



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La estrategia competitiva como factor de éxito en el desempeño financiero de las microempresas

**PIÑALOZA MACAS JAMILETH DEL CISNE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**La estrategia competitiva como factor de éxito en el desempeño
financiero de las microempresas**

**PIÑALOZA MACAS JAMILETH DEL CISNE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MACHALA
2021**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTOS INTEGRADORES

**La estrategia competitiva como factor de éxito en el desempeño
financiero de las microempresas**

**PIÑALOZA MACAS JAMILETH DEL CISNE
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

BURGOS BURGOS JOHN EDDSON

**MACHALA
2021**

Piñaloza Jamileth-Trabajo de titulación

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

6%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1%
3	Submitted to University of Wales central institutions Trabajo del estudiante	<1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	investigacion.utmachala.edu.ec Fuente de Internet	<1%
6	cathi.uacj.mx Fuente de Internet	<1%
7	procuraduria.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	core.ac.uk Fuente de Internet	<1%
9	repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet	<1%

<1 %

10

ri.ues.edu.sv

Fuente de Internet

<1 %

11

acacia.org.mx

Fuente de Internet

<1 %

12

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

13

ri.ujat.mx

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorio.unap.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

15

Alberto Magno Cutipa-Limache, Fortunato Escobar-Mamani, Manuel Anchapuri, Darío Valreymond-Tacora. "La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil", Revista Escuela de Administración de Negocios, 2021

Publicación

<1 %

16

165.158.1.110

Fuente de Internet

<1 %

17

www.scielo.org.mx

Fuente de Internet

<1 %

18

repositorio.utmachala.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

19

www.wsj.com

Fuente de Internet

<1 %

20

dino.ugr.es

Fuente de Internet

<1 %

21

mirnaramirez.m.wordpress.com

Fuente de Internet

<1 %

22

repositorio.unjfsc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

repositorio.unp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

scielo.sld.cu

Fuente de Internet

<1 %

25

www.iclei.org

Fuente de Internet

<1 %

26

www.vivatacademia.net

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

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

La que suscribe, PIÑALOZA MACAS JAMILETH DEL CISNE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado La estrategia competitiva como factor de éxito en el desempeño financiero de las microempresas, 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.

La autora 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.

La autora 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.



PIÑALOZA MACAS JAMILETH DEL CISNE

0705673408



UNIVERSITAS
MAGISTRO-
RUM
ET SCHOLARIUM

LA ESTRATEGIA COMPETITIVA COMO FACTOR DE ÉXITO EN EL DESEMPEÑO FINANCIERO DE LAS MICROEMPRESAS

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El Objeto de la Investigación

La estrategia competitiva hace énfasis en que, una empresa debe aumentar en gran medida la productividad que tiene en el mercado y de esta manera crear una ventaja por encima de la competencia que tenga, y esto se puede lograr con la implementación de estrategias que favorezcan el crecimiento de la empresa.

Alaña et al., (2017) indicaron que, actualmente, las empresas independientemente del tamaño que sean, no son capaces de alcanzar las ventajas que esperaban tener por encima de la competencia. Por este motivo, es necesario que las empresas logren encaminar a lo que quieren llegar a conseguir específicamente en el mercado. De tal manera que para lograrlo tienen que establecer estrategias competitivas encaminadas al logro de sus objetivos y metas.

Así mismo, de acuerdo con Michael Porter (2008) citado por Martín y Ojeda (2017) manifestaron que la ventaja competitiva recae en conseguir que las empresas que implementan estas estrategias sobresalen efectivamente en el mercado siendo el número uno, teniendo en cuenta que esto solo se logra ofreciendo ciertos bienes o servicios que los diferencien de los demás que están en venta.

De esta forma, aparecen los factores que llevan al éxito de una empresa, independientemente su tamaño son el buen liderazgo, estar en constante innovación de lo que ofrecen, el dueño del negocio debe tener contactos que le ayuden a crecer dentro del mercado, debe estar en constante búsqueda de nuevas oportunidades que pueda aprovechar, contar con un talento humano que sea eficiente y eficaz en el cumplimiento de sus actividades, contar con un financiamiento adecuado y una gestión de recursos monetarios eficiente.

En la misma línea, Meza et al. (2018) consideraron que otro factor que es fundamental reconocer es el patrón que tiene el mercado en el cual se encuentra una empresa porque con este conocimiento se puede direccionar de una mejor manera lo que quiere llegar a conseguir. Esto se lo llega a conseguir viendo la realidad que vive la empresa día a día

con respecto a la calidad que ofrece en sus bienes o servicios que ofrece, los clientes que acuden con más frecuencia y la innovación que implementan.

Por tal motivo, Ascón et al., (2018) establecieron que dentro de las empresas los factores de éxito son muy diversos que influyen dentro del mercado competitivo. Por lo tanto, la determinación de estos es necesaria para que las empresas sean capaces de fijar estrategias que le permitan crear una ventaja competitiva en el mercado y de esta forma ser mejores que la competencia. Así mismo, lo que se busca es mejorar son los resultados financieros, que es uno de los objetivos que fijan la gran mayoría de empresas.

En ese sentido, se puede argumentar que en las empresas el desempeño financiero abarca varios indicadores como lo indicó Bernstein (1996) citado por Rivera y Ruiz, (2011) entre ellos los más importantes el crecimiento económico, la eficiencia, la eficacia y la efectividad, que conllevan al alcance de los objetivos planteados por las mismas en el menor tiempo posible y el uso de sus recursos al mínimo.

De igual forma, Gallardo y Carmona, (2019) sostienen que las microempresas regularmente nacen de una idea emprendedora, un negocio familiar por alguna profesión u oficio aprendido; por esa razón, naturalmente los propietarios son los administradores de su propio negocio y no cuentan con una administración especializada. Como se nota, a pesar de las investigaciones y publicaciones con relación a la estrategia competitiva, las deficiencias en las gestiones administrativas se mantienen y estancan el desarrollo de las microempresas lo que se convierte en un problema para las mismas y para los investigadores.

1.2. Problema de la Investigación

Como se nota, en la revisión bibliográfica realizada se encuentra suficiente literatura como resultados de varios trabajos de investigación referentes a la estrategia competitiva aplicadas por la microempresas, sin embargo, son escasas o nulas las investigaciones que estudien los resultados de la aplicación de la estrategia competitiva en la provincia de El Oro y de forma particular en una empresa ubicada en el cantón Arenillas lo que constituyen vacío en la literatura de la administración de empresas.

Esto hace pensar, que la estrategia competitiva no está siendo implementada por las microempresas porque muchas de las veces no cuentan con los recursos suficientes para implementar estrategias necesarias. Este fenómeno es descrito por Vargas-Hernández y

López, (2018) quienes afirman que existen otros factores que se ven implicados, es la motivación que tienen o la situación en la que se encuentren los dueños de las microempresas, ya que esto es fundamental al momento de que estos tomen en consideración que es lo que quieren lograr y qué caminos van a tomar en la implementación de estas estrategias competitivas.

Como se sostiene, existen varios factores como impulsores de la estrategia competitiva, unos son de carácter financiero, otros están relacionados a psicológico y lo que más compete son los de carácter administrativo, esto lleva a plantear la siguiente interrogante de investigación: ¿Que está pasando con la estrategia competitiva en las microempresas de la provincia de El Oro? Es decir, esta pregunta se convierte en la interrogante de la investigación, el cual induce a conocer la realidad y dar solución dando la respuesta o creando nuevo conocimiento obtenido mediante el proceso investigativo.

1.3. Justificación

Para dar posible solución al problema de investigación, se considera el Modelo Educativo (ME) de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH) integra diferentes teorías y enfoques pedagógicos para la sistematización de la educabilidad y educatividad, orientando a los estudiantes hacia la formación integral de un profesional con una concepción científica y humanista del entorno, capaz de interpretar los fenómenos sociales y naturales con un sentido crítico, reflexivo y propositivo.

En ese sentido, y de acuerdo con los postulados del Modelo Educativo la Carrera de Administración de Empresa, en su malla curricular se encuentra cátedras integradoras que posibilitan desde cada período académico la articulación entre el aprendizaje de los enfoques, métodos, modelos y protocolos de actuación profesional en los diversos ámbitos de aplicación y la experiencia de la práctica preprofesional.

De tal forma, estos preceptos indicaron, qué se debe investigar y además que se debe producir conocimiento en el marco del modelo educativo que concuerda con lo planteado en el modo dos de la propuesta de Gibbons, (2010). En ese sentido, los procesos de titulación desde la investigación de las carreras deben brindar mayores beneficios al entorno e incrementar la cualificación y competitividad empresarial (Beraza y Rodríguez, 2014).

En resumen, la investigación con fines de titulación busca evidenciar la relación investigación- docencia, donde se espera que el estudiante pueda desarrollar su trabajo de titulación en el marco de un proyecto de investigación que le permita llegar a publicaciones científicas y a la presentación en jornadas de investigación para socializar sus saberes con la solvencia de la incidencia en acciones investigativas en contextos reales según los expuesto en el modelo educativo (ME).

En la misma línea, para esta investigación se han considerado el dominio economía, empresa e inclusión que crea y revela la fortaleza consciente de la universidad. En su debido momento, estos dominios fueron replanteados en virtud del crecimiento y diversificación de las competencias dinámicas de la institución, en correspondencia con las demandas del entorno inmediato y global.

En resumen, este dominio contextualiza a la economía como la ciencia que estudia y analiza en su entorno los recursos, la generación de riqueza, producción, distribución, el consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas. En este sentido, el crecimiento económico reconoce el valor sociocultural de los actores de la producción, sin menoscabar su identidad y bienestar integral.

En fin, este dominio de investigación busca desarrollar, potenciar las fortalezas de las empresas socio productivas y promover así la incorporación de la producción, procesamiento y distribución de productos derivados ecuatorianos al mercado nacional e internacional, generando una inclusión social en el mundo de los negocios. Este dominio contribuye con el logro de los objetivos 1, 5, 8, 9, 10 y 12 de desarrollo sostenible (ONU, 2016). Y abarca el área de las ciencias económicas, administrativas, contabilidad y auditoría, finanzas, marketing, innovación, turismo, internacionalización y desarrollo sostenible.

Asimismo, en este trabajo de investigación se consideran las líneas de investigación, cuyo objeto es articular la investigación con problemas locales, regionales y nacionales. Además, de promover la construcción conjunta del conocimiento e interrelacionar saberes en concordancia con la oferta académica de la universidad para potenciar la rigurosidad y profundidad en el estudio de un determinado objeto.

Finalmente, como se conoce que la gestión empresarial y el conocimiento busca profundizar en estrategias de apoyo al crecimiento de Mipymes familiares y comunitarias,

donde se concentra el interés en los modelos de administración familiares, la creación de conocimiento y la transferencia de la gestión del capital intelectual al ser estos unos emprendimientos dinámicos se plantean los siguientes objetivos.

1.4 Objetivos de la Investigación

Para tratar de dar solución al problema de investigación se plantean los siguientes objetivos:

1.4.1 Objetivo general.

Diseñar una estrategia competitiva en una microempresa del cantón Arenillas provincia de El Oro mediante la planificación de sus ingresos y egresos de sus actividades operacionales para su proyección financiera.

1.4.2. Objetivos específicos.

1. Analizar la estrategia competitiva mediante una revisión bibliográfica para la elaboración de sus fundamentos teóricos.
2. Realizar un diagnóstico del proceso administrativo de una microempresa del cantón Arenillas provincia de El Oro mediante un cuestionario estructurado para valorar el nivel de su gestión administrativa.
3. Elaborar una planificación financiera mediante la proyección de ingresos y egresos en la empresa para su desempeño financiero económico.

2. DESARROLLO DEL PROYECTO

2.1 Revisión sistemática de la literatura

2.1.1 La estrategia competitiva y su clasificación

Por lo que, Cole (2001) citado por Pletsch et al., (2015) describieron que las empresas que implementan una estrategia competitiva brindan una ayuda extra para que los inversionistas de las mismas conozcan que estas, están posicionadas por encima de la competencia que existe en el mercado. En otras palabras, estos autores aseguran que esto se da porque poniendo en práctica estas estrategias competitivas están en la capacidad de medir la rentabilidad, la sostenibilidad, la innovación y demás factores de importancia que brindan la información necesaria para evaluar el estado de la empresa.

Para ello, en el mundo empresarial se pueden presentar una infinidad de limitaciones que podrían retrasar el avance en la implementación de estas estrategias competitivas. Esto lo asegura, Muñiz et al., (2019) quienes han mencionado que estas limitaciones para que se puedan posicionar en el mercado en donde se encuentra o aspire llegar con una de estas estrategias competitivas son que muchas de las veces no han logrado legalizarse frente a la competencia. En los resultados de su investigación, declaran que hay empresas que trabajan de una forma informal lo que genera una incomodidad de obtener un financiamiento a través de créditos de instituciones encargadas de darles, lo que se considera una parte fundamental para lograr ejecutar una estrategia que se tenga planeada implementar.

Alaña et al., (2017) al implementar las estrategias competitivas factibles dentro de una microempresa, se necesita entender la ventaja competitiva en el mercado, siendo así este término entendido como las cosas y estrategias implementadas dentro de una empresa independientemente su tamaño para sobresalir por encima de la competencia existente. Con lo indicado anteriormente, se deduce que, si una microempresa implementa una estrategia competitiva, estaría generando una ventaja en el mercado frente a la competencia lo que sería provechoso para generar mayores beneficios y ser mayormente reconocida por los consumidores. Sin embargo, al hacer énfasis en la ventaja competitiva existen autores que van desarrollando la misma en cada campo profesional.

2.1.1.1 Michael Porter y la estrategia de mercado

Esta estrategia competitiva, es considerada como las acciones que realiza e implementa una empresa en el mercado para marcar una diferencia entre la competencia, posicionándose así en un puesto privilegiado creando así una ventaja competitiva, considerando que estas acciones que realice deben ser en el menor tiempo posible y con un costo mínimo para generar una rentabilidad adecuada para quien la aplica.

Por lo que, Porter (2017) citado por Melo et al., (2020) indicaron que en un mercado una empresa debe considerar como factor fundamental a considerar es la competencia, ya que esta ayuda a posicionarlas en un lugar en donde los clientes la reconozcan y la prefieran. Siendo de esta manera apta para competir en un mercado ya que logran generar un valor considerable mientras satisfacen a sus clientes, por lo que para lograr ser competitivos es necesario implementar estrategias que ayuden a lograr lo propuesto.

Es por esto que Porter (1985) citado por Chirinos y Rosado, (2016) mencionaron que para lograr una mejor posición en el mercado la empresa deberá tener tres caminos estratégicos basados en la competitividad, tales como: la estrategia genérica de costos, la estrategia enfocada a un segmento en el mercado y la estrategia de diferenciación. Puesto que el primer camino estratégico busca la generación de eficiencia y efectividad de la empresa, el segundo camino estratégico se enfoca en la necesidad basada en el entorno, y el tercer camino estratégico se basa en la presentación de productos, precios y servicios diferentes a los de la competencia.

2.1.1.2 Estrategias organizacionales

Según Noguera et al., (2014) las estrategias organizacionales se basan en el cumplimiento de los objetivos teniendo en cuenta las acciones pasadas que se presentan en la empresa. Estas acciones radican en el estudio de la organización y la identificación de las capacidades.

Toda empresa contiene directrices de comportamiento, una de las principales es la estrategia que básicamente influyen para la obtención de resultados eficaces mediante la implementación de misión, visión, metas, objetivos, y sus estrategias para el logro de los mismos (Villacis, 2018). Cabe destacar que al establecer dichas estrategias deben ser de carácter real y alcanzable para el cumplimiento de los objetivos implementados se debe comprender antes las características, capacidades, acciones y recursos de cada nivel .

Siendo así se considera que una empresa debe contar con una administración adecuada de los recursos que va a utilizar para lograr alcanzar la estrategia propuesta en donde Ibarra et al., (2017) indicaron que para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico los indicadores competitivos de una empresa se conforman en base a una buena administración de flujos y manejo de inventarios y otras actividades. También se debe disponer de la integración de cada área como uno de los pilares que fundamentan la competitividad, consiguiente se toma en cuenta la capacidad interna de la empresa con la de otras, además se basa en poseer la capacidad para resistir a los cambios del entorno, Finalmente se basa en la aplicación de programas de capacitación a los empleados.

2.1.1.3 Estrategias comunicacionales

En nuestro país Ecuador la estrategia comunicacional se la realiza por medios digitales en donde se considera como lo más utilizado para realizar promociones de las empresas las redes sociales, específicamente Twitter y Facebook aunque no son las únicas puesto que también optan por hacer uso de Instagram o blogs en donde tratan de crear una imagen la cual ayude a que las mismas puedan dar a conocer lo que ofrecen en el mercado y de esta forma posicionarse como líderes frente a la competencia (Santamaría et al., 2020). Lo descrito hace referencia a que en el Ecuador para que una empresa se logre posicionar en el mercado por medio de estas estrategias utilizan los medios digitales en donde actualmente se tiene mayor acogida debido a los diferentes sucesos que han llevado a que estas tengan que migrar a estos medios para poder subsistir en el mercado.

Considerando esto se puede inferir que actualmente las empresas independientemente de su tamaño buscan entrar en mercados nuevos por lo cual utilizan las estrategias comunicacionales en donde hacen uso de medios digitales que les facilite el acceso. Así lo afirma Tallano y Beltramo, (2019) donde han mencionado que la llegada de la era digital en donde el comportamiento del consumidor es diverso por lo cual las empresas buscan entrelazar los medios que se utilizan normalmente con los medios digitales de hoy en día, puesto que es la manera de llegar al público más joven al igual que la clientela de mayor edad, considerado otro factor en cuestión sería que muchas de las veces las empresas no cuentan con una estructura física lo cual recurren a los medios digitales para hacerse reconocer.

Siguiendo esta línea, se menciona que una empresa al momento de disponer una estrategia comunicacional puede llegar a considerarse como elemento fundamental, puesto que con los cambios que se dan alrededor de las empresas pueden llegar a afectar si no se aplica una de estas estrategias. Siendo así, para lograr implementar una estrategia de esta índole se requiere tener una planificación previa para abarcar lo que se necesite para la implementación de la misma asegurando así el cumplimiento de lo propuesto por las empresas (Betancourt, 2019).

2.2 Los factores de éxito empresariales

Los factores de éxito de una empresa son identificados internamente por lo cual los más comunes suelen ser: el eficiente liderazgo, el compromiso por cumplir las metas y objetivos, una gestión de recursos eficiente y eficaz, además de la colaboración de todos los integrantes de la empresa, la motivación continua y por último una comunicación eficiente (Toiber et al., 2017).

Por lo cual haciendo mención al eficiente liderazgo se puede entender que las empresas que tengan este factor muy bien estructurado consideren una perspectiva a futuro, creando de esta forma una ventaja competitiva en el mercado en el que se encuentren puesto que un buen líder busca responder a los cambios que se efectúen en el entorno que se encuentre la empresa (Capa et al., 2018). Considerando lo expuesto se deduce que un buen líder lleva a que los colaboradores de las empresas logren establecer un compromiso por cumplir las metas y objetivos, haciendo que los trabajadores se sientan en la necesidad de ser mejores en el desempeño de las actividades que se les asignan (Obando et al., 2020).

Cabe destacar que los líderes de una empresa deben saber llevar al éxito a la misma por lo cual deben ser personas capaces de implementar estrategias acordes a lo que se les presente en el transcurso de su gestión. Además, también es el encargado de brindar apoyo y motivación a todos los miembros que conforman las empresas siendo esto un aliento para seguir siendo mejores que la competencia.

Así mismo se puede considerar que tener vínculo con accionistas y personas con gran poder económico en la empresa ayuda a generar ventajas para la generación de publicaciones innovando por la comercialización de sus servicios y productos, de manera que se incentive al usuario a la adquisición de mismo (Moncada-Sánchez et al., 2020).

Teniendo en cuenta que no va ser tan fácil el crecimiento de la misma si existe mercado competitivo ya que se estará disponiendo de la misma población en el mismo entorno por lo cual las microempresas deben considerar estos factores para llegar al éxito esperado.

2.3 Las microempresas

Ecuador es un país en el que existen muchas microempresas, si bien es cierto estas carecen de conocimientos tecnológicos para el desarrollo de los mismos, es por ello que la mayor parte de estas empresas desempeñan trabajos por comercialización de materia prima propia denominados como trabajos de maquila, además estos poseen recursos económicos bajos que no permiten adquirir mucho desempeño laboral por medio de recursos tecnológicos (Izar y Ynzunza, 2013). Cabe mencionar que los pequeños negocios en este caso las microempresas, no implementan estos recursos no solo por la falta de los mismos, sino más bien por la falta de conocimientos ya que la mayor parte de la población crea su negocio por el simplemente hecho de crearlo y llevarlo a cabo a la ligera sin necesidad de llevar un control administrativo.

Si se considera lo anteriormente mencionado se logra establecer que lo que hace que se diferencie una microempresa de los otros tamaños de empresas es que estas son de carácter familiar y por lo general la gestión administrativa de estas se basan en la experiencia que van adquiriendo sus propietarios a lo largo de su vida. Por lo tanto, cuando se presenta algún cambio de cualquier índole dentro de la empresa, es difícil el proceso de adaptación, puesto que está la creencia que lo que se aplica en ese momento es suficiente para progresar y no es necesario innovar en nuevas cosas (Jimenez y Zapata, 2017).

A una microempresa se la puede definir también de acuerdo a la actividad que se dedique y a los recursos que emplean al momento de su estructuración, puesto que no requiere de mucho esfuerzo para su implementación (González, 2005). Considerando así que en la actualidad la microempresa ha tenido una transformación en una división imprescindible para equiparar los procesos y tener un mejor manejo de los colaboradores considerando siempre su bienestar, que frente a la perseverancia que muestran en la realización de sus actividades siempre están dispuestos a colaborar con la empresa y crear una competición en el mercado para difundir las condiciones necesarias a su boom han demostrado haber la habilidad de estarse en el comercio (Flores et al., 2011).

Siguiendo esta línea Estrada et al., (2009) indicaron que las microempresas tienden por considerar el factor externo como punto clave para la comercialización de sus productos, es decir que evalúa el entorno y mide las necesidades de las personas para poner al mercado algún producto que sea de mayor importancia, y conocer si va tener salida en el mercado de esta manera, ya que tener en cuenta este medio hace que la empresa de alguna manera encuentre su éxito o fracaso en el medio. Cuando una microempresa comienza sus actividades independientemente del sector en donde se desempeñe, lo fundamental para su éxito en el mercado es la parte financiera, además de factores que deben poseer los propietarios de los mismos. Se debe tener en cuenta que el desarrollo de estos factores es la determinación que tenga al controlar sus actividades.

El autor Santana, (2017) ha concluido que los determinantes de estabilidad dentro de las microempresas mayormente son la cantidad de colaboradores que estén activos porque teniendo un mayor número se puede cubrir más las necesidades que tengan. Otro determinante es la rentabilidad financiera que tenga al comienzo de la microempresa porque teniendo una estabilidad con sus activos y pasivos tiene mayor facilidad de controlar los problemas financieros que se presenten y si no la tuviera correría el peligro de decaer en el mercado y la vida de la misma sería menor.

Perez et al., (2018) han manifestado que en las empresas el desempeño laboral de los empleados es uno de los factores claves para el crecimiento de la misma, dado que, si el empleado da lo mejor de sí y rinde al 100% en la empresa se generan ganancias, por otro lado, al no generar pérdidas en el tiempo que se realiza su actividad laboral, además de ahorrar tiempo este beneficia al no tener que realizar ningún tipo de capacitación para su desempeño.

2.4 Financiamiento en las microempresas financieras

En general las microempresas siempre buscan desarrollarse en el mercado a través de un financiamiento, que lo consiguen por préstamos bancarios o diversas fuentes cuando no tienen la solvencia financiera necesaria para comenzar con las actividades diarias o seguirlas haciendo en el transcurso de vida de la microempresa. Por tal motivo, las instituciones financieras siempre toman en cuenta la producción que esta dispone día a día o lo que dispondrá al comienzo de sus actividades, además verifican la capacidad crediticia del propietario para dar el visto bueno (Hidalgo-Arriaga et al., 2018).

Por ende, Pérez et al., (2016) han sostenido que, para alcanzar el financiamiento esperado por las microempresas, es necesario tener en consideración las decisiones tomadas, en cuestión de los recursos financieros, puesto que facilita el recaudamiento y el manejo del dinero. Así mismo, si los propietarios tienen en mente agrandar las instalaciones para dar mayor comodidad a los clientes y brindar mayor cantidad de bienes, es necesario que realicen una cotización de recursos que sea lo más baja, pero con buenos resultados.

En concordancia con lo anteriormente mencionado las opciones de financiamiento de las microempresas por lo general se ven afectadas porque existen bastantes limitaciones al momento de adquirir los recursos financieros de la banca y mucha de las veces esto logra desanimar a sus propietarios o los lleva a buscar financiamiento en distintos lugares. Así lo afirmaron Carvajal et al., (2019) que al momento de adquirir recursos financieros los propietarios de las microempresas por lo general primero acuden a algún familiar con la capacidad de prestarle la cantidad de dinero necesario hasta que éste pueda cancelar dicho préstamo al momento que alcance lo esperado del negocio. De igual forma, suelen acudir a instituciones financieras tanto públicas o privadas, en donde se encuentran con requisitos que de cierta forma limitan la obtención de lo requerido para el negocio.

Siguiendo esta línea Sánchez et al, (2007) citado por (Logreira-Vargas et al., 2018) han indicado que por lo general, las mayores barreras a las que se puede enfrentar una microempresa es la crediticia, puesto que muchas de las veces no cuentan con la capacidad necesaria para realizar esta acción. Esto sucede cuando tienen varios factores en contra, como la baja producción causando ingresos bajos lo cual no da abasto para cubrir los créditos necesarios.

Por ende, si una empresa de cualquier tamaño quiere obtener un financiamiento a través de la banca financiera es necesario que con anterioridad realicen un análisis que indique cómo se encuentran con sus recursos. es por ello que los autores Rivera y Ruiz, (2011) citados por Salazar-Mosquera, (2017) indicaron que para realizar un diagnóstico del desempeño financiero se debe considerar en la empresa en la parte contable toda la información de ventas y otros trámites que se realicen en un periodo determinado del mercado de valor, además crear criterios de valor añadidos que de alguna manera influyan para como alternativas para su crecimiento.

Cabe destacar que las empresas que han logrado crecer en el mercado realizan estos diagnósticos financieros de manera que se genere la revisión y análisis de la información

con la finalidad de conocer cantidades exactas de dinero y realizar adecuadamente la toma de decisiones, es decir el diagnóstico financiero el cual consiste en determinar la situación financiera actual de la empresa, para así conocer el endeudamiento, liquidez, rentabilidad, entre otros.

Una vez realizado todo este procedimiento se logra establecer que las cotizaciones tradicionales no están encarriladas a la toma de decisión, porque no aportan plena información y se fundamenta en datos antiguos. La microempresa de hoy requiere atribuir modelos de diagnósticos basados en inductores de decisión (Jiménez y Rojas, 2016).

3. METODOLOGÍA DEL PROYECTO

3.1 Diseño de Investigación

Dentro de la metodología del proyecto de investigación se topan puntos importantes como los tipos, niveles, diseño y métodos de investigación que se han utilizado para el desarrollo del proyecto. Además de especificar los instrumentos de investigación que se ha decidido aplicar, con la finalidad de recolectar los datos necesarios para la determinación de los resultados del proyecto.

3.1.1 Tipo de investigación.

El tipo de investigación realizada es de carácter descriptivo, ya que se basa en dar las pautas para determinar rasgos relevantes del objeto que se está estudiando (Mendes & Nieto, 2017). Es así como se determina que la investigación presentada está basada en este tipo, puesto que se encarga de la realización de un análisis de la estrategia competitiva financiera como un factor de éxito en la microempresa, dando así, una pauta para diseñar una estrategia competitiva que favorezca a la misma, teniendo en cuenta que la información obtenida se ha dado mediante la recopilación de información previa.

Así mismo, la investigación se la consideró como documental, que de acuerdo a Guevara, (2016) es considerada como una técnica que tiene como finalidad de examinar información ya escrita anteriormente y que tengan relación con lo investigado, con la finalidad de crear nuevo conocimiento. Y de acuerdo a la temática manejada alrededor de la determinación de la efectividad de una estrategia competitiva en el campo de

financiamiento de la microempresa se ha tenido que realizar una revisión de literatura en fuentes fidedignas que han tenido relación con el tema investigado para obtener la información que se ha venido utilizando.

3.1.2 Nivel de investigación.

El nivel explicativo es el encargado de dar explicación de las causas de lo investigado mediante su evolución (Monjarás- Ávila et al.,(2019). De tal manera que el proyecto estuvo ubicado en este nivel porque con el diseño de una estrategia competitiva permitió la determinación de una mejor planificación de ingresos y egresos que le favorezca la microempresa analizada, teniendo en cuenta que para la determinación de esto se realizó una revisión de los conceptos y aplicación de lo tratado en el proyecto con la finalidad de generar un conocimiento adecuado de la temática utilizada

De la misma forma se utiliza el nivel descriptivo puesto que de acuerdo con Monjarás-Ávila et al., (2019) se basa en dar la descripción de las variables que se está estudiando y por lo tanto dentro de lo estudiado se analiza la literatura de diferentes fuentes fidedignas que se relacionen con las estrategias competitivas que se han aplicado en la microempresa y de esta forma tener el conocimiento preciso de cómo se han ejecutado.

3.1.3 Diseño de la investigación.

Esta investigación da la pauta para haberse establecido en el nivel no experimental puesto que se analizó las variables que intervienen en el proyecto mediante una investigación bibliográfica determinando la forma en la que una estrategia competitiva implementada dentro de la microempresa influye como un factor decisivo para el alcance del éxito en el mercado y de acuerdo a lo establecido por Ato et al., (2013) este estudio no necesita de la intervención de la persona que está investigando de manera directa, es decir que no manipula las variables del objeto de estudio.

3.1.4 Métodos de investigación.

Teniendo en cuenta lo realizado, este proyecto estuvo enmarcado en una investigación documental, puesto que en el proceso investigativo se ha basado en la revisión de información relevante que ha sido de ayuda dentro la investigación que se ha realizado y de esta forma obtener lo que se requiere para determinar los resultados de la misma. La

efectividad de la aplicación de este método lo afirma Orozco y Díaz, (2018) donde manifestaron que con la revisión de diferentes bibliografías fidedignas que brindan la capacidad de indagar temas en específico que ayuden al entendimiento del mismo y así proponer nueva información.

Uno de los métodos que se aplicó en la investigación es el cualitativo el cual Monroy y Nava, (2018) han indicado que este se encarga de describir e interpretar fenómenos de un objeto de estudio. Teniendo en consideración lo descrito por los autores, en la investigación el método que se ha implementado se ve reflejado cuando se menciona de qué manera se ha podido implementar una estrategia competitiva basada en el financiamiento y el manejo de los recursos monetarios que tiene una microempresa e incluso en empresas de más dimensión, considerando que los datos se han obtenido han sido mediante un estudio previo de la microempresa analizada.

3.2 Instrumento de recolección de datos.

Dentro del proyecto uno de los instrumentos de recolección de datos implementado fue una entrevista (ver anexo 1) dirigida al propietario de la microempresa seleccionada, en donde se planteó preguntas abiertas para brindar la comodidad de expresión y de esta manera haber obtenido lo requerido para el proyecto y según Troncoso-Pantoja y Amaya-Placencia, (2017) una entrevista con preguntas abiertas hacia el entrevistado en cuestión, brinda las facultades necesarias para desarrollarse en el transcurso de la misma de acuerdo a las incógnitas planteadas.

De la misma forma se aplicó una encuesta (ver anexo 2) a los ocho trabajadores de la microempresa, teniendo en cuenta que las mismas estuvieron relacionadas con las preguntas realizadas en la entrevista aplicada al propietario para obtener el punto de vista de los mismos y de esta forma haber determinado de qué manera estos califican a la empresa en cuestión de lo investigado. Es así como Granados, (2020) ha manifestado que las encuestas ayudan al estudio de acontecimientos mediante lo que se ha ido adquiriendo por las personas a lo largo del tiempo.

La técnica de observación (ver anexo 3) es considerada como un proceso que da las pautas de recolectar los datos necesarios de forma directa para una investigación de manera cuidadosa (Pulido, 2015). Considerando esto, en la investigación presentada se da uso de

esto para observar de qué manera se va desarrollando la empresa, es decir la manera en que la misma aprovecha los recursos que tiene disponible para sus actividades en la localidad en la que se encuentra.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis de Resultados

Los resultados que se han obtenido en la aplicación de la entrevista al propietario se muestran a continuación:

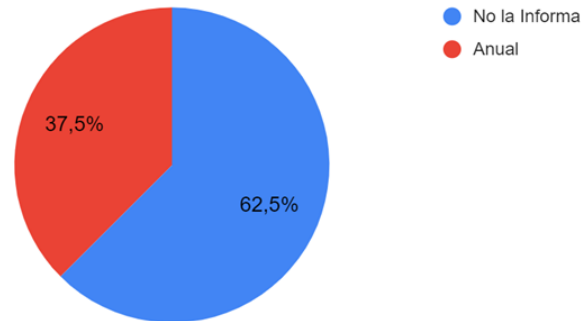
De acuerdo a las preguntas planteadas el propietario manifiesta que las actividades realizadas dentro de Multinegocios Tenelema son planificadas de acuerdo a cómo se va dando la venta de los productos, es decir que no se evidencia una planificación previa de las mismas. Así mismo, no cuenta con una estructura organizada, puesto que es una microempresa en donde intervienen y trabaja solo la familia, contratando los servicios de una contadora externa que permite llevar la contabilidad del establecimiento.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, las actividades administrativas que se generan en la microempresa no son ejecutadas con un control de las mismas, puesto que no cuentan con una persona capacitada en el área. Teniendo en cuenta que su financiamiento está solventado por los miembros de la familia se encargan de realizar préstamos crediticios a instituciones financieras que operan en la localidad y de esta forma cubrir las actividades que lo requieran.

Por consiguiente, las actividades que se ejecutan en la microempresa son cubiertas en su totalidad, aunque no cuenten con un control administrativo, Así mismo, para generar los ingresos de la microempresa hacen función de la oferta-demanda, también hacen uso de las temporadas festivas, dado que las ventas suelen ser más elevados en estas épocas teniendo en consideración que realizan una atención personalizada a los clientes.

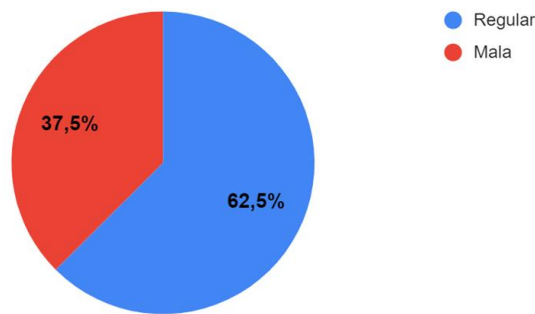
Los hallazgos encontrados en la aplicación de la encuesta a los trabajadores, se muestran a continuación:

1. ¿Cada que tiempo el gerente informa de la planificación financiera de la microempresa?



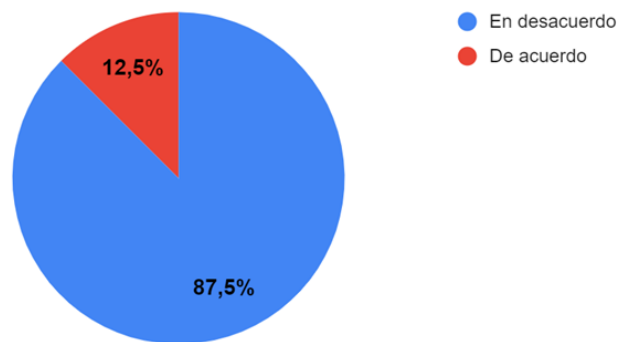
La mayor parte de los encuestados manifiestan que el propietario de la microempresa no informa de la planificación financiera mientras que los tres restantes, mientras que una minoría indican que lo realiza de manera anual. Lo cual concuerda con lo manifestado por el propietario en la entrevista y lo manifestado por la minoría de los trabajadores hace suponer que no están plenamente comprometidos con su trabajo puesto que no conocen completamente lo que se realiza o no dentro de la microempresa.

2. ¿Cómo usted considera la planificación financiera de la microempresa?



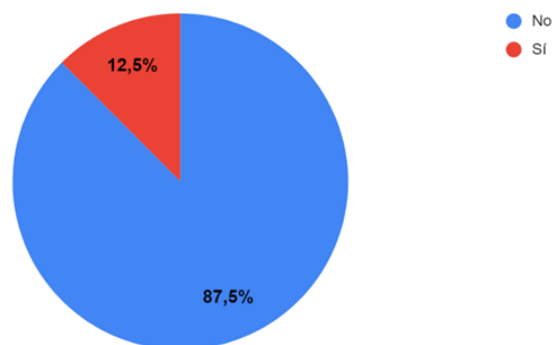
En su mayoría indicaron que la planificación financiera la consideran como regular, mientras que el restante la califica como mala, lo cual da paso a determinar que los trabajadores de la microempresa analizada tienen la percepción de que la misma realiza una planificación financiera, pero no de manera que se considere que aporte a la misma.

3. ¿Usted está de acuerdo con que la empresa está realizando una correcta organización de sus recursos financieros?



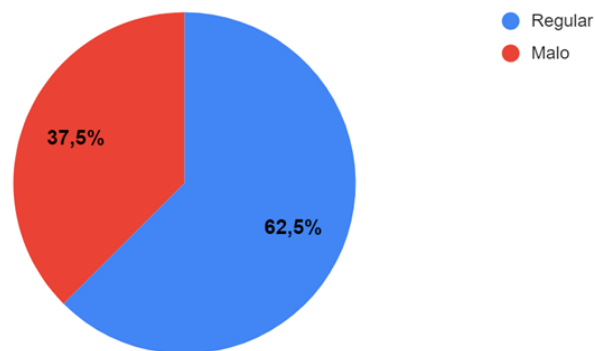
La mayor parte indicaron que están en desacuerdo con la organización de los recursos, mientras que los restantes están de acuerdo, lo cual indica que la microempresa en cuestión no realiza un trabajo financiero acorde a lo que la microempresa necesita puesto que la organización de la misma no está considerada como adecuada

4. ¿Usted considera que las funciones financieras dentro de la empresa se están llevando correctamente?



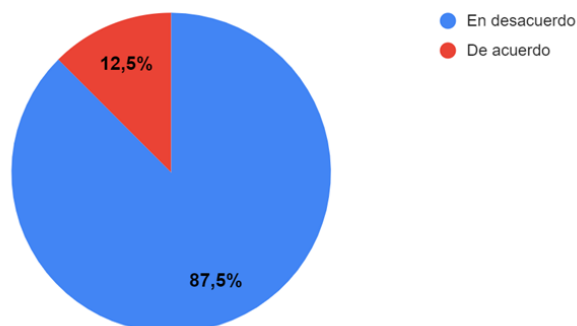
En su mayoría los encuestados indicaron que no se están realizando de manera correcta las funciones financieras dentro de la microempresa mientras que el restante manifestó que si se la realiza. Lo que hace suponer que dicha persona es un trabajador/ra recién contratada y desconoce de dicha función.

5. ¿Cómo califica el nivel competitivo de la microempresa?



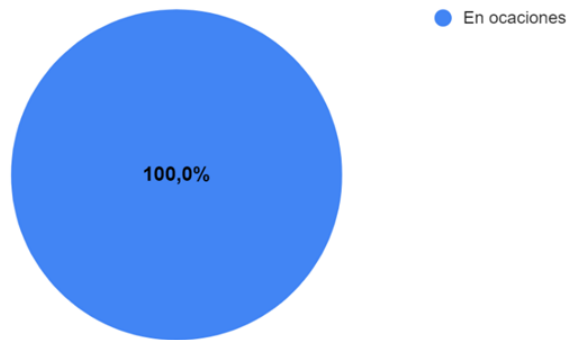
Gran parte de encuestados han indicado que el nivel competitivo de la microempresa como regular, mientras que el restante la califican como mala por lo cual se entiende que el objeto de estudio sus trabajadores la consideran como entidad que aprovecha ciertas oportunidades que se le presentan, pero no las explota al máximo en el mercado de la localidad.

6. ¿Usted está de acuerdo con las decisiones que toma el propietario?



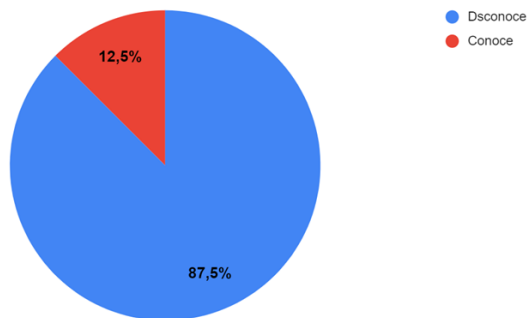
En su mayoría han indicado que están en desacuerdo con las decisiones que toma el propietario de la microempresa, mientras que la minoría persona encuestada están solo de acuerdo, tomando en consideración esto se puede deducir que la mayor parte de los trabajadores no tienen una buena opinión de acuerdo a lo que el propietario decide, puesto que la microempresa no genera lo que debería lo cual se debe al bajo nivel de conocimiento del propietario..

7. ¿Con qué frecuencia se realiza el arqueo de caja?



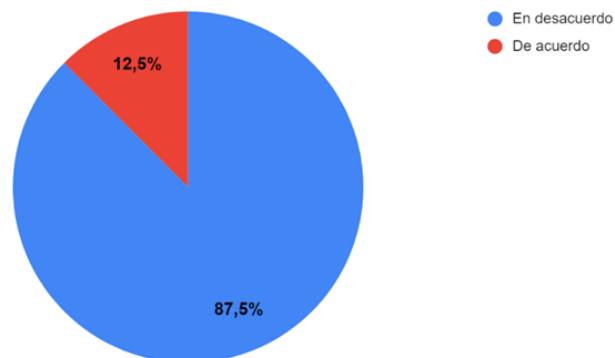
De acuerdo a lo manifestado todos los trabajadores coinciden que solo en ocasiones se realiza el arqueo de caja, esto se puede dar por motivos de falta de tiempo al momento de culminar las labores o el desconocimiento de cómo realizarlo.

8. ¿Cree usted que la empresa alcanza los niveles esperados de utilidad por el propietario?



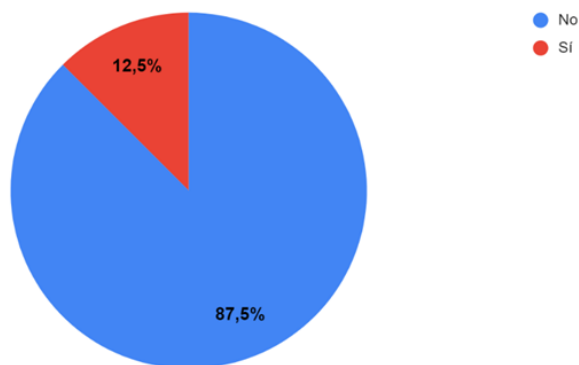
En su mayoría indica que la microempresa en cuestión manifiesta que desconoce si es que el propietario alcanza las utilidades esperadas mientras que el resto indica que tiene conocimiento, estos resultados se pueden dar de esta manera debido a que el propietario no informa de lo ganado a sus empleados, por tal motivo se desconoce sobre el tema.

9. ¿Usted está de acuerdo que los ingresos obtenidos son adecuados para cubrir los gastos de la empresa?



Gran parte de los encuestados indica que están en desacuerdo de cómo la microempresa en cuestión cubre los gastos de la misma, mientras que una minoría indica que esta de acuerdo, estos resultados se pueden dar de esta manera, debido a que las ventas que se realizan no son las que se esperaba tener dentro de la microempresa mientras que el restante puede darse por que se conforman con tener un sueldo con el cual solventar y no pone interés en lo ganado por la microempresa.

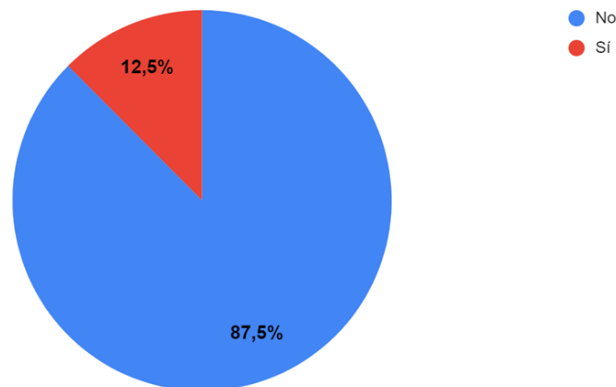
10. ¿La gerencia informa los resultados financieros que obtiene la



microempresa?

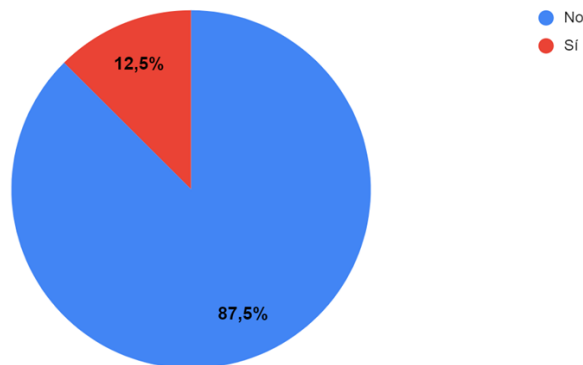
La mayor parte de los trabajadores indica que la gerencia no informa los resultados financieros que se obtiene en la empresa, mientras que el restante indica que si, este contraste de resultados se puede originar por el motivo de que los trabajadores que indican su respuesta positiva sea para no quedar mal ante la microempresa.

11. ¿Usted cree que la gerencia realiza las correspondientes proyecciones financieras?



De acuerdo a lo obtenido la gerencia no realiza proyecciones financieras que le favorezcan a la microempresa, esto se puede deber al desconocimiento de la manera adecuada de realizarlas y de esta forma tener un mayor control de los recursos financieros que se dispone.

12. ¿La gerencia realiza el control de inventario de manera frecuente?



La mayor parte de los encuestados indican que no se realiza un control de inventario adecuado, esto se puede originar por una mala práctica de control o el desconocimiento del tema.

Así mismo, se presenta la ficha de observación aplicada:

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Valoración	No se realiza	Lo realiza, pero no en su totalidad	Lo realiza en su totalidad
Actividades	1	2	3
Proyección de ventas	X		
Proyección de cobros y pagos	X		
Arqueo de caja	X		
Comunicación de resultados financieros	X		
Realización de control de inventarios	X		
Realización de una planificación de ingresos y egresos.	X		

Para constatar lo descrito en la ficha de observación se pidió a los directivos que presenten los documentos que respalden los resultados financieros

4.2 Valoración de la Factibilidad: Dimensiones Técnica-Económica-Social-Ambiental

4.2.1 Dimensión Técnica

4.2.1.1 Ubicación

El proyecto está desarrollado en la ciudad de Arenillas entre la avenida José Moncada Sánchez y la calle Guayaquil, es decir que la microempresa objeto de estudio se encuentra en la parte urbana céntrica comercial de esta ciudad lo que facilita el acceso a los consumidores al momento de adquirir los bienes que ofrece al público.

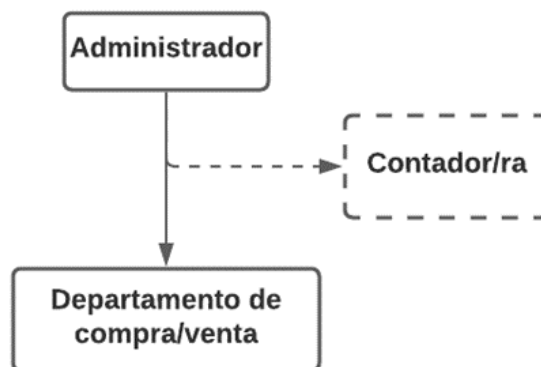
4.2.1.2 Tamaño

De acuerdo a lo que se muestra por medio de (Google Maps, 2022), la ubicación es la óptima, puesto que se encuentra en un lugar donde la parte comercial es activa y da las facilidades de comercialización y darse a conocer dentro del mercado de la localidad.



4.2.1.4 Estructura organizacional

Tenelema Multicomercio no cuenta con una estructura organizacional implementada puesto que es una empresa familia, pero a continuación se propone la siguiente:



En donde se presenta al administrador de la empresa que se encarga de todo lo relacionado a la parte administrativa y la toma de decisiones de la microempresa, administrando todo lo relacionado con los recursos tanto financieros como personal, contratado así mismo de un contador externo para llevar la contabilidad del local y por último el departamento de compra-venta que se encargaría de la adquisición de todos los bienes por medio de proveedores para posteriormente realizar la venta de lo mismo.

4.2.2 Dimensión Económica

Realizando una evaluación económica de acuerdo a lo que se planteó en el cuestionario estructurado, la microempresa objeto de estudio, tiene diversas falencias que afectan a su competitividad en el mercado, puesto que no realizan una planificación financiera y mucho menos se realiza un flujo de caja que les permita conocer el estado de las transacciones de ingresos y egresos que obtienen en el mes, por lo cual se procedió a realizar una propuesta expuesta anteriormente en donde se da a conocer un planteamiento económico, en donde se incluyen proyección de ventas y compras, flujo de caja y una proyección del estado de resultado, el cual podrían seguir con la finalidad de mejorar su manejo de recursos y ser más competitivos en el mercado.

4.2.3 Dimensión social

Tenelema Multicomercio se considera como una microempresa socialmente comprometida tanto con sus trabajadores como con sus consumidores, generando un cambio que la diferencie de las demás empresas que se encuentran en la localidad, aplicando la filosofía es un beneficio para la empresa, puesto que con ello permite que la misma aplique prácticas que le favorezcan siempre tratando de innovar en los bienes que ofrecen al público tratando que los mismos generen un impacto positivo en el ambiente logrando ser mejores que la competencia, siempre cumpliendo con el reglamento impuesto por el estado, además de brindar la seguridad que los consumidores merecen en tiempo de pandemia exigiendo que se cumplan las normas de seguridad en cuanto ingresan al local para garantizar la comodidad del cliente.

4.2.4 Dimensión ambiental

Para determinar esta dimensión es necesario analizar los impactos de la microempresa en el lugar donde se encuentra ubicada, dándoles una clasificación de la siguiente manera:

Ecología (accesos viales): Para la comercialización de sus productos, de acuerdo a donde se encuentra ubicada, tiene una facilidad de acceso a las principales vías en la localidad facilitando la venta.

Contaminación ambiental (CO₂): Esta se genera con los vehículos contratados para la adquisición de los bienes.

Contaminación ambiental (ruido): Se genera ruido dentro del lugar en donde se encuentra puesto que se considera la ambientación por medio de música de preferencia para la atracción de clientes.

4.3 Contrastación Teórica de Resultados

Se afirma que dentro de la microempresa analizada la desinformación de la realización de una planificación financiera y la no ejecución de la misma, de los ingresos obtenido afecta en gran medida en el control de los recursos, es así que Báez y Puentes, (2018) indicaron que la falta de conocimiento de cómo se encuentra la empresa en cuestión a la parte financiera hace que la realización de una planificación financiera sea complicada de realizar.

Así mismo, la financiación de una microempresa por lo general suelen ser dadas por que los propietarios necesitan los recursos, por lo cual acuden a préstamos bancarios o créditos comerciales (Báez y Puentes, 2018), es así como concuerda con lo obtenido en los resultados, puesto que el propietario de la microempresa manifestó que para financiar la misma utiliza los préstamos para satisfacer los requerido dentro de las actividades y así tener la liquidez necesaria para seguir en el mercado.

La competitividad de una microempresa en la parte comercial por lo general es regular puesto que su capacidad adaptativa en el mercado no se da de manera acelerada, además de que su tiempo en el mercado es una influencia considerable, una administración adecuada y por último el tamaño de la empresa puesto que mientras más grande sea mayor competitividad tendrá (Valenzo-Jiménez y González-Samaniego, 2021), es así que en concordancia con lo obtenido la microempresa objeto de estudio tiene una competitividad regular, debido a no contar con una administración adecuada, puesto que no realizan mucho de los parámetros que se debería ejecutar en la microempresa, además de jugar un papel importante el tamaño de la misma porque mientras de más tamaño sea mayor competitividad tendrá una empresa.

La realización de un arqueo de caja de manera constantes es importante, puesto que con esta se mantiene en orden lo que ingresa y sale de la microempresa en cuestión de dinero, y si no se lo realiza de esta forma, la entidad no podrá mantener un control efectivo de lo realizado, lo cual provocaría no obtener la confianza de los bancos para poder realizar un endeudamiento que se requiera (López-Manjón y Rodríguez-Masero, 2016), por lo cual,

la microempresa analizada, hace en ocasiones el arqueo de caja por lo cual no tiene en orden todas sus movimientos realizado, por lo cual comparando con lo descrito por el autor no tiene mucha salida para realizar un financiamiento adecuado.

De acuerdo a Romero y Ramírez, (2018) el conocimiento en el ámbito financiero para determinar decisiones de importancia dentro de una entidad es fundamental y como la mayoría de los propietarios de las microempresas no tienen conocimiento suficientes para ejercer este tipo de decisiones, tomando como referencia esto en la microempresa objeto de análisis los trabajadores de la misma no están de acuerdo con las decisiones que toma el propietario por motivo de no ser consciente de lo importante que es tener los conocimientos fundamentales sobre la ejecuciones financieras dentro de la entidad.

4.4 Propuesta

4.4.1 Antecedentes de la empresa

Tenelema Multicomercio es considerada como una microempresa comercial, puesto que cuenta con un número limitado de empleados y sus ganancias son menores a 300000 mil dólares anuales, puesto que se dedica a la compra-venta de productos varios para cubrir las necesidades. Se encuentra ubicada en Av. Jose Moncada Sanchez de la ciudad Arenillas.

En sus inicios la microempresa tuvo que recurrir a financiamiento externo puesto que no contaban con el capital suficiente para comenzar con sus actividades, las mismas que eran pocas no necesitaban de contratar una contadora, pero en la actualidad al aumentar sus actividades y demás contratan un servicio de una para así llevar el control de las mismas,

4.4.2 Proyección de ingresos (ventas)

PROYECCIÓN DE VENTAS AÑO 2022			
MESES	VENTAS REALES	VARIACIONES	PROYECCIÓN
ENERO	13.500,00		16.636,36
FEBRERO	8.500,00	- 5.000,00	16.897,73
MARZO	6.625,00	- 1.875,00	17.159,09

ABRIL	4.125,00	- 2.500,00	17.420,45
MAYO	3.500,00	- 625,00	17.681,82
JUNIO	3.500,00	-	17.943,18
JULIO	4.375,00	875,00	18.204,55
AGOSTO	5.456,00	1.081,00	18.465,91
SETIEMBRE	6.450,00	994,00	18.727,27
OCTUBRE	12.000,00	5.550,00	18.988,64
NOVIEMBRE	12.800,00	800,00	19.250,00
DICIEMBRE	16.375,00	3.575,00	19.511,36
TOTAL			216.886,36

De acuerdo a lo proyectado, la microempresa deberá tener unos ingresos de 216886,36 por las ventas realizadas, considerando que cada mes sus ventas comparadas con las del año 2021 irán en aumento generando así los ingresos presentados.

4.4.3 Proyección de compras

PROYECCIÓN DE COMPRAS AÑO 2022			
MESES	VENTAS REALES	VARIACIONES	PROYECCIÓN
ENERO	7.750,00		8.022,73
FEBRERO	5.000,00	- 2.750,00	8.045,45
MARZO	2.875,00	- 2.125,00	8.068,18
ABRIL	7.500,00	4.625,00	8.090,91
MAYO	2.350,00	- 5.150,00	8.113,64
JUNIO	2.300,00	- 50,00	8.136,36
JULIO	2.250,00	- 50,00	8.159,09
AGOSTO	7.500,00	5.250,00	8.181,82

SETIEMBRE	6.250,00	-	1.250,00	8.204,55
OCTUBRE	4.000,00	-	2.250,00	8.227,27
NOVIEMBRE	4.250,00		250,00	8.250,00
DICIEMBRE	8.000,00		3.750,00	8.272,73
TOTAL				97.772,73

Así mismo, en el pronóstico de compras la empresa deberá realizar los pedidos a sus proveedores y así cubrir las ventas que se espera conseguir en los años siguientes y obtener los ingresos esperados por las misma.

4.4.4 Flujo de caja proyectado año 2022													
Ingresos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Ventas netas	16.636,36	16.897,73	17.159,09	17.420,45	17.681,82	17.943,18	18.204,55	18.465,91	18.727,27	18.988,64	19.250,00	19.511,36	216.886,36
Ventas al contado (85%)	14.140,91	14.363,07	14.585,23	14.807,39	15.029,55	15.251,70	15.473,86	15.696,02	15.918,18	16.140,34	16.362,50	16.584,66	184.353,41
Ventas al crédito (15%)	-	2.495,45	2.534,66	2.573,86	2.613,07	2.652,27	2.691,48	2.730,68	2.769,89	2.809,09	2.848,30	2.887,50	29.606,25
Total, ingresos	14.140,91	16.858,52	17.119,89	17.381,25	17.642,61	17.903,98	18.165,34	18.426,70	18.688,07	18.949,43	19.210,80	19.472,16	213.959,66
Egresos													
Compras totales	8.022,73	8.045,45	8.068,18	8.090,91	8.113,64	8.136,36	8.159,09	8.181,82	8.204,55	8.227,27	8.250,00	8.272,73	97.772,73
Compras al contado (85%)	6.819,32	6.838,64	6.857,95	6.877,27	6.896,59	6.915,91	6.935,23	6.954,55	6.973,86	6.993,18	7.012,50	7.031,82	83.106,82
Compras a crédito (15%)	-	1.203,41	1.206,82	1.210,23	1.213,64	1.217,05	1.220,45	1.223,86	1.227,27	1.230,68	1.234,09	1.237,50	13.425,00
Pago del Impuesto a la renta (2%)	282,82	337,17	342,40	347,63	352,85	358,08	363,31	368,53	373,76	378,99	384,22	389,44	4.279,19
Pago de Luz	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	6.600,00
Pago de agua	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Pago remuneraciones	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	3.440,00	41.280,00
Publicidad	125,00	135,00	148,00	168,00	184,00	165,00	165,00	152,00	185,00	185,00	185,00	185,00	1.982,00

Total, egresos	11.417,14	12.704,22	12.745,17	12.793,13	12.837,08	12.846,03	12.873,99	12.888,94	12.949,90	12.977,85	13.005,81	13.033,76	153.073,01
Saldo de caja	2.723,77	4.154,31	4.374,72	4.588,13	4.805,53	5.057,94	5.291,35	5.537,76	5.738,17	5.971,58	6.204,99	6.438,40	
Caja inicial	15.152,00	17.875,77	22.030,08	26.404,80	30.992,92	35.798,45	40.856,40	46.147,75	51.685,51	57.423,68	63.395,26	69.600,25	
Flujo de caja económico	17.875,77	22.030,08	26.404,80	30.992,92	35.798,45	40.856,40	46.147,75	51.685,51	57.423,68	63.395,26	69.600,25	76.038,65	
Préstamos obtenidos		10.000,00											
Amortización de capital			437,09	485,69	539,70	599,72	666,41	740,51	822,85	914,36	1.016,03	1.129,01	7.351,37
Intereses			1.112,00	1.063,40	1.009,39	949,37	882,68	808,58	726,23	634,73	533,06	420,07	8.139,51
Flujo de caja de caja financiero	17.875,77	32030,08	24.855,71	29.443,83	34.249,36	39.307,31	44.598,66	50.136,42	55.874,60	61.846,17	68.051,16	74.489,57	

4.4.5 Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO DE TENELEMA MULTICOMERCIO	
AÑO 2022	
Ingreso por ventas	216886,36
Costo de ventas	140976,14
Utilidad bruta	75910,23
Gasto de administración	11110,50
Gastos de ventas	14094,97
Gasto financiero	8139,51
Utilidad operacional	42565,25
Participación de trabajadores	6384,79
Utilidad antes de impuesto	36180,46
Impuesto a la Renta	723,61
Utilidad neta del ejercicio proyectado	35456,85

Considerando este estado de resultado la microempresa espera obtener al finalizar el año una utilidad del \$35456,85 y de esta forma poder seguir siendo solventes dentro del mercado e ir adquiriendo lo necesario para seguir dentro de la competencia existente en la localidad

4.4.6 Políticas financieras de la empresa

Siguiendo la línea de las proyecciones realizadas se sugiere implementar las siguientes políticas financieras durante el año tomado en consideración anteriormente:

- Realizar una planificación y proyección constante de las necesidades financieras que se tengan para así poder prever acciones y contrarrestarlas correctamente.
- Brindar la información correspondiente de la situación financiera de la microempresa y de las situaciones que se puedan presentar afectar a la misma.

- Elaborar de manera constante el arqueo de caja, cada vez que se terminen las labores del día y así llevar un registro veraz.
- Realizar un control exhaustivo de los inventarios que se tengan a disposición para tener el conocimiento de los mismos.

4.4.7 Reglamento de arqueo de caja

Realizar un arqueo de caja dentro de la microempresa es fundamental puesto que con ello se lleva el control de movimientos de dinero y documentos que son requeridos por la empresa para la justificación de sus actividades y sus ingresos, es así que Mora et al., (2015) que indicaron que un arqueo de caja implica un alto grado objetivo al momento de evaluar los ingresos anuales de la entidad, ya que estos dependen de las políticas que tenga en funcionamiento y que sean de acuerdo al interés que tengan.

4.4.8 Control de Inventarios de mercadería

Se recomienda que dentro de la organización se realice un control de los inventarios de mercadería que ofrecen al público, puesto que dentro de toda empresa sin importar el tamaño es necesario que realicen dicho control, puesto que Asencio et al., (2017) indicaron que con un control de los inventarios se puede determinar cuánto se tiene en stock y cuanto es el que se necesita pedir a los proveedores para que no exista un desabastecimiento de productos, considerando que los mismos no deben ser elevados, sino solo lo necesario para la microempresa.

Siguiendo esta línea, el control de inventarios es necesario para que la microempresa pueda generar las ventas necesarias para obtener los ingresos requeridos y así poder cubrir los gastos que se genere la microempresa, esto lo afirma Imbaquingo y García, (2019) quienes afirman que el control es importante en los inventarios puesto que estos son el motor fundamental de cualquier entidad comercializador, puesto que gracias a ellos tienen una circulación de dinero.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Con la planificación de los ingresos y egresos que se realizó de la microempresa objeto de estudio, se puede diseñar la estrategia competitiva que brinda la facilidad a la misma, al momento de mantenerse en el mercado puesto que con ella se puede encontrar el valor diferenciador que le permite a la microempresa obtener una ventaja por encima de la competencia.

Así mismo, Con la revisión de la literatura de la estrategia competitiva aplicada en las microempresas se consiguió información de suma relevancia que brindó la facilidad de comprensión del término y de cómo se han venido aplicado a lo largo de la vida de una entidad, permitiendo así la creación de nuevo conocimiento en base a lo investigado, brindando las facilidades para que este aporte sea de realce investigativo para futuras investigaciones que tengan relación con el tema estudiado.

De acuerdo a lo planteado en la metodología los instrumentos de investigación escogidos, aportaron gran valor a la determinación de los resultados, que estuvieron orientados al diagnóstico del estado del proceso administrativo financiero con el que cuenta la microempresa, el cual evidencio que no se tiene un control adecuado de las actividades que se realiza y no informa y elabora una planificación financiera que ayuda al control de los ingresos y egresos de la misma.

Con los resultados que se obtuvieron, se pudo diseñar una propuesta de planificación financiera, en donde se realizó una proyección de ventas y compras de acuerdo a los históricos, también se diseñó un flujo de caja y un estado de resultados proyectado que contiene la información esencial de la entidad, además de haber brindado sugerencias en cuestión de políticas financieras y arqueo de caja, con la finalidad de ayudar a una mejor gestión de los ingresos y egresos de la entidad.

5.2 Recomendaciones

Se sugiere realizar un estudio de mayor amplitud, orientado a empresas que cuenten con un tamaño superior, donde se pueda evidenciar un mayor uso de la estrategia competitiva.

Se recomienda a la entidad tomar en consideración la propuesta realizada en la investigación con la finalidad de tener un mayor control de los ingresos y egresos.

Se recomienda utilizar una metodología experimental, en donde el investigador pueda intervenir directamente en la entidad que se esté estudiando para tener mayor información e impacto investigativo.

Por último, se recomienda analizar con mayor detenimiento las variables de estudio, para determinar la razón de la aplicación de dichas variables en las empresas.

5.3 Referencias

Alaña, T., Crespo, M., & Gonzaga, A. (2017). ¿Cómo Las Estrategias Empresariales Permiten Una Ventaja Competitiva En Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas De La Provincia De El Oro? *Universidad y Sociedad*, 9(2), 313–318. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200257&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Ascón, J. E. E., Espinosa, J. M., & Isla, M. (2018). La situación competitiva de un hotel. Diseño estratégico a partir de la evaluación de sus factores claves de éxito. *Revista Científica Ecociencia*, 5(1), 1–30. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.51.11>

Asencio Cristobal, L. R., González Ascencio, E., & Lozano Robles, M. (2017). El inventario como determinante en la rentabilidad de las distribuidoras farmacéuticas. *Retos*, 7(13), 123. <https://doi.org/10.17163/ret.n13.2017.08>

Ato, M., López, J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología Introducción Un marco conceptual para la investigación. [A classification system for research designs in psychology Introduction A conceptual framework for research]. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038–1059. <https://n9.cl/i2mqwz>

- Báez Roa, M. del P., & Puentes Montañez, G. A. (2018). Parámetros financieros para la toma de decisiones en pequeñas y medianas empresas del municipio Duitama, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 24(1), 67–84. <https://doi.org/10.31876/rcs.v24i1.24933>
- Beraza Garmendia, J. M., & Rodríguez Castellanos, A. (2014). Los programas de apoyo a la creación de spin-offs universitarias en el Reino Unido y España: Una tipología. *Revista de Economía Mundial*, 36, 181–209. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86632963007>
- Betancourt, J. J. (2019). La Responsabilidad Social como Fundamento para la Estrategia Comunicacional de Organizaciones Innovadoras. *Gestión En El Tercer Milenio Vol.*, 22(43), 77–82. <https://revistas.gnbit.net/index.php/administrativas/article/view/16956/14433>
- Capa Benítez, L. B., Benítez Narváez, R. M., & Capa Benítez, X. del R. (2018). El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 273–284. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218-3620-rus-10-02-285.pdf>
- Carvajal, H., Borja, L., & Vite, H. (2019). Financiamiento de microempresas según la perspectiva de género en el cantón Machala. *Cumbres*, 5(2), 33–47. <https://doi.org/10.48190/cumbres.v5n2a3>
- Certad Villarroel, P. A. (2015). Diseño de instrumento para la evaluación de un entorno de aprendizaje colaborativo. *Vivat Academia*, 0(131), 137. <https://doi.org/10.15178/va.2015.131.137-186>
- Chirinos, C.-R., & Rosado, J.-F. (2016). Estrategia de diferenciación: el caso de las empresas industriales. *Ingeniería Industrial*, 34, 165–174. <https://www.redalyc.org/pdf/3374/337450992008.pdf>
- Estrada, R., García Pérez de Lema, D., & Sánchez, V. G. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 169–182. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000200002&lng=es&nrm=iso&tlng=es

- Flores, M. T., Lagarda, A. M., & Urquidy, M. R. (2011). Aprendizaje en microempresas de Baja California Introducción La actividad empresarial contribuye en la dinámica social y económica. *Estudios Fronterizos*, *12*, 95–116. <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v12n23/v12n23a5.pdf>
- Gallardo, N., & Carmona, E. (2019). Modelo de plan financiero para microempresas comerciales establecidas en Ciudad Juárez Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Problema de investigación. *Relayn*, *10*, 102–107. <http://148.210.21.170/handle/20.500.11961/17882>
- Godoy, J. A. R., & Acero, D. R. (2011). Análisis del desempeño financiero. *Pensamiento & Gestión*, *31*, 109–136. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64620759006>
- González Alvarado, T. E. (2005). Problemas en la definición de microempresa. *Revista Venezolana de Gerencia*, *10*(31), 408–423. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842005000300004&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Granados Muñoz, R. (2020). Revisión teórica de herramientas metodológicas aplicadas en la investigación criminológica. *Derecho y Cambio Social*, *59*, 501–511. <https://doi.org/http://doi.org/10.5281/zenodo.3858045>
- Guevara, R. (2016). El estado del arte en la investigación: ¿ análisis de los conocimientos acumulados o indagación por nuevos sentidos ? The State of the Art as a Research Technique: *Revista Folios*, *44*, 165–179. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345945922011>
- Hidalgo-Arriaga, L., Chagerben-Salinas, A., & Yagual-Velasteguí, J. (2018). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, *3*, 783–798. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=6326783>
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. de R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, *18*(35), 107–130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>

- Imbaquingo Carapaz, N. F., & García Zambrano, X. L. (2019). El control interno en la gestión de inventarios para la empresa Japan Auto, 2017. *Revista Ciencias Sociales y Económicas - UTEQ*, 3(1), 58–72.
- Izar Landeta, J. M., & Ynsunza Cortés, C. B. (2013). Efecto de las estrategias competitivas y los recursos y capacidades orientados al mercado sobre el crecimiento de las organizaciones. *Contaduría y Administración*, 58(1), 1–29. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v58n1/v58n1a8.pdf>
- Jimenez, J. H. C., & Zapata, M. H. (2017). Microempresas: análisis empírico de algunos problemas. *En Contexto*, 6(8), 23. <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/486>
- Jiménez, J. I., & Rojas, F. S. (2016). Aplicación de inductores generadores de valor para la gestión en microempresas. *En Contexto*, 4(5), 99–116.
- Logreira-vargas, C., Bonett-brieva, M., & Sandoval-herrera, J. (2018). Microempresas en Barranquilla : Una mirada desde el financiamiento privado. *Revista Venezolana De Gerencia*, 23, 358–374. <https://www.redalyc.org/journal/290/29056115007/29056115007.pdf>
- López-Manjón, J. D., & Rodríguez-Masero, N. (2016). El flujo de caja como determinante de la estructura financiera de las empresas españolas. Un análisis en tiempos de crisis. *Revista de Métodos Cuantitativos Para La Economía y La Empresa*, 21, 141–159. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=233146290009>
- Martín Méndez, M. M., & Ojeda López, R. N. (2017). Ventajas competitivas de un centro comercial a partir de sus recursos. *Equidad y Desarrollo*, 1(28), 147–165. <https://doi.org/10.19052/ed.4232>
- Melo, L., Sánchez, N., & Corbelle, F. (2020). Mapa de la Competitividad en microempresas de la agroindustria alimentaria. *Espacios*, 41(5), 1–12. <http://www.revistaespacios.com/a20v41n05/a20v41n05p06.pdf>
- Mendes, N., & Nieto, E. (2017). *Equipo De Investigación*. 1–4. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=gskIDR8AAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=gskIDR8AAAAJ:738O_y

MBCRsC

- Meza, T., Terranova, J., & Meza, J. (2018). Las Capacidades Organizacionales como Factor de Éxito en el Emprendimiento Social de la Parroquia Salinas de Guaranda Ecuador. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 22(89), 64–75. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/33/36>
- Moncada-Sánchez, G. G., Ramírez-Quevedo, P. X., & González-Illescas, M. L. (2020). Estrategias competitivas de las empresas ecuatorianas exportadoras de camarón. Casos de éxito. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 125–142. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1115>
- Monjarás- Ávila, A. J., Bazán- Suárez, A. K., Pacheco- Martínez, Z. K., Rivera- Gonzaga, J. A., Zamarripa- Calderón, J. E., & Cuevas- Suárez, C. E. (2019). Diseños de investigación. *Dermatología Revista Mexicana*, 15(15), 119–122. <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-35348921065&partnerID=MN8TOARS>
- Monroy, M., & Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. (Primera). Éxodo. <https://elibro-net.basesdedatos.utmachala.edu.ec/es/ereader/utmachala/172512?page=1>
- Mora Álvarez, J. M., Martínez Paredes, O. L., Pardo Soto, M. V., & Cantillo Flórez, J. (2015). Crisis de la representación contable en la industria petrolera: ensamblando heteroglosias de poder hacia el acto ético. *Revista Científica General José María Córdova*, 13(15), 271–288. <https://doi.org/10.21830/19006586.27>
- Muñiz-Jaime, L. P., Franco-Yoza, J. A., Delgado-Gutierrez, Z. M., Lucio-Pillasagua, A. del J., & Tumbaco-Tumbaco, C. R. (2019). Estrategias de competitividad para el fortalecimiento de las microempresas del cantón Jipijapa. *Polo Del Conocimiento*, 4(2), 114. <https://doi.org/10.23857/pc.v4i2.898>
- Noguera Hidalgo, Á. L., Barbosa Ramírez, D. H., & Castro Ríos, G. A. (2014). Estrategia organizacional: una propuesta de cambio. *Redalyc.Org: Estudios Gerenciales*, 30(131), 153–161.

<https://www.redalyc.org/pdf/212/21231108007.pdf>

- Obando, M., Cuenca, V., & Rea, M. (2020). El empoderamiento del personal como herramienta para fortalecer el compromiso organizacional en el nivel operativo. *Revista de Produccion, Ciencias e Investigacion*, 4(32), 81–88. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss32.2020pp81-88>
- Organización de las Naciones Unidas. (2016). Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible [Informe]. In *Naciones Unidas*. <http://unstats.un.org/sdgs/>.
- Orozco Alvarado, J. C., & Díaz Pérez, A. A. (2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa? *Revista Electrónica de Conocimientos, Saberes y Prácticas*, 1(2), 66–82. <https://doi.org/10.30698/recsp.v1i2.13>
- Pérez, A., Torralba, A., Cruz de los Ángeles, J. A., & Martínez, I. D. los Á. (2016). Las fuentes de financiamiento en las microempresas de Puebla, México. The founding sources in SME's of Puebla, Mexico. *TEC Empresarial*, 10(1), 19. <https://doi.org/10.18845/te.v10i1.2531>
- Perez, E., Villarreal, A., & Reyes, G. (2018). Modelo para determinar desempeño financiero de empresas proveedoras de servicios de Internet : El caso Colombia. *Revista Espacios*, 39(42), 32–46. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29060499016/29060499016.pdf>
- Pletsch, C. S., Magro, C. B. D., Silva, A. Da, & Lavarda, C. E. F. (2015). Estratégias Competitivas E Desempenho Econômico-Financeiro De Empresas Brasileiras. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 9(25), 16. <https://doi.org/10.11606/rco.v9i25.82709>
- Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: Métodos y técnicas de investigación científica. *Opción*, 31(1), 1137–1156. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31043005061>
- Romero, Y., & Ramírez, J. (2018). *Relación de la toma de decisiones financieras con el nivel de conocimiento financiero en las mipymes*. 9(19), 36–44. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2018.V9.N19.A5>

- Salazar-Mosquera, G. M. (2017). Factores determinantes del desempeño financiero en el sector manufacturero en la República del Ecuador. *Panorama Económico*, 25(2), 243–254. <https://doi.org/10.32997/2463-0470-vol.25-num.2-2017-2076>
- Santamaría, G., Paucar, L., & Borja, Y. (2020). El uso de la social media en la administración de las empresas públicas en Ecuador. *Polo Del Conocimiento*, 5(03), 156–180. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i3.1329>
- Santana Vilorio, L. (2017). Determinantes de la supervivencia de microempresas en Bogotá: Un análisis con modelos de duración. *Innovar*, 27(64), 51–62. <https://doi.org/10.15446/innovar.v27n64.62368>
- Tallano, M., & Beltramo, S. (2019). Estrategias comunicacionales digitales de las organizaciones sociales de la ciudad de Rafaela. *Universidad Nacional de Rafaela*, 1–19. <https://www.aacademica.org>.
- Toiber Rodríguez, I., Valtierra Pacheco, E., León Merino, A., & Portillo Vázquez, M. (2017). El capital social como factor de éxito en microempresas rurales que elaboran productos procesados de nopal en Tlaxcala. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 27(49), 93–119. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-45572017000100093&script=sci_arttext
- Troncoso-Pantoja, C., & Amaya-Placencia, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de La Facultad de Medicina*, 65(2), 329–332. <https://doi.org/10.15446/revfacmed.v65n2.60235>
- Valenzo-Jiménez, M. A., & González-Samaniego, A. (2021). Capacidad de adaptación y competitividad en microempresas de abarrotes en Cuitzeo, México. *Mercados y Negocios*, 43, 49–76. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7629>
- Vargas-Hernández, J., & López Aracena, L. D. (2018). Efectos de la Implementación de Estrategias Empresariales en los Micronegocios. *Neumann Business Review*, 4(1), 44–56. <https://doi.org/10.22451/3002.nbr2018.vol4.1.10019>

Villacis, J. (2018). Factores de Competencia entre PYMES. *Espiraes*, 76–98.
<https://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/download/247/196>

5.4 Anexos

Anexo 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Administración de Empresas

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA MICROEMPRESA

TEMA: La estrategia competitiva como actor de éxito en el desempeño financiero de las microempresas

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA: Conocer el criterio del propietario sobre la estrategia competitiva y financiamiento de la microempresa para determinar su rendimiento.

DATOS GENERALES

Nombre:

Tiempo en el cargo:

Fecha:

Como desarrollo del proyecto de titulación en la Universidad Técnica de Machala es necesario analizar la realidad social y obtener información de campo; por ende, esta entrevista es de carácter abierto, con fines netamente académicos e investigativos; se ofrecen una serie de preguntas que deben ser respondidas acorde a su experiencia e integridad, las mismas que son:

1. ¿Cómo planifica las actividades de la empresa?

2. ¿Cómo está organizada la empresa?

3. La empresa aplica alguna estrategia competitiva

4. De ser así, ¿Cuál estrategia aplica?

5. ¿Se ejecuta un control de las actividades administrativas que se realizan durante el día?

6. ¿La empresa opera con recursos propios o requiere financiamiento para el desarrollo de sus actividades?

7. Al existir la Administración Financiera, ¿la empresa toma sus decisiones en base a los resultados del análisis financiero?

8. ¿Para el manejo de los recursos económicos se utiliza la proyección de ingresos y gastos?

Anexo 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Administración de Empresas

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA MICROEMPRESA

TEMA: La estrategia competitiva como actor de éxito en el desempeño financiero de las microempresas

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Recopilar información de la percepción del manejo de los recursos financieros de la microempresa estudiada.

Pregunta 1: ¿Cómo usted considera la planificación financiera de la empresa?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala

Pregunta 2 ¿Cada qué tiempo el gerente le informa de la planificación financiera de la empresa?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Anual

Pregunta 3 ¿Considera que la empresa está realizando una correcta organización de sus recursos financieros?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

4. ¿Usted considera que las funciones financieras dentro de la empresa se están llevando correctamente?

- Si
- No

5. ¿Cómo califica el nivel competitivo de la organización?

- Muy Bueno
- Bueno
- Malo
- Regular

6. ¿Usted está de acuerdo con las decisiones que toma el gerente?

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- En desacuerdo

- Muy en desacuerdo

Pregunta 7: ¿Con qué frecuencia se realiza arqueo de caja?

- Siempre
- Casi siempre
- En ocasiones
- Casi nunca
- Nunca

Pregunta 8: ¿Cree usted que la empresa alcanza los niveles esperados de utilidad por los socios?

- Si
- No

Pregunta 9: ¿Usted está de acuerdo que los ingresos obtenidos son adecuados para cubrir los gastos de la empresa?

De acuerdo

Desacuerdo

Pregunta 10 ¿La gerencia informa los resultados financieros que obtiene la empresa?

- Si
- No

Pregunta 11 ¿la gerencia realiza las correspondientes proyecciones financieras?

- Si
- No

Anexo 3

FICHA DE OBSERVACIÓN			
Valoración	No se realiza	Lo realiza, pero no en su totalidad	Lo realiza en su totalidad
Actividades	1	2	3
Proyección de ventas			
Proyección de cobros y pagos			
Arqueo de caja			
Comunicación de resultados financieros			
Realización de control de inventarios			

