pesar de que posee un gran potencial como empresa innovadora de mercados altamente comerciales, su progreso para la apertura de sus productos y servicios hacia el mercado internacional ha sido casi nula, y esta falta de acceso hacia estos grandes mercados viene dada por varios factores, entre los cuales tenemos: poca capacidad exportadora, desconocimiento de normas y procesos para exportar, poca información sobre mercados y la demanda de los mismos, no cumplimiento del producto con estándares de calidad, es decir en general, por falta de conocimiento y capacitación en el tema (Gualotuña, 2011)

Según un informe de la Superintendencia de Compañías (Camino & Reyes, 2017), en nuestro país las principales actividades económicas a las que se dedican las Pymes son las siguientes: Comercio al por mayor y al por menor; Agricultura, silvicultura y pesca; Industrias manufactureras; Construcción; Transporte, almacenamiento, y comunicaciones; Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; Servicios comunales, sociales y personales.

En Ecuador 99 de cada 100 empresas se encuentran en la categoría de las Pymes según el último censo del INEC. Esto representa un alto índice de impacto, donde Machala, una ciudad con una incipiente industria, su economía la mueven las actividades agrícolas y la mediana, pequeña y microempresa. (Flores, Recalde, & Parra, 2016)

Desarrollo Empresarial

El logro de los objetivos de una empresa, implica la participación de varios elementos con el que el empresario puede tomar contar para el desarrollo de la empresa. Las oportunidades que presenta la globalización, pueden convertirse en potenciales ventajas si la empresa hace uso de adecuadas estrategias empresariales, las oportunidades de crecer en el mercado aumentan. Para conseguir este desarrollo empresarial es necesario incluir elementos como cultura empresarial, gestión del conocimiento, crecimiento económico, innovación y liderazgo; factores claves que influyen positivamente para el desarrollo y normal desenvolvimiento de una organización. En el contexto laboral, estimula las desarrollo de las capacidades humana mediante su reconocimiento. (Delfín & Acosta, 2016)

Crecimiento económico

Para medir el crecimiento de una empresa, se mide la magnitud de su productividad en ambos sentidos, es decir en mayor o menos grado de productividad. Para entender estas

referencias, se integra un concepto básico de productividad; entiéndase por productividad como la habilidad o facultad de producir bienes o servicios, con la inclusión en la formalidad y legalidad estatal y todos los elementos que involucran los procesos productivos. En líneas generales, la productividad plantea de forma los el objetivo principal de la Economía: utilizar de forma eficiente y eficaz los recursos disponibles (Delfín & Acosta, 2016)

Todas las empresas están expuestas a cambios, por externalidades debido a que se encuentran en constante contacto con el medio externo, o bien por procesos propios dentro de la empresa. Estos procesos por lo general vienen dados como una reacción necesaria a las externalidades; si la empresa no evoluciona ante estos cambios, probablemente afrontara graves problemas de dirección ante la falta de estrategias para contrarrestarlo. (Ponce, Espinoza, & Ríos, 2017)

En la actualidad, para el desarrollo de cualquier tipo de empresa y actividad comercial, indiferente de su tamaño, es vital importancia tener en cuenta que la I+D juega un papel fundamental en la reestructuración de los procesos productivos. Al ser las Pymes empresas con mayores falencias y oportunidades, su desarrollo en este factor para su crecimiento es clave. (Navas, 2017)

Se puede tomar en cuenta dos aspectos por las cuales las pequeñas, medianas y microempresas tienden a fracasar: la falta de tecnologías en los medios de producción, es decir maquinaria de primera generación (sistemas computarizados de primera línea), y además programas y softwares informáticos para los procesos de venta e inventario. Para las áreas financieras y de ventas, esto significa disminuir los tiempos de los procesos y por consiguiente minimizar costos y optimizar utilidades. (Ron & Sacoto, 2017).

CASO PRÁCTICO

La empresa Chesco Pizzería es una empresa comercial originaria de la ciudad de Machala dedicada a la venta de comidas rápidas. La organización posee una matriz ubicada en la ciudad de Machala y 6 locales sucursales en las ciudades de Machala (3), Pasaje, Santa Rosa y Loja. A pesar de ello, por sus composición laboral, se la considera como una pequeña empresa de las Pymes. Cuenta con un recurso humano de 57 trabajadores distribuidos en los distintos sucursales que posee la empresa y en los diferentes cargos.

La importancia de Chesco como pequeña Pymes es notoria en la ciudad de Machala. Genera fuentes de empleo directa (a sus trabajadores), y de forma indirecta, mediante la cadena de valor que implica todo el proceso de pre y pos comercialización y venta de sus productos. En general, afecta a proveedores y otros implicados en la cadena de valor.

Metodología

El presente estudio es de tipo descriptivo y analítico, con un enfoque cualitativo. Para esto se utilizó una entrevista directa aplicada al gerente de la empresa.

Resultados

A pesar de no existir un análisis de sus estrategias de marketing, es fácil determinar ciertos factores, en base a la observación) que permiten especificar lo siguiente:

Utilizan la radio como medio de difusión para su número de contacto telefónico, con publicidad llamativa que facilita la memorización del número de contacto de la empresa, y como resultado su posicionamiento en la memoria colectiva de los consumidores.

La promoción “Jueves Locos” incrementa su volumen de ventas con lo cual está compensando el bajo precio de la promoción.

Sus productos muestran la comida italiana como una alternativa a la comida tradicional local.

La decoración es muy llamativa y vanguardista, dando una buena imagen al público en general.

La atención es personalizada, logrando que el cliente se sienta diferenciado y su estadía en el local sea placentera.

Ofrecen menús especiales y variados en lo que a su producto estrella se refiere. Además, el precio se ajusta a la realidad de la economía de la ciudad.

Para conocer un poco más sobre la empresa se realizó una entrevista al gerente que nos dio a conocer la siguiente información:

El Gerente propietario nos dio a conocer que la empresa cuenta con aproximadamente 24 años en el mercado, siendo la línea de las ventas de pizza de corte italiano su principal fuerte desde los inicios hasta la actualidad.

También señaló, que el proceso de adaptación y consolidación de la empresa en el mercado local de comidas no fue fácil y su crecimiento fue gradualmente lento a medida que las personas iban conociendo el lugar y comprobando la calidad del producto. La principal amenaza para su negocio era el desconocimiento del producto y la apertura de la competencia en comida tradicional local.

El propietario supo indicar que considera que haber tenido un enfoque de su especialidad de negocio, es decir de lo que comercializaría, y también sus objetivos delimitados, fueron parte fundamental para el desarrollo de la empresa dentro de la ciudad.

Al consultarle su opinión sobre cual puede representar un impedimento para el crecimiento de las Pymes en nuestro entorno supo manifestar que la viabilidad y la incertidumbre son detonantes que al menos en su experiencia personal y de conocimiento general en el ámbito empresarial, llevan al ocaso de muchos negocios o ideas por emprender.

Por último, consideró que la organización debe mejorar en temas de marketing y publicidad, que en una época como la actual, es sumamente importante manifestó.

CONCLUSIONES

En líneas generales, las Pymes tienen una mayor importancia de la que por conocimiento general se tiene. Su nivel de impacto y de incidencia es muy alto en el aspecto económico y social, puesto que, sobre todo en nuestra región, no solo es una alternativa a los medios de producción a gran escala, sino que estas unidades empresariales representan la mayor fuente de empleo de la región y del país. Y es esta realidad, lo que vuelve más preocupante el hecho de que son infravaloradas por los gobiernos, instituciones públicas y financieras que no brindan las facilidades para el crecimiento y desarrollo de estas pequeñas y medianas empresas.

Las dificultades que presentan son varias, desde la falta de liquidez y acceso a créditos por parte del sistema financiero público privado, las altas tasas de interés, la falta de capacitación para una correcta planificación de estas pequeñas empresas, los impedimentos legales que significa la tramitología y las normas jurídicas vigentes. Todo esto impide un correcto desenvolvimiento de las empresas en nuestro país. Contrario a lo que sucede en países desarrollados, donde muchas de ellas tienen la posibilidad de establecerse permanentemente en el tiempo.

La empresa cuenta con una gran trayectoria en el negocio de las pizzas y otras comidas rápidas, lo que la convierten en una de las pocas empresas originarias de la ciudad y la provincia con gran aceptación y crecimiento en la actualidad. Pero este crecimiento y desarrollo no ha sido el esperado. Al menos no por las características y condiciones que se le han presentado. La empresa tiene mucho potencial aun no explotado, puesto que las condiciones y su fortaleza en su entorno son muchas.

Es visible la gran capacidad de dirección de la alta directiva de esta empresa, al mantenerse permanente en el mercado a pesar de factores adversos externos como crisis económicas y fenómenos naturales que en general debilitaron la economía nacional.

RECOMENDACIONES

Chesco es una empresa líder en el mercado local, pero que sin embargo una de sus debilidades es la carencia de buenas estrategias de marketing y publicidad, El desarrollo de la empresa se debe más al conocimiento general del público y sus recomendaciones que a una cobertura mediática que le permita una mayor expansión dentro y fuera de la ciudad.

El uso de estrategias gerenciales enfocadas en la expansión de la empresa, que le permitan ampliar su nicho de mercado y conseguir una mayor cobertura geográfica en el país. Le falta mayor agresividad y ambición para entrar en nuevos mercados.

Implementar sistemas de gestión de calidad en sus procesos de elaboración, venta y distribución de sus productos. Una certificación de Normas ISO para la calidad de los procesos podría ser una alternativa para ofrecer productos de calidad además de su ya conocido gran sabor.

Modernizar la infraestructura de sus instalaciones de acuerdo a los alcances de la empresa para futuras inversiones. Esto le permitiría conseguir mejor rendimiento en sus procesos y como resultado mayor eficiencia reflejada en utilidades.

Vincularse con la sociedad y con las instituciones de educación superior, para obtener de profesionales capacitados y predispuestos sus conocimientos adquiridos y aplicarlos empíricamente en la empresa local.

Referencias

- Basantes, J., Gonzáles, E., & Bonilla, M. (2015). Caracterización de las pequeñas y medianas empresas en el sector textil de la economía ecuatoriana. *Anuario de Facultad de Ciencias Empresariales*, 56. Obtenido de <https://revistas.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/viewFile/544/520>
- Camino, S., & Reyes, A. (2017). *SUPERCIAS*. Obtenido de SUPERCIAS: http://portal.supercias.gob.ec/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02
- Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión*, 187.
- Flores, M., Recalde, L., & Parra, D. (2016). Características de las Pymes familiares en la ciudad de Quevedo. Ecuador. *Publicando*, Pág 496. Obtenido de <https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/download/365/pdf/230>
- Gualotuña, M. (2011). *ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LAS PYMES UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO Y SU APERTURA A MERCADOS INTERNACIONALES EN EL PERÍODO*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito.
- INEC, I. N. (2010). Censos de Población. Machala, El Oro, Ecuador. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Molina, R., López, A., & Contreras, R. (2014). El emprendimiento y el crecimiento de las Pymes. *Acta Universitaria*, 59. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41648308006>
- Navas, H. (2017). Investigación e innovación, factores de crecimiento en las PYMES. *Publicando*, 261. Obtenido de <https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/637>
- Ponce, G., Espinoza, D., & Ríos, J. (2017). Capacidades organizacionales generadoras de valor: análisis del sector industrial. *Revista de las Ciencias de la Administración y Economía*, 144. Obtenido de <https://retos.ups.edu.ec/index.php/retos/article/view/13.2017.09>
- Ron, R., & Sacoto, V. (2017). Las PYMES ecuatorianas: su impacto en el empleo como contribución del PIB PYMES al PIB total. *Espacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Tello, S. Y. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. *Lex*.
- Valdés, J., & Sánchez, G. (2012). LAS MIPYMES EN EL CONTEXTO MUNDIAL: SUS PARTICULARIDADES EN MEXICO. *Iberofórum*, 126.
- Yance, C., Solís, L., & Burgos, I. (2017). IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN EL ECUADOR. *EUMED*, 9. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>