

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, período 2014-2018”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Ingenieras en Administración de Empresas y Marketing

AUTOR (a) s: Amanda Elizabeth Caicedo Quistanchala

Alexandra Esthefania Imbacuán Navarro

TUTOR (a): Eco. Evelyn Marlene Curiel López

TULCÁN- ECUADOR

2020

CERTIFICADO DE JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las señoritas AMANDA ELIZABETH CAICEDO QUISTANCHALA con el número de cédula 0401771373 y ALEXANDRA ESTHEFANÍA IMBACUÁN NAVARRO con el número de cédula 0401899690 han elaborado el trabajo de titulación: “Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, período 2014-2018”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el lamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

.....
Eco. Evelyn Curiel

TUTORA

.....
Dr. Luis Sanipatín

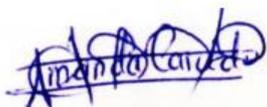
LECTOR

Tulcán, septiembre 2020

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye un requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Nosotras, AMANDA ELIZABETH CAICEDO QUISTANCHALA con cédula número 0401771373 y ALEXANDRA ESTHEFANÍA IMBACUÁN NAVARRO con el número de cédula 0401899690 declaramos: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....

Amanda Caicedo



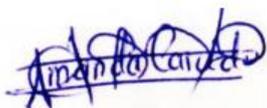
.....

Alexandra Imbacuán

Tulcán, septiembre 2020

ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotras, AMANDA ELIZABETH CAICEDO QUISTANCHALA y ALEXANDRA ESTHEFANÍA IMBACUÁN NAVARRO declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, período 2014-2018” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....
Amanda Caicedo



.....
Alexandra Imbacuán

Tulcán, septiembre 2020

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la fuerza y la sabiduría necesaria para superar este proceso y haber culminado con éxito.

A mi mamá Olga Quistanchala, a mis hermanos Edwin, Marcela, Byron y a mi tía Alicia Caicedo, por su paciencia, consejos y por haber sido ese apoyo moral y económico durante toda esta etapa.

A mi hijo por ser mi motivación y mis ganas de superarme profesionalmente.

A mis profesores de clase y en especial a mi tutora Eco. Evelyn Curiel y mi lector Dr. Luis Sanipatín e Ing. Fausto Montenegro por haberme guiado y empapado de sus conocimientos.

Amanda Caicedo

A mi Dios por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida profesional que contiene mucho esfuerzo y dedicación.

Agradezco principalmente aquellas personas que me apoyaron y guiaron por el camino correcto de este proceso.

A mis padres y hermanos que son mi inspiración, amigos por el apoyo de manera incondicional que me han brindado.

A mis ingenieros de clase por el apoyo y el conocimiento que me ofrecieron cada día durante esta etapa, y en especial a mi tutora Eco. Evelyn Curiel y mi lector Dr. Luis Sanipatín por sus consejos y capacidad de guiarme.

Alexandra Imbacuán

DEDICATORIA

A mi mamá Olga Quistanchala y mis hermanos Edwin, Byron y Marcela Caicedo por ser las personas a quienes más admiro por sus logros alcanzados y por ser mi sustento económico, moral y afectivo.

A mi hijo Jostin Vizcaino por ser la luz de mis ojos y el centro sobre el cual gira mi vida.

A mis amigos y seres queridos que siempre me apoyaron con sus palabras de aliento y me motivaron a seguir adelante.

Amanda Caicedo

Principalmente agradezco a Dios por haberme dado las fuerzas necesarias de superación día a día, para culminar este proceso con el mejor de los éxitos.

A mi madre Piedad del Carmen Navarro Castro por ser mi inspiración y ganas de triunfar a nivel profesional, a mi padre Pablo Fernando Imbacuán Pastaz, a mis hermanos Grace, Emerson y Mayerli, por su comprensión, por la ayuda económica, por el apoyo moral, por ser mi fuente de inspiración a no rendirme y esforzarme cada día más los amo con todo mi corazón.

Alexandra Imbacuán

ÍNDICE GENERAL:

CERTIFICADO DE JURADO EXAMINADOR	1
AUTORÍA DE TRABAJO.....	2
ACTA DE SESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	3
AGRADECIMIENTO.....	4
DEDICATORIA	5
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN	13
I. PROBLEMA	14
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	16
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	17
1.4.1. Objetivo General	17
1.4.2. Objetivos Específicos.....	17
1.4.3. Preguntas de investigación	17
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	18
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	18
2.2. MARCO TEÓRICO.....	23
2.2.1. Empresa.....	23
2.2.2. Clasificación de las empresas.....	23
2.2.3. Actividad Económica	24
2.3. Sector Económico	24
2.3.1. Las mipymes	25
2.4. Mipymes y el desarrollo económico	25
2.5. Crecimiento de las Mipymes.....	26
2.5.1. Clasificación del sector comercio.....	26
2.6. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos y motocicletas	27
2.7. Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.....	27
2.8. Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.....	28
2.8.1. Crecimiento Económico.....	28
2.9. Producto Interno Bruto.....	29
2.9.1. Desarrollo.....	29
2.10. Desarrollo Económico.....	29

2.11.	Desarrollo Humano.....	30
2.12.	Desarrollo Social	30
2.13.	Bienestar Social	30
2.13.1.	Índice de Desarrollo Humano.....	31
2.14.	Calidad de Vida	32
III.	METODOLOGÍA.....	33
3.1.	ENFOQUE METODOLÓGICO	33
3.1.1.	Enfoque.....	33
3.2.	Enfoque cuantitativo.....	33
3.3.	Tipo de investigación.....	33
3.3.1.	Investigación bibliográfica	33
3.3.2.	Investigación exploratoria	34
3.3.3.	Investigación descriptiva	34
3.3.4.	Investigación correlacional.....	34
3.4.	HIPÓTESIS	35
3.5.	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	35
3.6.	DEFINICIÓN	35
3.7.	MÉTODOS UTILIZADOS	36
3.7.1.	Método Deductivo	36
3.7.2.	Método analítico	37
3.7.3.	Método sintético	37
3.8.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	37
3.9.2.	Cálculo de la muestra	38
3.9.3.	Muestra probabilística estratificada.....	39
3.9.5.	Análisis de regresión simple.....	40
3.9.6.	Regresión y correlación.....	40
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	41
4.1.	APLICACIÓN DEL MODELO DE REGRESIÓN LINEAL SIMPLE.....	42
4.1.1.	VARIABLES del modelo.....	42
4.1.2.	Resultados del modelo econométrico	42
4.1.3.	Ecuación	43
4.1.3.1.	Interpretación.....	44
4.2.	Participación en ventas	44
4.3.	Causas que impiden el crecimiento de las mipymes	45
4.4.	Actividades del sector comercial.....	47
4.5.	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos y motocicletas.....	47

4.6.	Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.....	48
4.7.	Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.....	49
4.8.	Comercio al por mayor y al por menor; excepto el de vehículos y motocicletas.....	50
4.9.	Calidad de Vida.....	50
4.10.	Miembro de la familia más longevo.....	51
4.11.	Salud.....	52
4.12.	Nivel de educación.....	52
4.13.	Empleo	54
4.14.	Ingresos mensuales.....	54
4.14.1.	Análisis entrevistas.....	55
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
5.1.	Conclusiones	60
5.2.	Recomendaciones.....	62
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
VII.	ANEXOS.....	68

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1. <i>Clasificación de las empresas</i>	23
Tabla 2. <i>Clasificación de las mipymes (MIPRO)</i>	23
Tabla 3. <i>Actividades económicas</i>	24
Tabla 4. <i>Operacionalización de variables.</i>	36
Tabla 5. <i>Resumen de técnicas e instrumentos de investigación utilizadas</i>	37
Tabla 6. <i>Muestreo Estratificado</i>	39
Tabla 7. <i>Variabes</i>	42
Tabla 8. <i>Regresión lineal</i>	43
Tabla 9. <i>Correlación de las variables</i>	43
Tabla 10. <i>Nivel de ingresos anuales de las mipymes</i>	44
Tabla 11. <i>Dificultades de las mipymes del sector comercial</i>	46
Tabla 12. <i>Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas</i>	47
Tabla 13. <i>Comercio al por mayor</i>	48
Tabla 14. <i>Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas</i>	49
Tabla 15. <i>Comercio al por mayor y al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas</i>	50
Tabla 16. <i>Calidad de vida de los propietarios de las mipymes</i>	51
Tabla 17. <i>Miembro de la familia con edad avanzada</i>	51
Tabla 18. <i>Frecuencia de atención médica</i>	52
Tabla 19. <i>Nivel de Educación de los propietarios de las mipymes</i>	53
Tabla 20. <i>Integrantes del hogar con empleo</i>	54
Tabla 21. <i>Ingresos mensuales que percibe el hogar</i>	54

ÍNDICE DE FIGURAS:

<i>Figura 1.</i> Clasificación del comercio	27
<i>Figura 2.</i> Análisis de fiabilidad del instrumento	68
<i>Figura 3.</i> Género de los propietarios de las mipymes.....	68
<i>Figura 4.</i> Edad de los propietarios de las mipymes por cantones	69
<i>Figura 5.</i> Número de empleados de las mipymes	69
<i>Figura 6.</i> Ingresos anuales de las mipymes.....	70
<i>Figura 7.</i> Nivel de rentabilidad de las mipymes	70
<i>Figura 8.</i> Nivel de endeudamiento de las mipymes	71
<i>Figura 9.</i> Desafíos de las mipymes	71
<i>Figura 10.</i> Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.....	72
<i>Figura 11.</i> Actividades de comercio al por mayor	72
<i>Figura 12.</i> Actividades de comercio al por menor	73
<i>Figura 13.</i> Actividades de comercio al por menor y al por mayor	73
<i>Figura 14.</i> Negocios afectados por la competencia	74
<i>Figura 15.</i> Tipo de vivienda de los propietarios de las mipymes.....	74
<i>Figura 16.</i> Situación de la vivienda	75
<i>Figura 17.</i> Número de integrantes del hogar.....	75
<i>Figura 18.</i> Miembro de la familia más longevo	76
<i>Figura 19.</i> Número de visitas al médico	76
<i>Figura 20.</i> Integrantes del hogar con empleo.....	77
<i>Figura 21.</i> Servicios básicos del hogar	77
<i>Figura 22.</i> Nivel de educación de los propietarios de las mipymes.....	78
<i>Figura 23.</i> Ingresos mensuales percibidos en el hogar	78
<i>Figura 24.</i> Monto mínimo requerido por los hogares para vivir bien.....	79
<i>Figura 25.</i> Perspectiva de la calidad de vida del propietario	79
<i>Figura 26.</i> Situación económica actual en el hogar.	80
<i>Figura 27.</i> Formato de encuesta parte 1	81
<i>Figura 28.</i> Formato de encuesta parte 2	82
<i>Figura 29.</i> Formato de encuesta parte 3	83
<i>Figura 30.</i> Formato de encuesta parte 4	84
<i>Figura 31.</i> Datos serie longitudinal.....	91
<i>Figura 32.</i> Cálculo Regresión Lineal	92

RESUMEN

Las micro, pequeñas y medianas empresas representan el sustento económico de las naciones, desde varios sectores económicos tales como: Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca, Explotación de Minas y Canteras, Industrias Manufactureras, Comercio, Construcción y Servicios. El aporte de estas empresas se ve reflejado en el desarrollo económico de estos países, medido a través del Producto Interno Bruto (PIB). El propósito del estudio fue determinar la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi. Para la metodología se empleó un enfoque cuantitativo en la aplicación del modelo econométrico de Regresión Lineal Simple para la comprobación de la hipótesis. Mediante ello, se determinó que la variación del PIB del sector comercio en la provincia del Carchi varía en función del incremento de las ventas anuales de las mipymes (micro, pequeña y mediana empresa). El tejido empresarial en la provincia, en su mayoría corresponde a microempresas, dado que son creadas con el único objetivo de generar autoempleo. Por ende, el capital insuficiente y la administración ineficiente son las principales causas que impiden el crecimiento de estas empresas, por el bajo nivel de ventas y el escaso conocimiento en procesos administrativos por parte de los propietarios. La devaluación del peso colombiano, también afecta a la provincia por estar ubicada en zona fronteriza, lo cual favorece al lado colombiano, pues los ecuatorianos prefieren adquirir productos en el país vecino, por el beneficio del cambio monetario, dejando de lado el comercio local y disminuyendo el nivel de ventas de los negocios. Finalmente, el comercio al por menor es una de las actividades más ejercidas en la provincia con el 58,86% en la venta de prendas de vestir, calzado, productos medicinales, agrícolas, alimenticios, entre otros.

Palabras clave: mipymes, comercio, devaluación, autoempleo, desarrollo económico

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises represent the economic support of nations, from several economic areas such as agriculture, livestock, forestry, fishing, as well as mining, quarrying, manufacturing industries, commerce, construction and services.

The contribution of these companies is reflected in the economic development of these countries, measured through the Gross Domestic Product (GDP). The purpose of this study was to determine the influence of MSMEs (Small and Medium Enterprises) in the commercial area in the socio-economic development of the Carchi province.

Regarding the methodology, a quantitative approach was used in the application of the econometric model of Simple Linear Regression to confirm the hypothesis. Through this, it was determined that the variation in the GDP of the trade area in the province of Carchi differs according to the increase of the annual sales of MSMEs.

The business structure in the province in its majority corresponds to micro-enterprises, since they are created with just one objective which is to generate self-employment. Consequently, insufficient capital and ineffective administration are the main causes that stop these companies from growing, due to the low level of sales and the poor knowledge of administrative processes by the owners.

The devaluation of the Colombian peso also affects the province because it is located in the border zone, which favors the Colombian side since Ecuadorian people prefer to buy products in the nearby country because of the benefit of the currency exchange, leaving aside local trade and reducing the level of business sales.

Finally, retail trade is one of the most practiced activities in the province, with 58.86% in the sale of clothing, footwear, medicinal products, agriculture, and food, among others.

Keywords: MSMEs, trade, devaluation, self-employment, economic development.

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), cumplen un papel fundamental en el desarrollo económico y social del mismo. Estas se dedican a actividades productivas, comerciales o de servicios, constituyendo un eslabón importante en el desarrollo económico y la generación de empleo para el país.

El presente estudio investigativo, tuvo como finalidad realizar un análisis de la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, período 2014 – 2018.

En el capítulo I, se presentó el problema de investigación, formulación del problema, justificación, objetivos y preguntas de investigación.

En el capítulo II, se describió la fundamentación teórica, la cual consta de: antecedentes investigativos relacionados con el tema y el marco teórico, el cual engloba conceptos generales y teorías que permitieron realizar comparaciones e inferencias con los resultados obtenidos en base a las variables propuestas.

En el capítulo III, se desplegó un marco metodológico dentro del cual se emplearon tipos de investigación tales como: investigación Bibliográfica, Exploratoria, Descriptiva y Correlacional. Además, se describieron las hipótesis, la definición y operacionalización de las variables de estudio; y métodos y técnicas utilizados para la obtención de resultados.

En el capítulo IV, se desarrollaron conjuntamente los resultados y la discusión, que dieron respuesta a las preguntas de investigación planteadas en este estudio. Del mismo modo, se ostentó la comparación de los resultados con teorías, propuestas por los autores mencionados en el segundo capítulo.

Finalmente, en el capítulo V, se obtuvieron las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) en Latinoamérica, son la muestra de la creación de emprendimientos, en los países en vías de desarrollo. No obstante, las mipymes fracasan en el transcurso de los tres primeros años, debido a la dificultad que tienen para mantenerse dentro del mercado, por los escasos recursos que disponen, la deficiente capacitación del capital humano, y los bajos niveles de innovación y de tecnología (CEPAL, 2018).

Las mipymes realizan diferentes tipos de actividades pertenecientes a sectores económicos como: Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca, Explotación de Minas y Canteras, Industrias Manufactureras, Comercio, Construcción y Servicios. En el Ecuador la actividad económica con mayor número de empresas después del sector de los servicios, es el comercio al por mayor y al por menor, abarcando un 54% a nivel nacional. Estas empresas en su mayoría son de carácter familiar y pertenecientes a tiendas minoristas o de barrio.

La debilidad de las mipymes ecuatorianas de acuerdo a Enríquez (2010), se encuentra en el escaso conocimiento en el ámbito empresarial, procesos contables y administrativos por parte de los propietarios del negocio. Así mismo, la deficiente capacitación al personal y la poca capacidad de asociatividad, hacen que estas empresas sean menos competitivas.

La capacidad de liderazgo, también juega un papel muy importante dentro estas empresas, dado que, están bajo el mando de los jefes de hogar o miembros del mismo. Por ello, no tienen la habilidad suficiente para implementar estrategias que les permitan mantenerse dentro del mercado y adaptarse a los cambios políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos o legales.

En consecuencia, para la Organización Internacional de Trabajo (OIT) las mipymes, no cuentan con las competencias de gestión, dicho en otras palabras, no cumplen con el proceso de identificación de capacidades del personal requerido, puesto que, en los negocios, la mayoría de los trabajadores son familiares. Esto obstaculiza la atracción de nuevos clientes, provocando una disminución en el volumen de ventas y desempleo en las familias carchenses.

En la provincia del Carchi, después de la agricultura, la actividad económica más importante es el comercio, puesto que existen alrededor de 6000 establecimientos visibles que desarrollan este tipo de actividad (INEC, 2014).

Actualmente, las mipymes del sector comercial se ven afectadas por la dolarización del país, puesto que, la provincia del Carchi al estar ubicada en zona fronteriza, tiene un bajo nivel competitivo con respecto a las empresas colombianas por el cambio monetario. A causa de ello, los habitantes del Carchi y otras provincias del Ecuador, prefieren adquirir productos o servicios en el lado colombiano.

Por esta razón, el Consejo Sectorial de la Producción el 18 de agosto del 2015, declaró a la provincia del Carchi como zona deprimida, estableciendo medidas como: la canasta básica transfronteriza, la cual consistió, en la adquisición de productos tales como: bienes tecnológicos, celulares, productos de limpieza, confitería, entre otros, en Colombia, sin pago de aranceles y libre de salvaguardias.

Esta medida estuvo en vigencia desde octubre del 2015 hasta mayo del año 2017. Pese a ello, no se obtuvieron mayores beneficios para el sector comercial, puesto que muchos carchenses desconocían las ventajas que ofrecía la canasta comercial transfronteriza. Esta medida ayudó a reducir los efectos negativos de la crisis económica en la provincia. No obstante, no se logró reactivar la economía dentro de la misma, por lo que, los ecuatorianos hasta la actualidad, se ven atraídos por el comercio que ofrece el país colombiano (Guerrón, 2018).

En consecuencia, según la Directora Ejecutiva de la Cámara de Comercio de Ipiales, del 100 % de las ventas que genera el sector comercio en esta ciudad, el 60% corresponde a productos adquiridos por ciudadanos ecuatorianos. Por consiguiente, la economía de este sector ha mejorado considerablemente, generando ingresos para los comerciantes de la ciudad de Ipiales y Pasto. Esto se expresa en un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Ipiales, en donde la visita masiva de ciudadanos ecuatorianos deja 300 mil millones de pesos en ventas anuales para el sector comercio, convirtiendo a esta ciudad, en la principal fuente comercial del país colombiano (Burgos, 2019).

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influyen las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, período 2014-2018?

1.3. JUSTIFICACIÓN

En el Ecuador, las mipymes son la base del desarrollo económico y social del país con un 27,49% de contribución al Producto Interno Bruto (PIB), ya sea, produciendo, comercializando o añadiendo un valor agregado, se convierten, en un actor fundamental para la generación de empleo e ingresos con un 34,3% (CEPAL, 2018).

Este estudio se utilizó como fuente de información para pequeños empresarios que buscaron incursionar en este ámbito, ya que permitió conocer la realidad del sector comercial a través del análisis de la economía de la población carchense, y la calidad de vida de los propietarios de los negocios y beneficiarios externos para la toma de decisiones.

Además, se dio a conocer la situación actual de las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi en los últimos años, con datos reales y actualizados, en vista de que existe escasa información sobre temas relacionados, por lo que sirvió como fuente de consulta.

Esta investigación, se encuentra alineada al Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida, Objetivo 5: “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria”; dentro del cual se detalla la importancia de incrementar la productividad, agregar un valor extra y destacar la ventaja competitiva en el entorno, para fortalecer la asociatividad, el comercio ético y justo y la priorización de la Economía Popular y Solidaria (Secretaría Nacional de Desarrollo, s.f).

Del mismo modo, se encuentra apegada a la línea de Investigación, Emprendimiento y Empresa de la carrera de Administración de Empresas y Marketing, puesto que se enfocó en las mipymes del sector comercial, las mismas que se usaron como guía para fomentar el emprendimiento y la creación de nuevas empresas.

Adicional a ello, la investigación considera el Plan Estratégico Institucional de la provincia del Carchi (2009-2019), en su Objetivo N°2: “Fomentar el desarrollo productivo de la provincia en las áreas agrícolas, ganadera, comercial, agroindustrial, turística y artesanal”, puesto que se identificaron las causas que impiden el crecimiento de las mipymes del sector comercial para

el fortalecimiento de este sector y su incidencia en el desarrollo socio-económico de la provincia (Gobierno Provincial del Carchi, s.f).

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, periodo 2014-2018.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente los conceptos relacionados a las mipymes y al desarrollo socio-económico.
- Diagnosticar la situación actual de las mipymes y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi.
- Identificar las principales causas que impiden el crecimiento de las mipymes para su fortalecimiento y su incidencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi.
- Determinar las actividades comerciales que predominan en la provincia del Carchi.
- Analizar la calidad de vida de los propietarios de las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de investigación

¿Qué técnica de análisis de la información es útil para diagnosticar la situación actual de las mipymes del sector comercial?

¿Cuál es la situación actual de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi?

¿Cuáles son las causas que impiden el crecimiento de las mipymes para su fortalecimiento y su incidencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi?

¿Cuáles son las actividades comerciales que predominan en la provincia del Carchi?

¿Cómo es la calidad de vida de los propietarios de las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1. Antecedente 1

En un estudio realizado por Nicola (2015), titulado “Análisis sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) de la provincia del Guayas, periodo 2011 - 2013”, estas empresas cumplen un rol muy importante dentro de la economía de un país. Por tanto, la producción, la comercialización y los servicios satisfacen la demanda existente donde estas se desarrollan, convirtiéndose en una fuente de empleo y actividad económica para los ciudadanos. No obstante, el crecimiento de las mipymes en Ecuador se ve afectado por el manejo de tecnología inadecuada, poca capacitación de las personas que laboran, baja participación en el mercado internacional y falta de apoyo de diferentes entidades.

Este estudio radica en la realización de un análisis del medio, en donde se desenvuelven estas empresas, para desarrollar sus actividades diarias, en relación a la producción, vinculación con el sector financiero y el empleo que proporcionan en la provincia del Guayas.

La metodología utilizada para cumplir los objetivos del estudio, fue la técnica de la estadística descriptiva e investigación de campo. Los aspectos generales de estas empresas se obtuvieron a través de instituciones tales como: INEC, Banco Central, Ministerio de Productividad y Superintendencia de Compañías, entre otros. Para el aspecto legal de la investigación se incluyeron: la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Compañías, Ley de Bolsa de Valores, entre otras.

El enfoque de este estudio fue de tipo cuantitativo y cualitativo, puesto que genera resultados amplios y control sobre posibles fenómenos que se presenten en el entorno donde se desarrollan las mipymes. Además, se realizó un profundo análisis de los datos, que fueron obtenidos mediante la aplicación de un instrumento, prolongado a una comparación entre datos de fuentes primarias y los resultados que se obtuvieron con la investigación de campo.

Finalmente, como resultado las microempresas son empresas familiares que mantienen su capital y el centro de su gestión en manos de una o más familias. Así pues, se han convertido en un patrimonio común transmitido de generación en generación, existiendo elementos que restringen el crecimiento de estas empresas, como la mala gestión de los procesos del negocio.

Así mismo, las mipymes del Ecuador para el año de estudio representaron un 44,3% de las empresas en general, las mismas que generaron un 24% de empleo. Además, el porcentaje en participación del empleo de la microempresa fue del 93%, pequeñas empresas 4% y aproximadamente el 1% en las demás empresas.

2.1.2. Antecedente 2

En la investigación realizada por Cando (2017), titulada “Factores de influencia en el desarrollo y crecimiento de las mipymes comerciales del Cantón Ibarra, provincia de Imbabura”, se realizó un análisis de las mipymes, las cuales constituyen la base de la economía ecuatoriana en los aspectos sociales y económicos.

El propósito del estudio fue determinar los factores de influencia en el desarrollo y crecimiento de las mipymes comerciales y proponer un modelo de negocio sostenible con las herramientas de monitoreo y evaluación de dicho modelo.

Los emprendimientos en la actualidad atraviesan desafíos para permanecer en el mercado, tales como: tecnología, capital de trabajo, recursos humanos, escasa formación empresarial, débil participación en el mercado, política pública, entre otros; impidiendo el desarrollo y cumplimiento de los ciclos empresariales.

El desarrollo empresarial es un proceso que pretende dar soluciones de tipo organizacional, partiendo de la elaboración de un modelo de transformación, tomando en cuenta elementos como: mejoramiento empresarial, liderazgo, cultura, proceso, componentes y etapas del emprendimiento.

Un modelo de negocios describe algunos componentes como: fuentes de ingreso, propuesta de valor, segmento de clientes, canales de distribución, relación con los clientes, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos.

La metodología utilizada para este estudio, fue de carácter descriptivo, exploratorio, participativa y propositiva. La investigación fue de tipo transversal, puesto que se consideraron datos de años pasados para relacionarlos con el presente.

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo, haciendo énfasis en el aspecto cuantitativo a partir de la implementación de herramientas estadísticas que permitieron analizar los amplios resultados y control sobre posibles fenómenos.

En conclusión, en el cantón Ibarra desaprovechan los recursos que tienen a su alcance, como la falta de integración dentro del mercado. En este sentido las mipymes se manejan dentro de un marco más individual o familiar antes que integral, desconociendo procesos técnicos que deben seguirse para garantizar el manejo de la inversión.

Esto obliga a estas empresas a estancar sus actividades y en otros casos a cerrar sus negocios, por ello, este sector es considerado como vulnerable, el mismo que ha nacido por necesidad de los dueños, mas no por una visión empresarial.

Por esta razón, hace falta implementar procesos de gestión de una manera continua para que estas empresas se vayan adaptando de mejor manera en el mercado, sean competitivas y puedan aportar visualizando un cambio generado.

El desarrollo de las mipymes está sujeto únicamente a sobrevivir dentro del mercado y a pesar que la mayoría de negocios son manejados por emprendedores jóvenes, siendo mujeres con estudios superiores quienes los lideran, no se ha garantizado una mejora en su nivel de vida por la competencia, falta de capital y mala administración.

2.1.3. Antecedente 3

De acuerdo a Molina (2016), en su investigación titulada “Obstáculos para las micro, pequeña y medianas empresa en América Latina”, los principales problemas que presentan este tipo de empresas para su desarrollo son: el poco acceso a financiamiento, la falta de capital humano especializado y la escasa implementación de tecnología. Esto implica un largo camino por recorrer, en donde muchas mipymes cierran sus operaciones al poco tiempo de haber iniciado sus actividades.

Es importante mencionar que los obstáculos para las microempresas, no son los mismos que las pymes (pequeña y mediana empresa), puesto que la mayoría de estas son de carácter familiar y la figura del directivo y propietario recae sobre la misma persona. Así pues, las microempresas atraviesan problemas relacionados con la desmotivación de los miembros familiares, la comunicación inadecuada y la limitación en las ganancias por lo que son utilizadas únicamente como método de subsistencia.

La aportación de las mipymes para las economías a nivel latinoamericano residió en la generación de empleo con el 64,26% del total de empleos. Desde el punto de vista social, estas

empresas ayudan a la reducción de la pobreza y dan bienestar a las familias encargadas de administrarlas.

La metodología empleada fue de tipo cualitativa, tomando como herramienta el análisis del discurso mediante el uso de fuentes literarias que incluyeron documentos y libros con autores como: Zeballos (2007), Feindt, Jeffcoate & Chappell (2002) y Geldres-Weiss.

Para este estudio se plantearon posibles soluciones a la problemática presentada, en donde se sugirió el acceso a microcréditos y no necesariamente de entidades financieras, puesto que existen otros intermediarios financieros. Además, los microcréditos deben estar acompañados de capacitaciones y actividades que conduzcan a la empresa a la formalización de la economía y el cumplimiento de objetivos.

Por otra parte, el talento humano se ve afectado por falta de especialización, para lo cual se propuso la capacitación frecuente de los trabajadores de las empresas, incluido el personal administrativo, con el fin de mejorar su gestión empresarial, aumentar la productividad, y por ende la competitividad.

Finalmente, una solución propuesta para mejorar en tecnología, fue realizar estrategias con universidades y centros tecnológicos que estén dentro del entorno, lo cual puede implicar una oportunidad para la empresa. Así mismo, establecer alianzas con otras empresas del mismo sector para compartir conocimientos y una amplia variedad de beneficios tangibles e intangibles.

En cuanto a las posibles soluciones para las microempresas se encuentran: seleccionar a una persona calificada para que asuma el liderazgo de la empresa, establecer una organización clara con respecto a las actividades que se llevan a cabo y elaborar un plan de gestión a corto, mediano o largo plazo.

2.1.4. Antecedente 4

En la investigación realizada por Astudillo (2016), titulado “Innovación en las mipymes manufactureras de Ecuador y Argentina”, se realizó un análisis de las características que poseen las mipymes en relación a la innovación, considerándolo como un factor clave para la mejora de la competitividad. El objetivo principal del estudio fue establecer una hipótesis, a partir de una comparación de las actividades de las mipymes ecuatorianas y argentinas de la sección de innovación y competitividad de la Enterprise Survey del Banco Mundial.

De acuerdo a Dutrenit (2012), existen tres grupos de países latinoamericanos con características estructurales: Grupo A, países estructurales balanceadas, Grupo B, países con un desempeño satisfactorio en condiciones de vida y Grupo C, países con desempeño no satisfactorio. Ecuador se encuentra en el Grupo C, puesto que tiene una de las economías más pequeñas, bajos niveles de bienestar, desigualdad y un perfil exportador bajo. A su vez Ecuador se ubica en el puesto 71 en el reporte de competitividad del World Economic Forum (2013), medido en factores como salud, educación, infraestructura, empleo, ambiente macroeconómico, entre otras.

Por tanto, la metodología empleada para el estudio fue de tipo no experimental, el diseño de tipo transversal, ya que el estudio se realizó de forma comparativa entre los dos países, en un mismo periodo de tiempo con un enfoque cuantitativo.

Los datos se obtuvieron mediante la aplicación de un instrumento, tanto para empresarios ecuatorianos como argentinos. De este se obtuvieron datos de las mipymes, características, ventas, participación en género, implementación de tecnología y acceso a financiamiento.

También se aplicaron pruebas paramétricas para la comparación de ambos países, la prueba de chi-cuadrado de Pearson para las variables cualitativas y la prueba de t de student para las variables cuantitativas.

Se concluye que Ecuador implementa menos estrategias para la innovación de productos en comparación a Argentina, uno de los obstáculos que impide innovar, es la política pública que impulsan a desarrollar actividades de innovación de productos o servicios, así como también la falta de tecnología y las limitaciones económicas que posee el país.

Las mipymes argentinas son más antiguas que las ecuatorianas y el nivel de educación de los trabajadores ecuatorianas son mayor al de los argentinos; es decir, existen diferencias significativas entre los dos países, por lo que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

Dentro de las actividades de innovación con características cualitativas las mipymes argentinas innovan en proceso con el 58,35% y las ecuatorianas con un 42,47%. Además, las mipymes argentinas que realizaron gastos en innovación y desarrollo fueron de 50,01% y las ecuatorianas en un promedio de 33,73%.

Un punto importante a destacar en el estudio, es que los dos países innovan en mayor proporción en el producto, para posteriormente innovar en el proceso para la elaboración del mismo. Por lo cual, innovar en proceso involucra una mayor inversión, mientras que innovar en producto menor costo. Cabe recalcar que los dos países, tienen algunas semejanzas representativas como: invierten muy poco en investigación y en el ámbito empresarial, generando un bajo nivel de competitividad de estas empresas a nivel mundial.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Empresa

De acuerdo a García, S citado por Estallo y Benalges (s.f), la empresa es toda unidad productiva que hace uso de varios factores combinados por decisión del ser humano, para elaborar productos o prestar un servicio. Dentro de este contexto, podemos definir a la empresa como una entidad que se forma con la finalidad de obtener utilidades, mediante la combinación de recursos humanos y materiales para la ejecución de sus actividades.

2.2.2. Clasificación de las empresas

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2018) clasifica a las empresas en base al volumen de ventas anual y el número de empleados, explicado en la siguiente tabla:

Tabla 1. Clasificación de las empresas

Empresa	Ingresos	Número de trabajadores
Grande	5.000.001 en adelante	200 en adelante
Mediana “B”	2.000.001 a 5.000.000	100 a 199
Mediana “A”	1.000.001 a 2.000.000	50 a 99
Pequeña	100.001 a 1.000.000	10 a 49
Microempresa	Menor o igual a 100.000	1 a 9

Nota. Los datos corresponden a la clasificación de las empresas en Ecuador tomado del DICE (2018)

Por otro lado, el Ministerio de Industria y Productividad citado por Chávez, Campuzano y Betancourt (2014), tiene como referencia otra clasificación similar pero basada en tres variables. Estas son: cantidad de empleados, total de activos y las ventas o ingresos brutos obtenidos anualmente, resumidos en la siguiente tabla:

Tabla 2. Clasificación de las mipymes (MIPRO)

Empresa	Ingresos (USD)	Número de trabajadores	Activos Totales (USD)
Mediana	Entre \$ 1.000.001 a \$ 5.000.000	Entre 50 y 199	Entre \$700.001 a \$4.000.000
Pequeña	Entre \$ 100.001 a \$1.000.000	Entre 10 y 49	Entre \$100.000 y \$700.000
Microempresa	Menores a \$ 100.000	Menor a 10	Menores a \$ 100.000

Nota. Los datos corresponden a la clasificación de mipymes del MIPRO (2011)

2.2.3. Actividad Económica

Se denomina actividad económica al proceso que se lleva a cabo para producir bienes y servicios, con el fin de dar soluciones a problemas del entorno. Las empresas por su actividad económica se clasifican en:

Tabla 3. Actividades económicas

A	Agricultura
B	Minas y canteras
C	Manufacturas
D	Suministro energías
E	Distribución de agua
F	Construcción
G	Comercio
H	Transporte
I	Alojamiento
J	Información
K	Financieras
L	Inmobiliaria
M	Científico Técnico
N	Administrativos
Ñ	Administración Pública
O	Enseñanza
P	Salud

Nota. Los datos corresponden a la clasificación de las actividades económicas en Ecuador tomados de DIEE (2017)

2.3. Sector Económico

Los grupos pertenecientes al sector económico, son resultado de la agrupación de las actividades económicas citadas anteriormente:

1. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
2. Explotación de minas y canteras.
3. Industrias manufactureras.
4. Comercio.
5. Construcción.
6. Servicios.

2.3.1. Las mipymes

De acuerdo a Barcena, 2010 citado por Santeli (2016), las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son actores fundamentales en el desarrollo económico y social de los países de América Latina por su contribución a la creación de nuevas fuentes empleo, la introducción de mayor cantidad de empresas al mercado y por su aporte al PIB (p.17).

Las mipymes son importantes para el tejido económico de un país por la cantidad de empleo que generan, porque su producción ésta vinculada al mercado interno y porque gran parte de la población y de la economía local dependen de su actividad y de los impactos positivos o negativos que producen.

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2018), las mipymes corresponden a todas aquellas personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades de producción, comercio o servicios, las mismas que deben cumplir con el número de empleados, valor de las ventas anuales y activos totales (pp. 23-25).

2.4. Mipymes y el desarrollo económico

Las mipymes en Latinoamérica de acuerdo a Dini y Stumpo (2018), tienen un cierto grado de heterogeneidad, pues la situación de estas cambia de acuerdo a la economía de cada país. Por ejemplo: la mayor parte de microempresas son creadas para responder a necesidades individuales o familiares. Por lo contrario, las pequeñas y medianas empresas tienen un alto nivel de crecimiento con respecto a estas, puesto que se caracterizan por su comportamiento más dinámico, eficiencia e innovación, lo cual permite aprovechar de mejor manera las oportunidades que se presentan dentro del mercado.

Un aporte muy importante lo realiza la CEPAL/OCDE (2012) citada por Dini y Stumpo (2018), pues consideran a las mipymes como un factor de cambio de las economías latinoamericanas a través de canales como; aumentar la productividad mediante los cambios organizativos e introducción de nuevas tecnologías para fomentar el cambio estructural y el desarrollo de nuevos mercados, y contribuir a la inclusión social con el aumento de ingresos para las familias y mejora de la calidad de vida de los estratos más vulnerables.

A nivel latinoamericano y tomando en cuenta la economía formal, las mipymes representan el 99,5% del total de empresas de la región y de las cuales el 88,4% corresponde a microempresas, debido al menor grado de dificultad que tienen a la hora de emprender, por su

tamaño reducido y porque en la mayoría de los casos son creadas para generar autoempleo y estabilidad económica individual. Así mismo y en base a la actividad económica, la mayor cantidad de empresas se concentran en el sector de comercio al por mayor y al por menor, puesto que es una de las actividades más rentables de la región (pp. 10-14).

2.5. Crecimiento de las Mipymes

Un referente es la teoría de crecimiento de las empresas de Penrose (1959) citada por Soto, Molina y Salazar (2014), dentro de la cual se plantea que gran parte de las empresas que sobreviven dentro del mercado no crecen, explicado por la siguiente razón: el objetivo principal de estas es generar autoempleo, es decir, trabajo autónomo, lo cual impide el crecimiento de la empresa, por la administración ineficiente y capital insuficiente para invertir en mercadería y por ende poca preparación para afrontar cambios en el entorno (p. 39).

Esta teoría se enfoca en consolidar una buena organización dentro de la empresa, reforzando los recursos intangibles y potenciar los tangibles, para manejarlos de tal manera que le permitan a la empresa ganar mayor posicionamiento en el mercado y lograr un crecimiento sostenible.

Las perspectivas técnicas de este estudio fueron la administración, pues está basado en el manejo de las mipymes del sector comercial y la economía, dado que se manejaron cifras e indicadores económicos de la provincia del Carchi.

2.5.1. Clasificación del sector comercio

De acuerdo al INEC (2010), esta actividad se encuentra en la sección G de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU), la cual comprende la venta al por mayor y al menor de todo tipo de productos, que no impliquen procesos de transformación o de servicios relacionados con la venta de estos productos.

La venta al por mayor y al menor comprende resultados finales de la distribución de los productos o mercadería, tomando en cuenta que esta actividad incluye también la reparación de vehículos automotores y motocicletas.

El sector comercial está codificado con la letra G, en primera instancia a esta letra se le asigna la división de dos dígitos (G45, G46 y G47), luego contiene un grupo de tres dígitos, posteriormente una clase de cuatro dígitos. Ésta a su vez abarca una subclase de cinco dígitos

y finalmente se agrupa en actividades de seis dígitos. Cada codificación comprende actividades que van de lo general a lo más particular (Ver Figura 1).

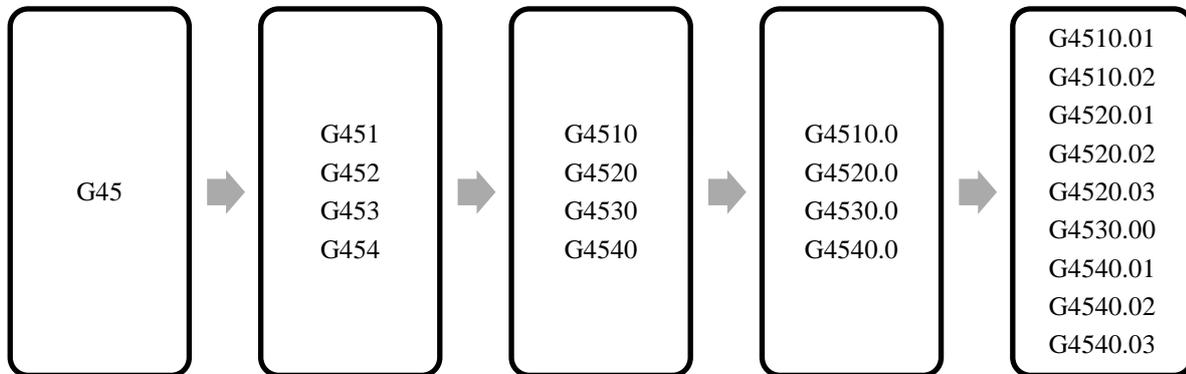


Figura 1. Clasificación del comercio

Nota. Clasificación Nacional de Actividades Económicas tomadas del INEC (2010)

A continuación, se presenta la clasificación general del sector comercial:

2.6. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos y motocicletas

- Venta de vehículos automotores.
- Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.
- Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores.
- Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios.

2.7. Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

- Venta al por mayor a cambio de una comisión o por contrato.
- Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos.
- Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.
- Venta al por mayor de enseres domésticos.
- Venta al por mayor de maquinarias equipos y materiales.

- Otras actividades de venta al por mayor especializada.
- Venta al por mayor de otros productos no especializados.

2.8. Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

- Venta al por menor en comercios no especializados.
- Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados.
- Venta al por menor de combustibles para vehículos automotores en comercios especializados.
- Venta al por menor de equipo de información y de comunicaciones en comercios especializados.
- Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercios especializados.
- Venta al por menor de productos culturales y recreativos en comercios especializados.
- Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.
- Venta al por menor de puestos de venta y mercados.
- Venta al por menor no realizada en comercios, puestos de venta o mercado.

2.8.1. Crecimiento Económico

Crecimiento económico hace referencia al cambio dado en indicadores de la economía de un país, por tanto, se mide en relación al PIB y Producto Nacional Bruto (PNB) en el periodo de un año.

Por lo general se tiene dos formas, extensivas e intensivas. Extensiva porque se pueden utilizar todos los recursos que posee la comunidad, tales como: capital físico, humano y natural, e intensiva porque utiliza la misma cantidad de recursos, pero de una manera más eficiente; es decir, si el crecimiento se da por utilizar mano de obra elevada, el resultado final no es el aumento del ingreso por habitante.

Mientras tanto, cuando se utilizan todos los recursos que posee una sociedad, agregando mano de obra, tiene como consecuencia un incremento en los ingresos de los habitantes y por ende la

mejora de la calidad de vida de los mismos. Cabe recalcar que el crecimiento intensivo es el efecto de un buen desarrollo económico (Castillo, 2011).

2.9. Producto Interno Bruto

El Producto Interno Bruto (PIB), es un valor en cifras de la producción, los cuales incluye bienes materiales y servicios, dentro de un territorio al final de un período, generalmente puede ser anual o trimestral. Este incluye la suma de los elementos que se mencionaron anteriormente en una producción total (Sevilla , s.f).

2.9.1. Desarrollo

Sen (1999) citado por Silvia London y María Formichela (2006a), menciona que para medir el desarrollo de un país, se analiza al ser humano como un todo, es decir no se puede considerar la existencia del desarrollo dentro de un país, sino se tiene en cuenta la calidad de vida de cada individuo (p.19).

El ser humano, es el eje principal del desarrollo, en donde se lo considera dentro de la sociedad, para garantizar el nivel de éxito de la economía de un territorio.

2.10. Desarrollo Económico

Vázquez (1998) citado por la CEPAL (s.f), manifiesta que el desarrollo económico es definido como, el proceso de evolución y cambio continuo de la estructura misma de la sociedad, mediante el uso de potencial existente en dicho territorio, el mismo que conduce al bienestar y calidad de vida de la población. Si la comunidad es capaz de liderar un proceso de cambio, dicha forma de desarrollo se convierte en desarrollo económico.

Dicho en otras palabras, es la capacidad de un país para incrementar el nivel de riqueza con los ingresos que posee, tanto en crecimiento, como en estructura del territorio, en donde prevalece el bienestar económico y social de los seres humanos que lo habitan.

Según Zermeño (2004), el desarrollo económico es considerado como una forma de crecimiento en relación al sistema económico, durante un período de tiempo del cual se pueden realizar transformaciones que se presenten durante el camino. También mediante las evoluciones que se pueden hacer en: área productiva, tecnológica, instituciones, referente a políticas que influyen en la riqueza del país, y por último las formas o reglas de distribución de la obra (p.27). El desarrollo económico es considerado como la capacidad que tiene un país

para hacer crecer su riqueza y mantener el bienestar, tanto económico y social de quienes lo habitan.

2.11. Desarrollo Humano

Con base al Programa de las Naciones Unidas (PNUD) citado por Mauricio León (2002), el desarrollo humano es el proceso de dichas oportunidades que posee el ser humano dentro de un determinado territorio para tener una buena calidad de vida, dado que su principal objetivo es la búsqueda de alternativas para lograr el bienestar propio.

Entre las oportunidades primordiales del desarrollo humano tenemos: gozar de una vida duradera y saludable, educación para adquisición de nuevos conocimientos, ingresos suficientes para alcanzar un nivel de vida digno y aportar dentro de la comunidad.

El desarrollo humano se centra en los habitantes de una sociedad, potenciando sus habilidades, y el pleno goce de la libertad que poseen cada uno de ellos. Además, busca incrementar los bienes para cubrir las necesidades básicas, rodeados de un entorno social estable, donde se respeten los derechos humanos.

2.12. Desarrollo Social

El desarrollo social para Schaffer (2000), constituye pautas de comportamiento o conducta, sentimientos o actitudes y a dichos conceptos que los niños presentan hacia los demás, y la forma en que estos aspectos van cambiando cuando el menor va adquiriendo más edad (p.21).

En pocas palabras, son normas que estudian la actuación del ser humano manifestado dentro de su entorno, y cómo estas van cambiando con el pasar del tiempo.

2.13. Bienestar Social

Según el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales citado por la CEPAL (2018), el bienestar social está definido como un conjunto de derechos primordiales que tiene el ser humano, como elemento de desarrollo social dentro de una comunidad: partiendo principalmente del derecho al trabajo; a la seguridad social; a la protección y asistencia de la familia, incluida la protección de la maternidad y de niños, niñas y adolescentes de la explotación económica y social y el trabajo infantil; a un nivel adecuado de vida, comprendiendo el acceso a la alimentación, vivienda y vestuario adecuado, y a la mejora continua de las condiciones de existencia; al nivel más alto de salud física y mental; a la

educación, y a la cultura. Como se indica en este pacto, tales derechos deberán ser respetados, protegidos y promovidos por los estados e implementados de manera progresiva y sin discriminación.

Se denomina bienestar social al conjunto de elementos positivos que inciden en la calidad de vida del ser humano dentro de una sociedad, alcanzado un nivel de satisfacción de sus necesidades básicas fundamentales tales como: empleo digno, vivienda, acceso a educación de calidad, salud entre otras.

2.13.1. Índice de Desarrollo Humano

De acuerdo a Pampillón (2009), el Índice de Desarrollo Humano es considerado un indicador, mediante el cual se puede determinar el nivel de desarrollo que tienen los países a nivel mundial.

Además, fue creado con el fin de conocer los ingresos económicos de los individuos que conforman un país, así como también para valorar si los seres humanos están gozando de un ambiente propicio en donde puedan desarrollarse con los mejores recursos para su condición de vida. La evaluación del IDH considera tres variables:

- 1) **Esperanza de vida:** Estudia en promedio la natalidad y mortalidad en el período de un año, dentro de un territorio.
- 2) **Educación:** Analiza el promedio de alfabetismo y nivel de estudios tanto de: (primaria, secundaria, tercer nivel, etc.).
- 4) **Empleo:** El empleo de acuerdo a Estallo y Benalges, es la ocupación u oficio que realiza una persona en determinada actividad, con el objetivo de realizar o ejecutar una serie de tareas a cambio de recibir un salario o sueldo (s.f).

El índice de Desarrollo Humano, es un indicador que permite conocer el nivel de desarrollo que posee un país. Además, ayuda a determinar cuáles son los ingresos que registran cada uno de los individuos valorando la calidad de vida y el goce de los recursos que posee el país. Para fijar este indicador se consideraron factores como: esperanza de vida, educación, ingresos por cada individuo que conforma el territorio y promedio de empleo.

2.14. Calidad de Vida

La CEPAL (1998), define a la calidad de vida como una de las políticas de carácter social, dentro la cual se toma en cuenta las condiciones de vida, el bienestar y la satisfacción de las necesidades individuales y colectivas de la sociedad.

En concordancia, Setién (1993) citada por Martínez (1998), define a la calidad de vida como el grado de satisfacción de los seres humanos, desde varias áreas que abarcan el cumplimiento de las necesidades de cada individuo. Por lo tanto, a mayor desarrollo mejor calidad de vida y a menor desarrollo bajo nivel de vida (p.132).

La calidad vida consiste en las condiciones en que vive el ser humano dentro de una comunidad, permitiendo que dicha existencia sea plena y satisfactoria, en un entorno acorde a sus valores y en relación a las expectativas y objetivos que se desean alcanzar.

Amartya Sen citado por Rivero (s.f), define la calidad de vida como la evaluación de las capacidades y funcionamientos que posee el ser humano, con relación a la nutrición, buena salud y en sí, a elementos que componen a la persona. Todo ello, sin tomar en cuenta los bienes o recursos que esta tenga a su disposición.

De la misma manera London & Formichela (2006b), citan a Amartya Sen, en donde la calidad de vida de una población puede ser mejor, si la educación que poseen estos individuos es buena, sin depender de variables relacionadas con el nivel de riqueza del país. La educación es la capacidad primordial, que permite al individuo socializar con las personas que lo rodean e intercambiar ideas. De acuerdo al autor, esto puede ayudar a obtener un empleo, puesto que el individuo adquiere conocimientos necesarios para disminuir su inseguridad y desarrollarse profesionalmente desde su campo de acción (p.23).

Para Sen, un bajo nivel de educación puede ocasionar algunos problemas o privaciones al ser humano y sobre todo a las personas que se encuentran en un estatus social bajo. También incluye a las personas analfabetas, pues se les dificulta entender las cosas y limita su capacidad de exigir los derechos que les corresponden.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El enfoque cuantitativo permitió analizar la situación de las mipymes de la provincia del Carchi, con datos relevantes para emitir un diagnóstico del objeto de estudio.

3.1.1. Enfoque

3.2. Enfoque cuantitativo

Este enfoque es según Hernández, Fernández y Baptista (2014), es un grupo de procesos secuencial y probatorio, el mismo que conlleva un orden sistemático y riguroso. El enfoque cuantitativo parte de una lluvia de ideas, que posteriormente son delimitadas en tiempo y espacio, de aquí se desprenden los objetivos y las preguntas de investigación. De estas preguntas nacen las hipótesis o idea a defender y se reconocen las variables; consecutivamente se plantea un problema y después se miden las variables dentro de un contexto específico, analizando los resultados obtenidos, a través de métodos estadísticos, para finalmente extraer conclusiones (p.4).

El enfoque cuantitativo fue utilizado en la aplicación del modelo econométrico de Regresión Lineal Simple, a partir de datos históricos de una serie longitudinal de tiempo y el análisis de fuentes secundarias. Además, se empleó en la recolección de datos, a través de la estadística descriptiva, una vez aplicado el instrumento de investigación, para analizar la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi.

3.3. Tipo de investigación

Los tipos de investigación que se consideraron en el presente estudio son los siguientes:

3.3.1. Investigación bibliográfica

Este tipo de investigación es el primer paso que se realiza en cualquier estudio, puesto que proporciona conocimientos y bases teóricas de autores que han realizado investigaciones similares, a través de la selección del material y contenido adecuados que sirvan de apoyo al investigador (Mora, s.f).

Esta investigación se utilizó en la búsqueda de información existente acerca de las mipymes del sector comercial y el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi para describir conceptos de estas variables y teorías que aportaron al desarrollo del estudio.

3.3.2. Investigación exploratoria

La investigación exploratoria da una perspectiva general sobre un fenómeno nuevo o poco reconocido. Este tipo de investigación es útil cuando los recursos del investigador son limitados y no le permite analizar el objeto de estudio a profundidad. Así pues, los trabajos exploratorios ayudan a tener un mayor grado de familiarización con fenómenos desconocidos y así obtener información necesaria para realizar un estudio de la realidad que sucede en el entorno (Ibarra, 2011).

Esta investigación se aplicó en la obtención de información que permitió llevar a cabo un estudio más completo y trasladarlo a la realidad actual, pues el tema abordado ha sido poco explorado y analizado en la provincia del Carchi.

3.3.3. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva para Bernal (2016a), se encarga de estudiar las características de la población que esta como objeto de investigación, en el cual se identifican situaciones o acontecimientos para posteriormente desarrollar un análisis, sin centrarse en razones por la cuales se da dicho fenómeno (p.143).

Este tipo de investigación permitió describir y analizar los resultados del estudio referentes a las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia.

3.3.4. Investigación correlacional

Para Salkimd, N citado por Bernal, C (2006), la investigación correlacional tiene como único objetivo mostrar la relación existente entre las variables de estudio. Así pues, fue utilizada al examinar la relación entre las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi (p.113).

3.4. HIPÓTESIS

Ha: La variación del PIB del sector comercio en la provincia del Carchi varía en función del incremento de las ventas anuales de las mipymes

Ho: La variación del PIB del sector comercio en la provincia del Carchi no varía en función del incremento de las ventas anuales de las mipymes.

3.5. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.6. DEFINICIÓN

Para la operacionalización de variables se tomó en cuenta dos variables. Como variable independiente “Las mipymes del sector comercial” y como variable dependiente “El desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi”. Los indicadores que se muestran a continuación fueron utilizados para medir la relación entre las dos variables.

Tabla 4. Operacionalización de variables.

Variable independiente		Las mipymes del sector comercial	
Dimensión	Indicador	Técnica	Formulario
Tamaño de la empresa	Número de empleados	Encuesta Entrevista	Cuestionario Entrevista estructurada
Participación en Ventas	Ingresos anuales Nivel de rentabilidad Nivel de endeudamiento	Encuesta Entrevista	Cuestionario Entrevista estructurada
Desafíos de las mipymes	Causas que impiden el crecimiento de las mipymes.	Encuesta Entrevista	Cuestionario Entrevista estructurada
	Número de establecimientos en actividades de comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas		
Actividad Económica Comercial	Número de establecimientos en actividades de comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas	Encuesta Entrevistas	Cuestionario Entrevista estructurada
	Número de establecimientos en actividades de comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas		
Variable dependiente		Desarrollo socioeconómico	
Dimensión	Indicador	Técnica	Formulario
Crecimiento Económico	Producto Interno Bruto (PIB)	Encuesta Entrevista	Cuestionario Entrevista estructurada
Desarrollo económico	Condiciones de vida de los propietarios de las mipymes	Encuesta Entrevista	Cuestionario Entrevista estructurada

3.7. MÉTODOS UTILIZADOS

Los métodos que se utilizaron en esta investigación fueron los siguientes:

3.7.1. Método Deductivo

El método hipotético-deductivo de acuerdo a Cegarra (2012a), se lo emplea en la vida cotidiana, así como también en la investigación científica. Este método es el camino lógico para buscar la solución a los problemas planteados. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles, siempre y cuando tengan concordancia.

A través de este método se plantearon las hipótesis, mismas que permitieron determinar la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi.

3.7.2. Método analítico

De acuerdo a Bernal (2016b), este método consiste en separar los elementos que conforman un objeto de estudio en diversas partes para analizarlos por separado. Con este método se descompuso el tema central en varias partes, que fueron analizadas por separado en el marco teórico y la operacionalización de variables. Además, fue utilizado en el análisis de los resultados de la encuesta y la entrevista (p.71).

3.7.3. Método sintético

De acuerdo a Münch & Ángeles (1996), el método sintético es un proceso que agrupa los elementos de hechos generales en una teoría (p.17).

Este método se utilizó en la elaboración de las conclusiones y las recomendaciones, puesto que como su nombre lo indica, permitió hacer una síntesis de los hallazgos encontrados.

3.8. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron son la encuesta y la entrevista estructuradas, las cuales se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 5. Resumen de técnicas e instrumentos de investigación utilizadas

Fuentes de información	Datos	Técnicas	Instrumentos	Informantes
Fuente primaria	Cuantitativos	Encuestas	Cuestionario	Propietarios de las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi.
	Cualitativos	Entrevista	Guía de preguntas	Autoridades de la provincia del Carchi

3.9. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Para esta investigación, se aplicó el instrumento tomando en cuenta lo siguiente:

3.9.1. Población y muestra.

Según Lind, Marchal, & Wathen (2007), la población es un grupo de personas u objetos de utilidad, obtenidos en base a todos los grupos u objetos de utilidad. Así mismo, definen a la muestra como una pequeña parte de la población de interés (p.7).

Para realizar el cálculo de la muestra, se partirá de la siguiente fórmula:

Fórmula 1:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

Z= Nivel de confianza

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5

e = Límite aceptable de error muestral

3.9.2. Cálculo de la muestra

Para este cálculo se tomó en cuenta el número de mipymes del sector comercial existentes en la provincia del Carchi de acuerdo al INEC, las cuales abarcan un número de 6792 establecimientos. Para ello se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, dando como resultado 363 encuestas que fueron aplicadas en los seis catones de la provincia del Carchi.

$$n = \frac{6792(0,5)^2(1,96)^2}{(6792-1)0,05^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{6523,0368}{17,9379}$$

$$n = 363$$

3.9.3. Muestra probabilística estratificada

Para Hernández, R y Mendoza, C (2018), la muestra probabilística estratificada es un: “Muestreo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento, de manera proporcional o no proporcional” (p.207). Para ello, se seleccionó una muestra para los seis cantones de la provincia del Carchi, tomando en consideración la población proyectada hacia el año 2020 en base al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), evidenciado en la siguiente tabla:

Tabla 6. Muestreo Estratificado

Cantón	Población	Muestra
Tulcán	102395	199
Bolívar	15528	30
Espejo	13817	27
Mira	11969	23
Montúfar	34229	67
San Pedro de Huaca	8931	17
TOTAL		363

Nota. El cálculo de la muestra se lo realizó tomando en cuenta la población de los seis cantones de la provincia del Carchi de acuerdo al INEC.

3.9.4. Análisis de fiabilidad

Para la validación del instrumento se utilizó un software SPSS que sirvió para realizar cálculos y análisis estadísticos. Para ello, se realizó una prueba piloto dirigida a diez propietarios de las mipymes del sector comercial de la ciudad de Tulcán, con los resultados obtenidos se procedió a analizar el Alfa de Cronbach, dando como resultado 0,84 lo cual indicó que el instrumento es confiable (Ver Anexo 1).

Con base a los datos recopilados de la investigación, no se encontraron valores perdidos, puesto que, se realizaron diez encuestas extras, las cuales reemplazaron a encuestas con preguntas vacías. De las 363 encuestas aplicadas no existen cuestionarios duplicados.

Para el análisis de fiabilidad de las preguntas ordinales de la primera variable se utilizó el método de Alfa de Cronbach, dando como resultado 0,83 por lo tanto, los datos son confiables. Por otro lado, las preguntas nominales se analizaron bajo el método de dos mitades, dando como resultado 0,81 verificando así, que los datos son confiables.

El análisis de fiabilidad de la segunda variable, fue analizado con los mismos métodos dando como resultado 0,80 para las preguntas ordinales y 0,82 para las preguntas nominales.

3.9.5. Análisis de regresión simple

El análisis de regresión de acuerdo a Gujarati y Porter (2010), es el “estudio de la dependencia de una variable respecto de una o más variables con el objetivo de estimar o predecir la media o valor promedio poblacional de la primera en términos de los valores conocidos o fijos de las segundas” (p.15). Este modelo fue aplicado para medir la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, tomando en cuenta dos variables: como variable dependiente el Producto Interno Bruto (PIB) y como variable independiente las ventas anuales de las mipymes.

El análisis de regresión es simple puesto que se utilizaron dos variables, una independiente y otra dependiente. Cabe mencionar que cuando se utilizan dos o más variables independientes el análisis de regresión pasará a ser múltiple.

3.9.6. Regresión y correlación

Según Gujarati y Porter (2010b) mencionan lo siguiente:

El análisis de correlación se relaciona de manera estrecha con el de regresión, aunque conceptualmente los dos son muy diferentes. En el análisis de correlación, el objetivo principal es medir la fuerza o el grado de asociación lineal entre dos variables (p.20)

El análisis de regresión de acuerdo a los autores presenta una asimetría entre las variables dependientes e independientes del estudio realizado. En donde, las variables dependientes toman valores probabilísticos y por el contrario las independientes toman valores fijos. Por otra parte, en el análisis de correlación se toman en cuenta dos variables simétricas, sin ningún criterio para diferenciarlas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las mipymes del sector comercial, se dedican a la compra y venta de productos para su uso directo o transformación. Así mismo, la participación en ventas de estas empresas se mide por el nivel de ingresos anuales que estas presentan.

Actualmente las mipymes enfrentan dificultades que impiden su crecimiento, con barreras tales como la falta de capital y la devaluación constante del peso colombiano, dada la ubicación de la provincia. Además, el comercio es un sector que abarca la mayor cantidad de establecimientos en toda la provincia y de este se derivan varias actividades a las cuales se dedican sus propietarios.

Este tipo de empresas en América Latina representan el sustento económico de los países debido a la generación de empleo y aporte al Producto Interno Bruto (PIB).

De la misma manera, contribuyen al desarrollo socio-económico el cual se mide por el crecimiento de los ingresos para la generación de riqueza en un país, mediante el aprovechamiento de los recursos y la utilización del potencial del territorio. Todo ello con la finalidad de lograr el bienestar social de la población y mejora de la calidad de vida de cada individuo.

Con esta investigación se pretendió analizar la influencia de las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi en el desarrollo socio-económico de la misma, a través de un análisis de Regresión Lineal Simple empleando indicadores económicos como el PIB.

La información presentada a continuación está representada por tablas cruzadas y tablas de frecuencia, las mismas que contienen los datos recopilados de las variables de estudio y posteriormente se realizó la discusión de los resultados obtenidos.

Así mismo, para fortalecer la investigación se aplicó una entrevista a autoridades representativas del cantón Tulcán, por ser la capital de la provincia y el cantón con mayor cantidad de mipymes. Esta información se encuentra descrita en la parte final de este capítulo. Los resultados se presentan de la siguiente manera:

4.1. APLICACIÓN DEL MODELO DE REGRESIÓN LINEAL SIMPLE

4.1.1. Variables del modelo

Para la elaboración del modelo de regresión lineal simple, se tomaron en cuenta las siguientes variables.

Tabla 7. Variables

VARIABLES MODELO:	DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	SERIE TIEMPO
PIB	PIB Carchi	Miles dólares	2009-2018
V	Ventas anuales mipymes Carchi	Miles dólares	2009-2018

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019) y del Banco Central del Ecuador (2009-2018)

4.1.2. Resultados del modelo econométrico

El modelo de regresión lineal simple que se elaboró, partió de una serie de tiempo longitudinal. El objetivo fue analizar el comportamiento de las ventas anuales de las mipymes y el PIB del sector comercial de la provincia del Carchi, mediante el empleo de series estadísticas.

La serie de tiempo empleada fue obtenida de las cuentas provinciales por industria de los años 2009 al 2018 del Banco Central del Ecuador y de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (Ver Anexo 32).

Este modelo denota una relación directa entre las dos variables de estudio, es decir si la variable independiente aumenta, la variable dependiente tiene la misma tendencia.

La elaboración de un modelo econométrico debe estar respaldada por la teoría económica, pues se convierte en una herramienta poderosa a la hora de realizar la medición real, de un fenómeno determinado (Gujarati y Porter, 2010).

Para este caso se tomó en cuenta la teoría de las Mipymes y el desarrollo económico de Dini y Stumpo (2018), dentro de la cual las mipymes contribuyen al desarrollo de las economías latinoamericanas mediante el desarrollo de nuevos mercados y la introducción de nuevas empresas que aportan al incremento de los ingresos de las familias y la reducción de los sectores vulnerables.

Tabla 8. Regresión lineal

Number of obs	10
F (1, 8)	19,42
Prob > F	0,00230
R-squared	0,70820
Adj R-squared	0,67180
Root MSE	10714,00000

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019) y del Banco Central del Ecuador (2009-2018)

El coeficiente de determinación o R^2 tiene como finalidad medir que tan bien explica la variable independiente a la variable dependiente y comprende valores de 0 y 1. Mientras más cercano a 1 mayor será el ajuste del modelo. En este caso, el coeficiente de determinación es 0,71 es decir, el incremento de las ventas de las mipymes del sector comercial explica la variación del PIB del sector comercial de la provincia del Carchi.

Tabla 9. Correlación de las variables

PIB comercio	Coef.	Std. Err.	T	P>t	95% Conf.	Interval
Ventas	1,319	0,2992	4,41	0,002	0,6286	2,01
_cons	-1821,438	33020,90	-0,06	0,957	-77967,77	74324,89

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019) y del Banco Central del Ecuador (2009-2018)

El criterio del valor P analiza la significancia estadística de los estimadores, en donde la hipótesis es nula, cuando los estimadores son iguales a cero, caso contrario cuando los estimadores toman valores diferentes de cero la hipótesis es alternativa. Para el análisis de la prueba de significancia el valor P de las ventas tiene un valor de 0,002, por lo cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que esta variable es significativa con un nivel de confianza del 95% (Ver Anexo 33).

4.1.3. Ecuación

La variación del PIB del sector comercio de la provincia del Carchi, varía en función del incremento de las ventas anuales de las mipymes del sector comercial.

$$PIB = \beta_1 + \beta_2 X + \mu$$

$$PIB = -1821,438 + 1,31X$$

4.1.3.1. Interpretación

$\beta_1 = -1821,438$ (Coeficiente angular): es el valor de la variable dependiente, cuando la variable independiente toma un valor igual a cero. Para el caso del estudio si, las ventas anuales de las mipymes del sector comercial fuesen igual a cero, lo cual carece de racionalidad económica, el Producto Interno Bruto (PIB) disminuiría en 1821,438 miles de dólares.

$\beta_2 = 1,31$ (Coeficiente de regresión): es el grado de sensibilidad del PIB ante las variaciones de la variable ventas. Para esta investigación, si las ventas se incrementaran en 1000 USD el PIB aumentará en 1310 USD aproximadamente. El signo positivo del coeficiente de regresión indica la existencia de una relación directa entre las variables de estudio.

4.2. Participación en ventas

En Ecuador, de acuerdo al Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones las empresas se clasifican en micro, pequeña o mediana, siempre y cuando cumpla con una condición, referente al número de empleados e ingresos anuales.

Las empresas con ingresos anuales menores a \$100.000 dólares son consideradas como microempresas, aquellas con ingresos comprendidos entre \$100.001 y \$1.000.000 de dólares son pequeñas empresas. Así mismo, las empresas con ingresos de \$1.000.001 a \$2.000.000 de dólares son medianas de tipo “A” y finalmente empresas con ingresos de \$2.000.001 a \$5.000.000 son medianas de tipo “B”.

Tabla 10. Nivel de ingresos anuales de las mipymes

Criterios	Cantón							Total
	Tulcán	Bolívar	Espejo	Mira	Montufar	San Pedro de Huaca		
Nivel de ingresos 1 USD a 10.000 USD	155	24	22	19	57	13	290	
10.001 USD a 100.000 USD	24	4	2	1	3	2	36	
100.001 USD a 1.000.000 USD	13	2	2	2	5	1	25	
1.000.001 USD a 2.000.000 USD	5	0	1	1	1	0	8	
2.000.001 USD a 5.000.000 USD	2	0	0	0	1	1	4	
Total	199	30	27	23	67	17	363	

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Con base a los ingresos anuales de las empresas del sector comercial, se determinó que en la provincia del Carchi la mayor parte de estas, tienen ingresos menores a 100.000 dólares, es decir, gran parte de los carchenses dedicados al comercio tienen una microempresa, con

actividades que van desde la venta de vehículos automotores hasta, la venta de productos en tiendas de barrio y puestos de mercado (Ve Anexo 5).

Todo ello cumple con la teoría planteada por Dini y Stumpo (2018), en donde la mayor parte de establecimientos a nivel latinoamericano son microempresas. Esto debido al menor grado de dificultad que requieren a la hora de emprender, por su tamaño reducido y en gran parte porque son creadas únicamente para generar autoempleo y estabilidad económica individual.

Por ello, solo un pequeño porcentaje de empresas corresponde a pequeñas y medianas. La participación de estas con respecto a las microempresas es baja, puesto que son pocos los negocios que tienen rentabilidad alta y han logrado mantenerse dentro del mercado en los últimos años.

4.3. Causas que impiden el crecimiento de las mipymes

Las dificultades de las mipymes son problemas que estas enfrentan una vez se han establecido dentro del mercado. Hay una gran variedad de factores que afectan el crecimiento de las empresas de acuerdo a su lugar de ubicación y la economía de cada país.

En la provincia del Carchi, el capital insuficiente es un factor importante a la hora de iniciar una actividad económica, es decir representa los recursos con los cuales cuenta el emprendedor antes de iniciar con dicha actividad.

La devaluación del peso colombiano consiste en un proceso llevado a cabo por el Banco Central de este país, quien es el encargado de controlar la moneda, dicho proceso consiste en disminuir el valor del peso colombiano frente a otras monedas extranjeras, a través de la impresión de mayor cantidad de billetes para insertarlos en el régimen financiero.

Al mismo tiempo la competencia es la rivalidad que existe entre dos entidades económicas, quienes persiguen un mismo objetivo. Esta rivalidad genera que las empresas implementen estrategias que le permitan diferenciarse de las otras entidades que existen dentro del mercado.

De la misma forma la administración ineficiente es el desconocimiento de herramientas, que le permiten al emprendedor liderar la empresa para la optimización de los recursos que esta posee.

Por su parte la inestabilidad económica del país, se caracteriza por los niveles de decrecimiento del empleo, variación en los precios y el PIB. Esto afecta la producción y comercialización de bienes y servicios y por ende, a la economía de cada individuo.

Tabla 11. Dificultades de las mipymes del sector comercial

Criterios	Cantón						Total
	Tulcán	Bolívar	Espejo	Mira	Montúfar	San Pedro de Huaca	
Capital insuficiente	43	9	9	2	22	5	90
Devaluación del peso colombiano	41	3	4	4	6	6	64
Competencia	36	6	5	0	4	1	52
Administración ineficiente	40	5	4	7	16	4	76
Ubicación geográfica	8	4	3	6	5	0	26
Inestabilidad económica del país	16	6	2	4	5	0	33
Todas las anteriores	8	0	4	0	9	1	22
Total	199	30	27	23	67	17	363

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Para los encuestados la dificultad que impide el crecimiento de estas empresas, es el capital insuficiente, pues los propietarios no cuentan con los recursos necesarios para abastecer sus negocios de nuevos productos. De la misma manera, el bajo nivel de ventas impide la recuperación de la inversión, afectando la economía de las familias al no generar los ingresos suficientes (Ver Anexo 8).

Por otro lado, la administración ineficiente, es una debilidad que impide el crecimiento de las mipymes, puesto que en gran parte son empresas de tipo familiar creadas por necesidad y no cuentan con un plan de negocios previo a su iniciación. Por ende, no están preparados para afrontar las amenazas del entorno.

De este modo, se cumple con la teoría del crecimiento de la empresa de Penrose (1959), la cual plantea que, las mipymes no crecen dado que el objetivo principal de estas es la generación de autoempleo, en donde la administración ineficiente y el capital insuficiente son las principales causas que impiden el crecimiento de las estas, generando poca capacidad para el manejo de los recursos humanos y materiales.

Al mismo tiempo, en el mercado existe una gran cantidad de empresas que ofertan los mismos productos a menores precios, creando una rivalidad directa entre estas para determinar cuál de ellas gana mayor cantidad de clientes.

Dentro de este contexto, los ciudadanos tulcanes se ven afectados por la competencia colombiana. Sin embargo, otros cantones como Bolívar y Espejo se ven afectados por la competencia local, debido a la gran cantidad de otavaleños asentados en la zona, los cuales se dedican a la comercialización de víveres y artesanías a precios muy bajos.

Así mismo, la inestabilidad económica del país ha debilitado la economía de la provincia, por la ausencia de leyes que beneficien a este sector, dado que la devaluación constante del peso colombiano genera menores precios en los productos de este país. Dicha situación fortalece, a al comercio del lado colombiano, debilitando la economía de la provincia y obligando a los comerciantes a exigir soluciones por parte de las autoridades pertinentes.

4.4. Actividades del sector comercial

El sector comercial en Ecuador de acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), se clasifica en comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas; Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas. Dentro de esta clasificación se derivan una serie de actividades comerciales, a las cuales se dedican los carchenses.

4.5. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos y motocicletas

Tabla 12. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Venta de vehículos automotores	7	1,93%
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	23	6,34%
Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos	20	5,51%
Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas	16	4,41%
Total	66	18,18%

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

De la población analizada, los carchenses que realizan actividades de comercio al por mayor y al por menor de reparación de vehículos automotores y motocicletas, es el 18,18% , en donde la actividad con mayor cantidad de empresas es la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y el mantenimiento y reparación de los mismos, dado que en la provincia del Carchi hasta el año 2018 de acuerdo al INEC existieron 23.666 vehículos matriculados, lo cual indica que gran parte de los carchenses posee un vehículo y requieren hacer uso de estos negocios para reparar y realizar mantenimiento a sus vehículos.

La venta, mantenimiento y reparación de motocicletas es otra de las actividades ejercidas por un porcentaje considerable de empresas, en vista de que hasta el año mencionado anteriormente existieron 1.759 motocicletas, por ende, parte de la población posee una motocicleta por el costo y la facilidad que brindan para movilizarse de un lugar a otro

En la provincia del Carchi encontramos pocos negocios dedicados a la venta de vehículos automotores, pues estas son empresas medianas de tipo “B” por la cantidad de ingresos percibidos anualmente. Las empresas, dedicadas a esta actividad manejan montos de dinero muy altos y al ser reducido el número de empresas existentes en la provincia, no tienen competencia y son más rentables (Ver Anexo 9).

4.6. Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

Tabla 13. Comercio al por mayor

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Venta de materias primas agropecuarias y animales vivos	4	1,10%
Venta de alimentos, bebidas y tabacos	12	3,31%
Venta de textiles, prendas de vestir y calzado	9	2,48%
Venta de otros enseres domésticos	6	1,65%
Venta de maquinarias, equipos y materiales	4	1,10%
Venta de combustibles, metales y materiales para la construcción	8	2,20%
Total	43	11,85%

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

De los carchenses que realizan comercio al por mayor, las actividades predominantes dentro de este sector son: venta de alimentos como: frutas, hortalizas, especias, lácteos, huevos, grasas, aceites, productos cárnicos y de la pesca, arroz, azúcar, café, productos de panadería y repostería, bebidas no alcohólicas y alcohólicas, tabaco, enlatados, conservas y alimentos para mascotas.

Así mismo otra de las actividades ejercidas por los carchenses, es la venta al por mayor de hilos, lanas, telas, lencería cortinas, mantelería y diversos artículos para el hogar. Además la venta de prendas de vestir, incluida ropa deportiva, accesorios como guantes, corbatas, paraguas, calzado y artículos de cuero.

La venta de combustibles, metales y materiales para la construcción son otros de los productos ofertados por los carchenses. De allí se desprenden actividades como: venta de computadoras, equipos de comunicación, maquinaria agropecuaria, muebles de oficina, maquinaria para la construcción y elaboración de alimentos, equipo eléctrico, pintura, barnices, entre otros.

Algo semejante ocurre con la venta de enseres domésticos en actividades como; venta de electrodomésticos, artículos fotográficos y ópticos, muebles para el hogar, productos de belleza y aseo personal, productos farmacéuticos, entre otros (Ver Anexo 10).

4.7. Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

Tabla 14. Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Venta de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados	49	13,50%
Venta de combustibles para vehículos automotores	4	1,10%
Venta de equipos de información y de comunicaciones	28	7,71%
Venta de otros enseres domésticos en comercio especializado	45	12,40%
Venta de productos culturales y recreativos	5	1,38%
Venta de otros productos en comercio especializado	51	14,05%
Venta de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados	8	2,20%
Venta de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados	10	2,75%
Venta de otros productos en puestos de venta y mercados	13	3,58%
Total	213	58,68%

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

El comercio al por menor es la actividad más realizada por los carchenses con un 58,68%, en donde la venta de otros productos en comercio especializados como: venta de prendas de vestir, calzado, artículos de cuero, productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos, flores, fertilizantes, plantas y artículos de segunda mano, son las actividades que prevalecen en las mipymes de la provincia del Carchi.

De modo idéntico se practica la venta de alimentos, bebidas y tabacos correspondientes a actividades como: venta de frutas, legumbres y hortalizas frescas o en conserva, lácteos, huevos, pescados, moluscos y productos de la pesca, panadería, repostería, productos cárnicos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas y tabacos son las actividades ejercidas por un porcentaje casi similar al anterior.

Como se puede evidenciar el comercio al por menor en productos especializados también prima, pues permite ofertar una gran gama de productos surtidos, variedad y calidad en mercadería (Ver Anexo 11).

4.8. Comercio al por mayor y al por menor; excepto el de vehículos y motocicletas.

Tabla 15. Comercio al por mayor y al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Venta de materias primas agropecuarias y animales vivos	6	1,65%
Venta de alimentos, bebidas y tabacos	9	2,48%
Venta de textiles, prendas de vestir y calzado	8	2,20%
Venta de otros enseres domésticos	6	1,65%
Venta de maquinarias, equipos y materiales.	1	0,28%
Venta de combustibles, metales y materiales para la construcción	7	1,93%
Venta de otros productos en puestos de venta y mercado	4	1,10%
Total	41	11,29%

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

De los resultados obtenidos, las mipymes que realizan comercio al por mayor y al por menor excepto el mantenimiento de vehículos y motocicletas, corresponden al 11,29% en la venta alimentos, bebidas y tabacos con actividades mencionadas anteriormente. Seguido de actividades como, venta de textiles, prendas de vestir y calzado, a causa de la presencia de diversos negocios otavaleños que ofertan este tipo de productos elaborados de manera artesanal.

La venta de materias primas agropecuarias y animales vivos, es otra actividad con una cantidad significativa de empresas, puesto que la provincia del Carchi también es una zona agrícola y ganadera, por lo que este tipo de productos son muy demandados (Ver Anexo 12).

4.9. Calidad de Vida

La calidad de vida del ser humano analiza factores, los cuales le permiten progresar para sustento propio y a su vez contribuir a la sociedad con sus habilidades y conocimientos.

Esta a su vez considera aspectos como: salud, vivienda, educación, seguridad, servicios, empleo, entre otros. Para el análisis de este estudio se tomaron en cuenta aspectos como: esperanza de vida, salud, educación, empleo e ingresos del hogar de los propietarios de las mipymes.

Para la obtención de los resultados se utilizó una escala de Likert, la cual permitió medir actitudes y el grado de conformidad de los propietarios de las mipymes en relación a la calidad de vida. Los datos se muestran a continuación:

Tabla 16. Calidad de vida de los propietarios de las mipymes

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	43	11,85%
Muy Buena	112	30,85%
Buena	159	43,80%
Regular	45	12,40%
Mala	4	1,10%
Total	363	100,00%

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019)

La percepción de la calidad de vida para los propietarios de las mipymes del sector comercial, en su gran mayoría comprende criterios de buena, muy buena y excelente. Esto sin tomar en cuenta la rentabilidad de los negocios y el nivel de ingresos que obtienen los hogares. Esta parte de la población tiene un grado de satisfacción alto con respecto al nivel de vida, pues se sienten cómodos con las capacidades que poseen y el ritmo de vida que llevan para afrontar la realidad en la que se desenvuelven (Ver Anexo 24). Este resultado concuerda con la teoría de las capacidades de Amartya Sen (1999), en la cual, el efecto generador de la calidad de vida de los individuos de una región, no se mide por variables relacionadas con la riqueza que posee un país. Dicho de otro modo, esta teoría se enfoca en la evaluación, valoración y diagnóstico de las capacidades del ser humano, y no depende de los bienes y recursos que posee el mismo.

4.10. Miembro de la familia más longevo

Tabla 17. Miembro de la familia con edad avanzada

Criterios	50 a 60 años	61 a 70 años	71 a 80 años	81 a 90 años	91 a 100 años	Total
Tulcán	43	44	74	28	10	199
Bolívar	7	7	12	3	1	30
Espejo	2	8	5	11	1	27
Cantón Mira	0	10	5	6	2	23
Montufar	20	10	29	5	3	67
San Pedro de Huaca	5	0	10	1	1	17
Total	77	79	135	54	18	363

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019)

Con base a los resultados en el cantón Tulcán, Bolívar, Montúfar y San Pedro de Huaca, los adultos mayores se encuentran en edades de 71 a 80 años. Por su parte, en el cantón Espejo la esperanza de vida es de 81 a 90 años y finalmente el cantón Mira comprende una población longeva con edades de 61 a 70 años. Evidentemente los individuos tienden a vivir más años, a través de la implementación de una dieta equilibrada, sustentada en el consumo de alimentos

como frutas, verduras y proteínas, así como también el hábito de practicar deportes regularmente.

A nivel provincial la esperanza de vida se encuentra entre los 71 y 80 años de edad, siendo la salud un factor muy importante dentro de la calidad de vida, pues de esta depende una vida larga y mejorada (Ver Anexo 17). Esto concuerda con la proyección del año 2010-2020 del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), donde la provincia del Carchi es una de las provincias con mayor esperanza de vida a nivel nacional con 77,5 años de edad para el año 2020 (p.9).

4.11. Salud

Tabla 18. *Frecuencia de atención médica*

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
1 una vez al mes	38	10,47%
Cada 3 meses	26	7,16%
Cada 6 meses	21	5,79%
Cada 9 meses	22	6,06%
Cada año	32	8,82%
Cada que lo requiera	224	61,71%
Total	363	100,00%

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019)

La frecuencia de chequeos médicos, en los dueños de las mipymes de la provincia del Carchi no es habitual. En general el 61.71%, acude cada vez que lo requieren por motivo de gripas, infecciones o dolencias momentáneas. Este factor es importante para mantener una buena calidad de vida. Sin embargo, el bajo nivel de ventas de los negocios, dificulta acceder al servicio de un médico privado por la falta de recursos. En vista de ello, se hace necesario acudir a un centro de salud cercano, el cual no brinda las atenciones requeridas, imposibilitando la periodicidad de chequeos médicos constantes (Ver Anexo 18).

Por otro lado, el 10% de los encuestados acuden al médico una vez al mes, debido a que poseen enfermedades crónicas que deben ser atendidas regularmente. Por ejemplo: diabetes, enfermedades cardiovasculares, hipertensión, entre otras. Otra parte de los encuestados asisten a controles médicos por presión alta, servicio odontológico e incluso por revisiones del mal funcionamiento del aparato digestivo en un periodo de tiempo de tres a seis veces al año.

4.12. Nivel de educación

En Ecuador la educación es un factor primordial que brinda el gobierno a los ciudadanos, en donde los individuos tienen el derecho a acceder a esta, de forma gratuita, sin ningún tipo de

privación o estatus social, para desarrollar sus capacidades intelectuales y afectivas con las personas que los rodean, en relación a la cultura y costumbres del país donde habitan. Para la obtención de los resultados se tomó en consideración la escala desarrollada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la misma que se observa a continuación:

Tabla 19. Nivel de Educación de los propietarios de las mipymes

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Pre escolar	6	1,65%
Primaria	75	20,66%
Secundaria	227	62,53%
Superior	43	11,85%
Posgrado	11	3,03%
Ninguna de las anteriores	1	0,28%
Total	363	100,00%

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019)

En los propietarios de los locales comerciales de la provincia del Carchi, el nivel de educación que prevalece, es la secundaria con el 62.53%, puesto muchos de ellos se dedicaron a sus negocios por herencia de sus padres, dejando de lado la idea de acceder a un título de tercer nivel. El 20,66% de los encuestados tienen un nivel de educación primaria, dado que, en tiempos pasados, los padres no podían brindar el derecho a la educación a sus hijos, por la condición económica de los hogares, motivándoles a trabajar o emprender en algún tipo de negocio.

Por otro lado, el 11,85% de los propietarios de las mipymes tienen un título de educación superior. Sin embargo, no han podido ejercer su profesión por las escasas fuentes de trabajo que existen en la provincia. En consecuencia, optan por migrar a otras ciudades para obtener trabajo. No obstante, muchos de ellos no lo hacen y deciden emprender con una idea de negocio relacionada a sus estudios para obtener una fuente de ingresos (Ver Anexo 21).

En contraste a la teoría de Sen (1999), una región a pesar de tener una rentabilidad baja, puede hacer que todos los ciudadanos tengan la posibilidad de acceder a una educación de calidad. Los resultados son favorables en relación a longevidad y calidad de vida. Además, la educación es una parte esencial que debe tener un individuo, es decir si una persona es analfabeta su capacidad para entender e innovar es limitada, y nivel bajo de educación está propenso a liderar otro tipo de privaciones del individuo.

Mantener una educación básica, contribuye a disminuir las privaciones elementales de los ciudadanos, como los servicios básicos para mantener una buena calidad de vida. Por ende, el

escaso nivel de educación conlleva a problemas severos para las personas que se encuentran en los estatus sociales bajos.

4.13. Empleo

Tabla 20. Integrantes del hogar con empleo

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	190	52,34%
3 a 4	128	35,26%
5 a 6	30	8,26%
7 a 8	2	0,55%
Ninguno	13	3,58%
Total	363	100,00%

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019)

En los hogares carchenses, el número de integrantes que tienen empleo fuera del negocio, en su mayoría son de uno a dos miembros y son quienes tienen una profesión o simplemente buscan ganar más ingresos. Al mismo tiempo, los miembros de la familia que buscan ingresos de otras fuentes, en gran parte son los esposos e hijos, considerando que los negocios son atendidos por mujeres o adultos mayores quienes tienen mayor disponibilidad de tiempo (Ver Anexo 19).

Con todo y lo anterior apenas el 0,55% de los hogares tienen ingresos provenientes de varios integrantes de la familia, es decir hogares compuestos de siete a ocho miembros. Este evento ocurre en el círculo familiar conformado por miembros con algún tipo de estudio y estatus social alto.

4.14. Ingresos mensuales

Tabla 21. Ingresos mensuales que percibe el hogar

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 394	19	5,23%
394 a 600	165	45,45%
601 a 800	66	18,18%
801 a 1000	85	23,42%
1001 a 1200	24	6,61%
Mayor a 1200	4	1,10%
Total	363	100,00%

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019)

De los propietarios encuestados el nivel de ingresos que perciben mensualmente en su hogar, es de 394 a 600 dólares, los cuales sobrepasan un salario básico y son ingresos

provenientes del negocio o del trabajo de los miembros de la familia. La situación económica de la provincia afecta directamente a los pequeños comerciantes, pues no logran alcanzar el nivel de ingresos deseados (Ver Anexo 22).

Es así, que tan solo el 1,10% de los negocios percibe ingresos superiores a 1200 dólares, dada la rentabilidad alta que han mantenido estos negocios. En tal virtud la competencia y los factores antes mencionados no han sido un problema para este pequeño porcentaje de la población analizada.

4.14.1. Análisis entrevistas

Para reforzar las variables de estudio se realizó una entrevista estructurada dirigida al Jefe de Desarrollo Económico y social; y Comisario del GAD municipal de Tulcán, a través de una guía de preguntas que permitió recopilar la siguiente información:

En la provincia del Carchi la mayor parte de empresas son micro, debido a que su creación nace por la necesidad de generar ingresos individuales y de carácter familiar. La presencia de grandes empresas es casi nula debido a la situación crítica que atraviesa la provincia actualmente.

Una de las principales desventajas que tienen las mipymes, es la falta de capital para poder invertir en sus negocios. De la misma manera, la escasa amabilidad con la que se trata al cliente es un factor que se ve reflejado en el bajo nivel de ventas de estos negocios. Algunas estrategias que deberían implementar las mipymes, son el abaratamiento de costos y realización de ofertas para atraer clientes que actualmente compran en el lado colombiano y no se quedan en la localidad.

La economía del país es complicada, puesto que tiene un déficit de aproximadamente 6 mil millones de dólares, lo cual se irradia en todas las provincias del país. Por lo tanto, la economía del año 2020 será también complicada para la provincia y el sector comercio. Por ello, las mipymes no están generando el empleo necesario para los ciudadanos, es decir estas contratan máximo a una persona y solo por temporadas, impidiendo que exista el dinamismo deseado (Ver Anexo 30).

Además, el tipo de empresas que prevale en relación al comercio son las micro empresas, las mismas que mantiene algunas desventajas, partiendo desde lo económico, pues existen emprendimientos de los cuales las personas dependen, dado que la falta de capital hace que no puedan crecer los negocios. Además, está incluida la desventaja de la ubicación

geográfica donde se encuentra la provincia, al ser zona de frontera y por la devaluación del peso colombiano, en el hermano país se encuentran productos con bajos costos en comparación a los productos ecuatorianos, provocando baja competitividad de las microempresas carchenses.

Los productos más demandados de las micro empresas, son los productos alimenticios, ropa, calzado, tecnología. Por otro lado, estas mipymes de alguna manera emplean mano de obra, sin embargo, no se apegan a la ley con respecto al sueldo, pero en bajos porcentajes solucionan la demanda de mano de obra de la provincia, dado que la economía está cruzando por una crisis, según el análisis y estadísticas de cooperativas y bancos que de alguna manera lo han demostrado (Ver Anexo 31).

En un contexto general, la provincia del Carchi se encuentra en desventaja con el país, por ende, el comercio es más atractivo en este sector por los precios bajos que manejan, llamando así la atención de compradores ecuatorianos quienes optan por adquirir productos en este país, afectando las ventas de los comerciantes carchenses y disminuyendo el ingreso de dólares al país.

Esta situación conlleva una desventaja dado que, los propietarios en la mayoría de los casos, adquieren sus productos a crédito para abastecer sus negocios y esperan vender los mismos para cancelar la deuda y abastecerse de nuevos productos. Sin embargo, el nivel de ventas es mínimo, por lo que, los productos perecibles corren el riesgo de caducarse generando pérdidas y dificultando el pago del crédito. Esto hace que el nivel de endeudamiento se mantenga o por el contrario siga subiendo.

Por esta razón, tan solo el 1,4% de las mipymes tienen un alto nivel de rentabilidad. Estas son pequeñas y medianas empresas que llevan ejerciendo sus actividades desde hace algunos años atrás. Este tiempo les ha servido a los propietarios para tener experiencia en los negocios y entender el comportamiento del mercado, contando así con clientes frecuentes dentro y fuera de la provincia (Ver Anexo 6).

Así mismo, el 52,6 % de los propietarios tienen un nivel de endeudamiento medio, es decir, su endeudamiento se encuentra en un punto de equilibrio, donde sus ingresos y gastos son iguales. Pese a ello, y a las soluciones que han buscado implantar las autoridades locales conjuntamente con el gobierno central no se han obtenido los resultados esperados y actualmente la situación sigue siendo la misma, puesto que el volumen de ventas se ha

mantenido bajo y el dinero invertido en mercadería tarda en recuperarse, afectando la economía de los hogares que realizan este tipo de actividad.

En el cantón Tulcán, los propietarios de las mipymes del sector comercial en su mayoría, se encuentran en edades de 31 a 40 años, puesto que sus negocios han perdurado por algunos años dentro del mercado y les han sido heredados de sus familiares para que sean los administradores de las mipymes. Por el contrario, en los cantones Bolívar, Espejo, Mira y San Pedro de Huaca la participación de personas con edades comprendidas entre 20 a 30 años es baja, debido a que algunos son recién graduados o están estudiando y no tienen el tiempo ni la experiencia requerida para liderar sus negocios (Ver Anexo 3).

De la misma manera, la participación del adulto mayor en los cantones Bolívar, Espejo y Mira es nula, dado que únicamente acompañan y sirven como ayudantes de los familiares que están a cargo de las empresas. En cambio, los adultos mayores, que están a cargo de estas, son personas que viven solas o con su conyugue, y decidieron continuar con sus negocios por no perder la tradición y lo más importante, por tener una actividad con la cual puedan distraerse, emplear su tiempo y sentirse útiles para la sociedad.

Además que el 82,10% de las mipymes no tienen empleados, debido a la situación económica en la que se ve inmersa la provincia y el país en general. A causa de ello, los propietarios no alcanzan a cubrir el pago de uno o varios empleados y son los familiares directos quienes colaboran dentro de estas empresas para ahorrar dinero, viéndose obligados a contratar empleados únicamente por temporadas. Por mencionar algunas: el inicio del año escolar, navidad y demás fechas especiales en donde la demanda de productos aumenta.

Los locales comerciales de la provincia del Carchi se ven afectados por la competencia colombiana, en vista de que el hermano país utiliza otro tipo de moneda, la cual se ha ido devaluando constantemente, convirtiéndose en una situación, no muy favorable para la provincia. Este hecho hace que los negocios no puedan competir en relación a precios, por lo cual los ciudadanos de la provincia prefieren adquirir productos por favoritismo en costos. Por esta razón, las ventas son demasiado bajas y la mercadería se encuentra en inventario.

Esta situación afecta a la calidad de vida de los propietarios, la cual en su mayoría es buena, a pesar de la rentabilidad baja de estas empresas. Al respecto conviene mencionar que, el soporte de estas familias es el ingreso proveniente de los miembros de la misma, por lo cual los hogares cuentan con los servicios necesarios para vivir bien. No obstante, para un 12% de

los encuestados los ingresos no alcanzan para cubrir los gastos, puesto que sobreviven de los negocios, sin tener otro tipo de entrada de dinero.

Los ingresos de la mayor parte de los propietarios de las mipymes son iguales o menores a un salario básico, por lo que poseen los servicios esenciales como agua, luz, teléfono y en pocos casos internet. Sin embargo, los propietarios cuyos ingresos son mayores a 600 dólares poseen más servicios como: TV cable, más de un computador, vehículo propio, entre otros. Esto les permite vivir de manera excelente, ya que cuentan con todas las comodidades que brindan dichos bienes y servicios (Ver Anexo 20).

Además, el 66,39% de los hogares carchenses, poseen una vivienda totalmente pagada, dado que en años pasados la rentabilidad de sus negocios era demasiado buena, con lo cual obtuvieron los ingresos suficientes para adquirir los bienes inmuebles. Esto les ha permitido reubicar a las familias conformadas en su mayoría por cinco a seis miembros, en viviendas propias con un ahorro significativo para estas familias (Ver Anexo 15).

La esperanza de vida de los propietarios de las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi se encuentra en edades de los 71 a 80 años, siendo un nivel de edad alta en comparación a la esperanza de vida de otras provincias.

Como se indicó anteriormente, los propietarios de las mipymes en un 61.71% acuden a chequeos médicos, solo cuando se hace necesario, en otras palabras, hacen uso del servicio médico únicamente cuando presentan algún tipo de dolencia. No cabe duda que el 10.47% de encuestados que acceden a este servicio frecuentemente, únicamente por enfermedades crónicas. A razón de ello es necesario recalcar que, los recursos económicos limitados son la causa principal por la cual los dueños no siempre acuden a médicos privados y necesariamente se hacen atender en centros de salud cercanos.

El nivel educativo que prevalece entre los dueños de los locales comerciales, es la secundaria con un 62.53%, puesto que se dedicaron a los negocios que mantienen sus padres o en algunos casos les fueron heredados. En tal virtud, dejaron sus estudios de lado, pensando en ahorrar dinero para después continuar con sus estudios. Sin embargo, se han acostumbrado a mantener una fuente de ingreso, lo cual los ha llevado a creer no necesario un título universitario. Vale la pena aclarar, que el 1.65% de los encuestados, no tienen ningún tipo de estudios, por la dificultad que tenían los padres en tiempos pasados por el número de hijos y

escasas fuentes de ingresos que poseía cada hogar, por lo cual la prioridad de los miembros de cada familia era buscar trabajo.

Los ingresos que mantienen los dueños de las mipymes en relación a las ventas, se encuentran en un rango de, un salario básico hasta los 600 dólares en un 45,45%, puesto que sobreviven de la rentabilidad que proporcionan los negocios. Mientras tanto, en otros hogares el apoyo económico proviene de familiares que aportan al hogar. Por esta razón, el 51,71% de las familias apenas logran equilibrar los ingresos y gastos, considerando un monto de 800 dólares en adelante, como la cantidad de dinero necesaria para poder vivir bien y cómodamente (Ver Anexo 23).

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

El modelo de regresión lineal mostró un resultado del R^2 de 0,71 lo cual demostró que el incremento de las ventas de las mipymes del sector comercial explica la variación del PIB del mismo sector en la provincia del Carchi.

En el análisis de la prueba de significancia el valor P de las ventas tuvo un valor de 0,002 por lo cual se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alternativa, concluyendo que esta variable es significativa, es decir, la variación del PIB del sector comercio en la provincia del Carchi varía en función del incremento de las ventas anuales de las mipymes.

La participación en ventas no es muy representativa debido a la gran cantidad de ciudadanos que prefieren comprar en el lado colombiano y la falta de estrategias que impiden la atracción de clientes. Esta situación ha generado que la rentabilidad de estas empresas para un 30,9% de los propietarios sea baja, debido al reducido volumen de ventas que han tenido en los últimos años, por lo que apenas logran equilibrar sus ingresos y gastos.

Las causas que impiden el crecimiento de las mipymes son en un 24,8% es el capital insuficiente para realizar inversiones en mercadería y lograr expandir los negocios. Así mismo, un 20,90% de los propietarios consideran que la administración ineficiente es otra de las causas que afectan a este sector, puesto que los propietarios no cuentan con la preparación necesaria para manejar procesos contables y administrativos. La devaluación del peso colombiano también afecta directamente a este sector con un 17,60 %, pues los precios en este país son más bajos, en comparación a las mipymes carchenses.

El 18,18% de los propietarios de las mipymes se dedican a la venta de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y motocicletas. El 11,85% de los carchenses realizan actividades de comercio al por mayor, en actividades como: venta de alimentos, bebidas y tabacos como: frutas, hortalizas, especias, lácteos, huevos, grasas, aceites, productos cárnicos y de la pesca, arroz, azúcar, café, productos de panadería y repostería, bebidas no alcohólicas y alcohólicas, tabaco, enlatados, conservas y alimento para mascotas. Así mismo, la venta al por mayor de hilos, lanas, telas, lencería cortinas, mantelería y diversos artículos para el hogar, prendas de vestir, incluida ropa deportiva y accesorios de vestir.

El comercio al por menor es la actividad más realizada por los carchenses con un 58,68%, en donde predomina la venta de prendas de vestir, calzado, artículos de cuero, productos farmacéuticos, medicinales, cosméticos, flores, fertilizantes, plantas y artículos de segunda mano. La venta de alimentos, bebidas y tabacos también es otra de las actividades ejercidas por los carchenses.

Los propietarios de las mipymes que realizan comercio al por mayor y al por menor excepto el mantenimiento de vehículos y motocicletas corresponden al 11,29% en la venta alimentos, bebidas y tabacos, venta de textiles, prendas de vestir y calzado y la venta de materias primas agropecuarias y animales vivos.

La calidad de vida de los propietarios de las microempresas es buena, a pesar de la situación económica de la provincia, dado que estos cuentan con los servicios necesarios tales como: agua, luz, televisión, servicio telefónico y en algunos casos internet. Todo ello, les permite vivir de manera digna, lo cual explica que tan solo el 1,10% de los encuestados viven en malas condiciones y que el 11,85% de manera excelente, atribuyendo este último porcentaje a los dueños de las pequeñas y medianas empresas que perciben mayor cantidad de ingresos.

El nivel de educación que prevalece entre los dueños de los locales comerciales de la provincia, es la secundaria, en vista del tiempo y esfuerzo que se requieren para tener un título universitario, siendo el camino más fácil dedicarse al manejo las empresas. Es así como únicamente el 3,03% de los encuestados tienen estudios de posgrado, y son quienes están a cargo de las pequeñas y medianas empresas.

La esperanza de vida en la población analizada comprende en un 37,19% edades de 71 a 80 años y apenas el 4,96% de la población comprende edades de 91 a 100 años. Esto depende de las condiciones de vida de los individuos, en razón de que la práctica de una buena alimentación y ejercicio físico contribuyen a la mejora de la salud y una vida prolongada.

Tomando en cuenta el factor salud, el 61,71% de los propietarios de las mipymes acuden a chequeos médicos cada que lo requieren, por dolencias pasajeras como gripes, infecciones o alergias, presentados en el momento. Por lo contrario, el 10,47% acuden frecuentemente a centros médicos, dado que son quienes poseen enfermedades crónicas como diabetes, hipertensión y enfermedades cardiovasculares.

Finalmente, en las familias carchenses una a dos personas posee empleo fuera del negocio familiar con el 52.34%. Este porcentaje corresponde en gran parte a los padres de familia e hijos que han querido independizarse, puesto que las madres de familia son quienes pasan mayor tiempo dentro de los negocios.

5.2. Recomendaciones

Los propietarios de las mipymes deben capacitarse constantemente en temas de administración y manejo de un negocio, de tal manera que puedan estar preparados para las amenazas del entorno tanto internas como externas, aprovechando de mejor manera las oportunidades que se presenten para lograr su crecimiento y expansión a otras sucursales dentro de la provincia.

Las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi, deben implementar estrategias como: brindar una buena atención al cliente para que este se sienta a gusto dentro del local comercial y se motive a comprar algo. De la misma manera, se recomienda tratar de reducir al máximo los costos para establecer precios que le permitan a la empresa ser competitiva con las empresas del lado colombiano.

Los dueños de los locales comerciales, deben buscar asociarse con otros negocios para lograr un crecimiento sostenible, que les permita encontrar soluciones a la problemática actual, de tal forma que puedan fusionar conocimientos y recursos para buscar el bien colectivo y no individual.

El Ministerio de Salud conjuntamente con las autoridades pertinentes debe promover prácticas de alimentación saludable, brigadas médicas y actividades de recreación enfocadas a toda clase de público, es decir niños, jóvenes y adultos mayores para una lograr una vida extendida y feliz.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Astudillo, S., & Briozzo, A. (2016). *"Innovación en las mipymes manufactureras del Ecuador y Argetina"*. Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Fredy/Antecedentes%20tesis/2248-4345-seec-19-40-00117.pdf
- Azqui, S. (2017). *Evaluación del Impacto Socioeconómico del Crédito Informal en los Pequeños comerciantes de la parroquia de Pascuales de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8903/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-220.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2018). *Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador Resultados de las Variables Macroeconómicas, 2018*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/sector-real>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Segunda edición ed.). México: Pearson Educación. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25739666004>
- Bernal, C. (2016a). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Editorial Delfin Ltda. Obtenido de las pymes: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Bernal, C. (2016b). *Metodología de la Investigación* (Cuarta Edición ed.). Colombia: Editorial Delfin Ltda.
- Burgos, D. (7 de Junio de 2019). *Así es la dinámica comercial en Ipiales (Nariño)*. Obtenido de <https://www.radionacional.co/actualidad/ipiales-econom%C3%ADa>
- Cando , A. L. (2017). *Factores de influencia en el desarrollo y crecimiento de las mipymes comerciales del cantón Ibarra, provincia de Imbabura* . Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Fredy/Antecedentes%20tesis/PG%20588%20TESIS.pdf
- Castillo, J. M. (1998). *Deporte y Calidad de vida*. Madrid: LIBRERÍAS DEPORTIVAS ESTEBAN SANZ, S.L.
- Castillo, P. (2011). *Política Económica: crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible*. Obtenido de <http://www.revistainternacionaldelmundoeconomicoydelderecho.net/wp-content/uploads/RIMED-Pol%C3%ADtica-econ%C3%B3mica.pdf>

- Cegarra, J. (2012a). *Los métodos de Investigación*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=YROO_q6wzgC&dq=METODOS+DE+INVESTIGACION&source=gbs_navlinks_s.
- Cegarra, J. (2012b). *Los métodos de Investigación*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=YROO_q6wzgC&dq=METODOS+DE+INVESTIGACION&source=gbs_navlinks_s
- Censos, I. N. (Octubre de 2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf
- CEPAL. (1988). *Desarrollo económico local y descentralización: Aproximación a un marco conceptual*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/31392/1/S00020088_es.pdf
- CEPAL. (2002). *Calidad de Vida: Conceptos y medidas*. Obtenido de https://www.cepal.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientorp1_ppt.pdf
- CEPAL. (2018). *Hacia una agencia regional de desarrollo social exclusivo*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/s1800662_es_1.pdf
- CEPAL. (s.f). *Desarrollo económico local y descentralización: Aproximación a un marco conceptual*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/31392/1/S00020088_es.pdf.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (21 de Agosto de 2018). *Del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *MIPYMES en América Latina. Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf
- Directorio de Empresas y Establecimientos. (Octubre de 2018). *Directorio de Empresas y Establecimientos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2017/Documentos_DIEE_2017/Documentos_DIEE_2017/Principales_Resultados_DIEE_2017.pdf

- Enríquez, B. (Noviembre de 2015). *Análisis de las mejores pymes comerciales del 2014*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de Análisis de las mejores pymes comerciales del 2014.
- Estallo , G., & Benalges , C. (s.f). *Contenido y objeto de la Administración de empresas* .
- Fernández, C., Baptista, P., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25739666004>
- Gil Estallo, M., & Celma Benalges, M. (s.f). *Concepto, contenido y objeto de la administración de empresas*. La Universidad Virtual.
- Gobierno Provincial del Carchi. (s.f). *Plan Estratégico Institucional 2009-2019*. Obtenido de http://www.carchi.gob.ec/2016f/images/ley_transparencia/2013/kPlanes%20y%20programas.pdf
- Guerrón, S. A. (2018). *Análisis de la eficiencia de la Canasta Comercial Transfronteriza como medida de reactivación económica en la provincia del Carchi*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/17861>
- Gujarati, D., & Porter, D. (Noviembre de 2010). *Econometría* (Quinta Edición ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de Análisis de las mejores pymes comerciales del 2014.
- Gujarati, D., & Porter, D. (2010b). *Econometría*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, R., Fernández, C., & Baptista, P. (30 de Diciembre de 2014b). *Metodología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversiones-COPCI.pdf>
- Ibarra, C. (26 de Octubre de 2011). *Tipos de investigación: Exploratoria, Descriptiva, Explicativa, Correlacional*. *Metodología de la investigación*. Obtenido de Empresarios de las pymes expresaron inquietudes a funcionarios: <http://metodologadelainvestigaciinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html>
- INEC . (2010). *Manual de Usuario CIIU-Clasificación Industrial Internacional* . Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/modulo_cpv/CIIU4.0.pdf

- INEC. (s.f.). *¿Cómo crecerá la población en Ecuador?* Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/presentacion.pdf
- INEC. (2014). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2014*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf
- León , M. (2002). *Desarrollo Humano y desigualdad en Ecuador* . Obtenido de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/pubsii/pubsii_0009.pdf
- Lind, Marchal, & Wathen. (2007). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (Decimotercera edición ed.). México: McGraw-Hill.
- London , S., & Formichella, M. (2006b). *El concepto de desarrollo de Sen y su vinculación con la Educación*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/tesis/Amartia%20el%20desarrollo.pdf>
- London, S., & Formichella, M. (2006a). *EL concepto de desarrollo de Sen y su vinculación con la Educación*. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/tesis/Amartia%20el%20desarrollo.pdf>
- López, A. E. (2002). *Metodología de la investigación contable tercera edición*. México: International Thomson Editores S.A.
- Mendoza Torres, C., & Hernández Sampieri, R. (Junio de 2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html>
- Molina, D., & Sánchez, A. (2016). *Óbstaculo para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina* . Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Fredy/Antecedentes%20tesis/17700-Texto%20del%20art%C3%ADculo-49896-1-10-20170919.pdf>
- Mora, N. (s.f). *La investigación Bibliográfica*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf
- Münch, L., & Ángeles, E. (1996). *Técnicas de investigación*. México: Trillas.
- Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación*. México: Oxford University.
- Nicola , L. A. (2015). *"Análisis sectorial de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la provincia del Guayas, período 2011- 2013"*. Obtenido de

file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Fredy/Antecedentes%20tesis/TESIS%20MIPYMES.pdf

Pampillón , R. (2009). *Qué es el índice de Desarrollo Humano* . Obtenido de <https://economy.blogs.ie.edu/archives/2009/10/%C2%BFque-es-el-indice-de-desarrollo-humano-idh/>

Rivero , C. I. (s.f). *Caliadad de vida: El enfoque de Amartya Sen y sus exclusiones* . Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/tesis/amartia%20sens%20y%20la%20calidad%20de%20vida.pdf>

Santeli, M. E. (2016). La responsabilidad social empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista Latinoamericana de Investigación en Organización, Ambiente y Sociedad*, 39-58. Obtenido de <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/teu/article/view/1035/859>

Schaffer, R. (2000). *Desarrollo Social* . Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=xduCpqqoPKBgC&dq=desarrollo+social&source=gbs_navlinks_s

Secretaria Nacional de Desarrollo. (s.f). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Sevilla , A. (s.f). *Producto Interno Bruto (PIB)*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto-interior-bruto-pib.html>

Soto, C., Molina, R., & Salazar, A. (5 de Abril de 2014). *MIPYMES y empresas familiares: teorías, métodos y gestión*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/260159037_MIPYMES_y_empresas_familiares_teorias_metodos_y_gestion

Zermeño , F. (2004). *Lecciones de desarrollo económico*. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=Iv24eXOtNZ8C&dq=que+es+desarrollo+economico&source=gbs_navlinks_s

VII. ANEXOS

Anexo 1.

ALFA DE CRONBACH

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

TEMA: "Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socioeconómico de la provincia del Carchi, per
PRUEBAS PILOTO 10 encuestas

Cuestionarios	ITEMS																				SUMA	VAR individual	VAR total	valor absoluto	Alfa de Cronbach	k	K-1	K/K-1	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20									
1	2	5	1	1	2	2	12	2	1	5	2	2	1	3	1	2	3	3	3	5	58	20,50	25,73	0,80	0,84	20	19	1,05	
2	1	4	1	1	5	4	12	1	1	4	2	2	2	4	1	2	3	1	5	5	61								
3	1	5	1	5	1	1	12	2	1	6	1	2	2	6	1	2	3	3	2	2	59								
4	2	5	1	5	1	2	12	2	1	2	2	2	1	6	1	2	2	1	3	2	55								
5	1	5	1	1	2	2	12	2	2	6	7	3	1	4	1	2	3	1	4	5	65								
6	2	3	1	1	2	3	12	2	1	1	2	2	3	3	1	1	3	1	2	5	51								
7	1	3	1	1	2	2	12	1	1	3	2	3	2	2	2	3	1	4	5	53									
8	2	6	1	5	2	2	12	2	2	6	2	2	3	4	1	2	1	2	2	4	63								
9	1	1	1	1	2	2	12	2	1	3	4	3	1	3	1	2	2	3	4	2	51								
10	2	5	1	5	2	2	12	2	1	3	2	2	1	6	1	2	3	3	2	5	62								
VARIANZA	0,28	2,18	-	4,27	1,21	0,62	-	0,18	0,18	3,21	2,93	0,23	0,68	2,10	0,10	0,10	0,49	0,99	1,21	2,00	25,73								

Figura 2. Análisis de fiabilidad del instrumento

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 2.

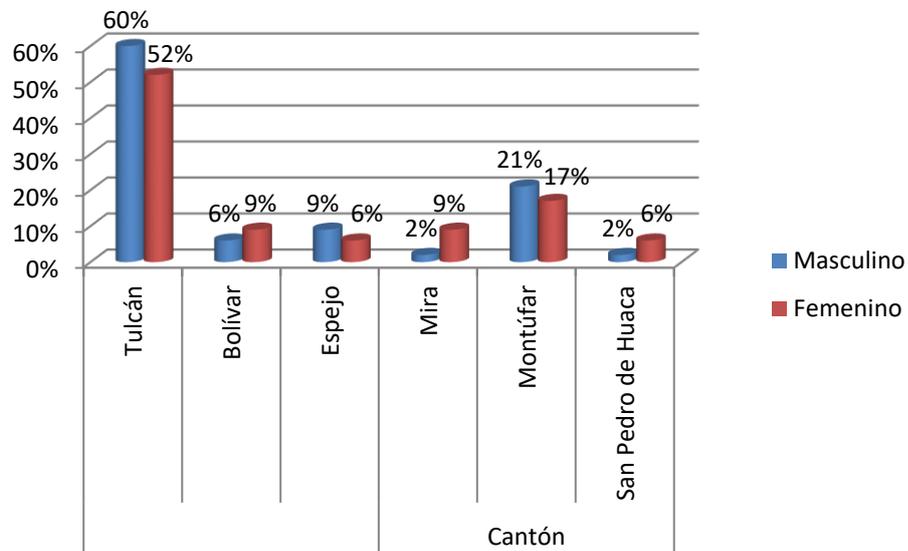


Figura 3. Género de los propietarios de las mipymes.

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 3.

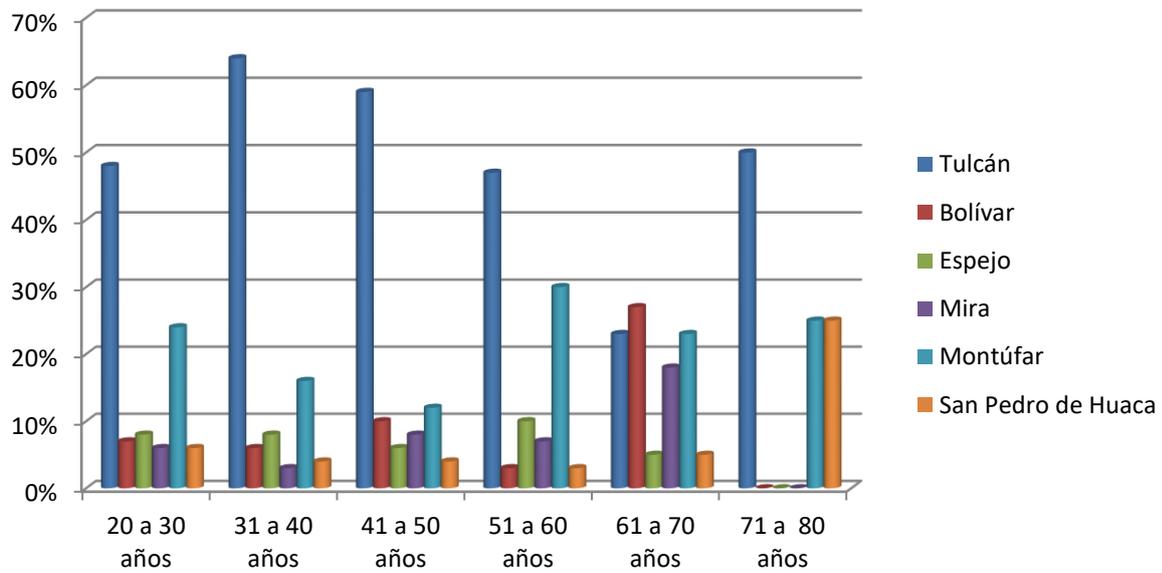


Figura 4. Edad de los propietarios de las mipymes por cantones

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 4.

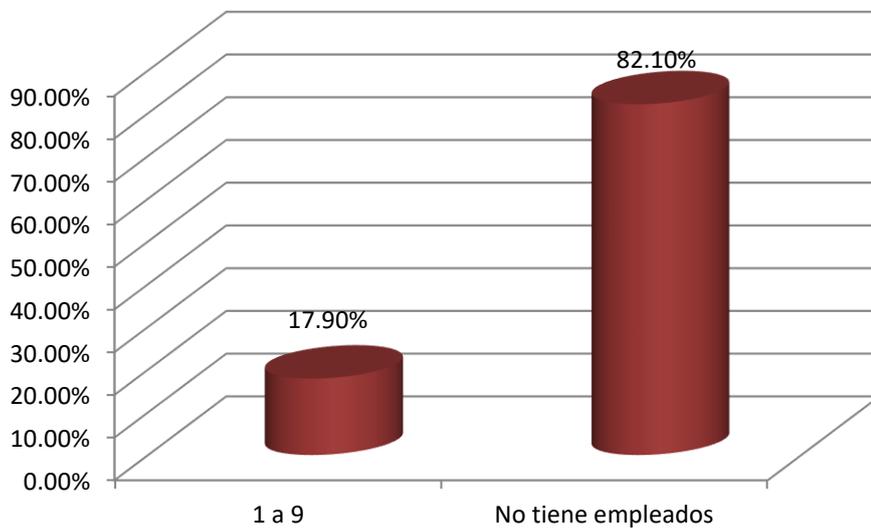


Figura 5. Número de empleados de las mipymes

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 5.

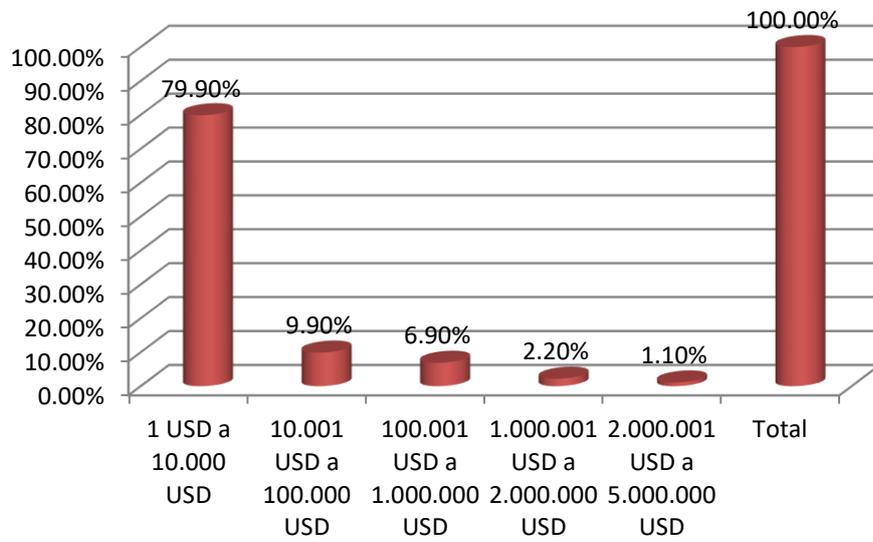


Figura 6. Ingresos anuales de las mipymes

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 6.

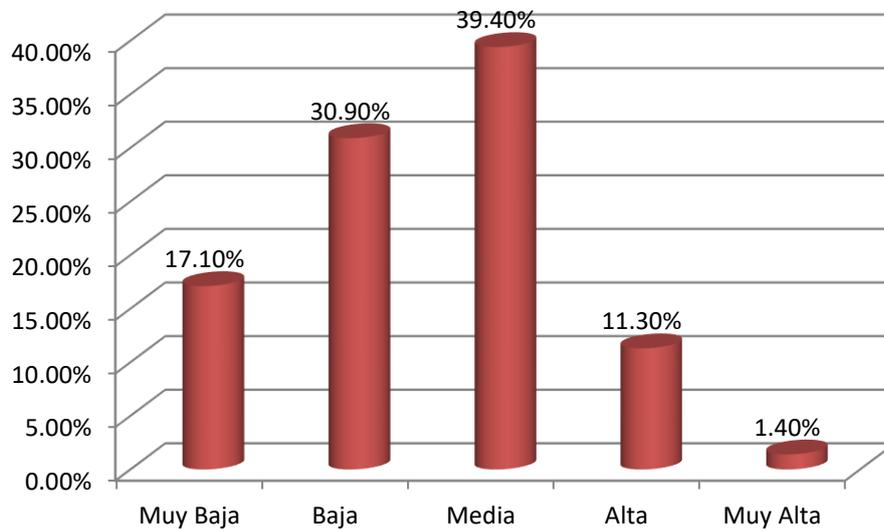


Figura 7. Nivel de rentabilidad de las mipymes

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 7.

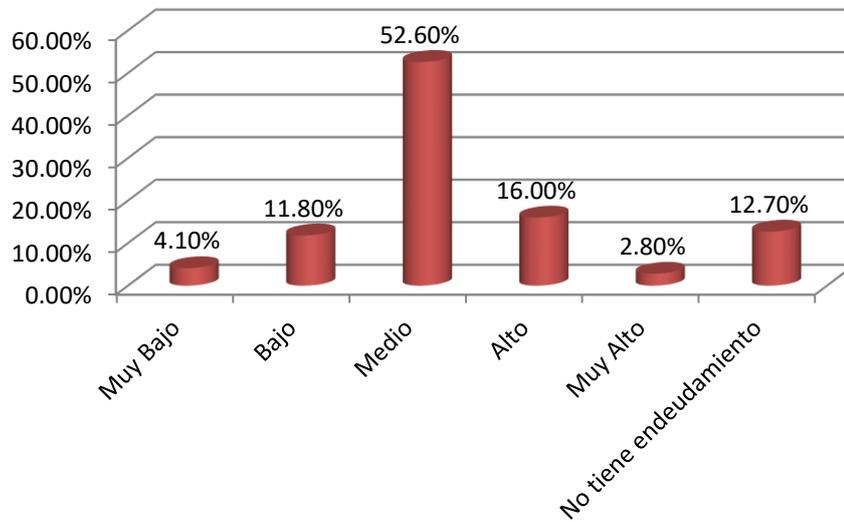


Figura 8. Nivel de endeudamiento de las mipymes

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 8.

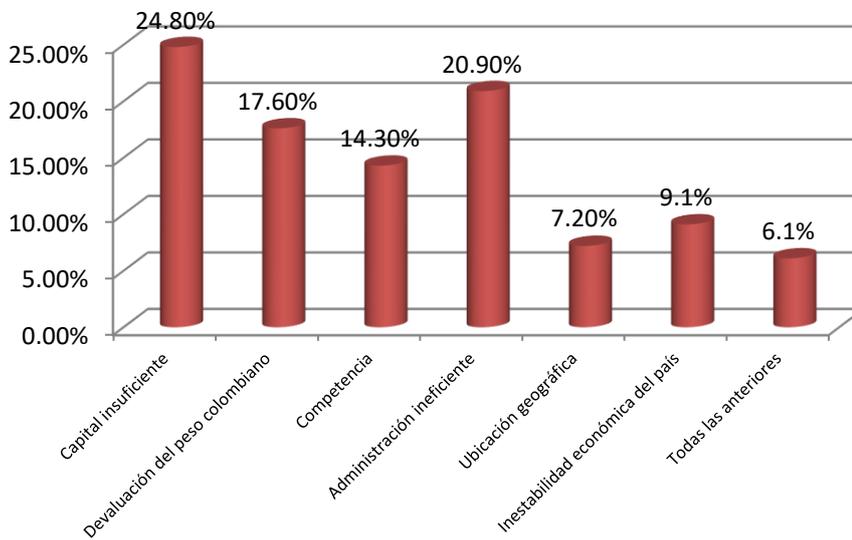


Figura 9. Desafíos de las mipymes

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 9.

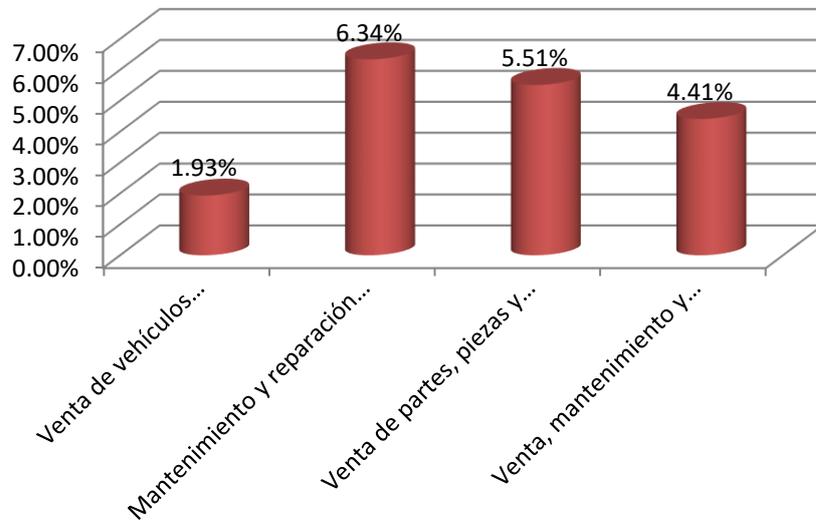


Figura 10. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 10.

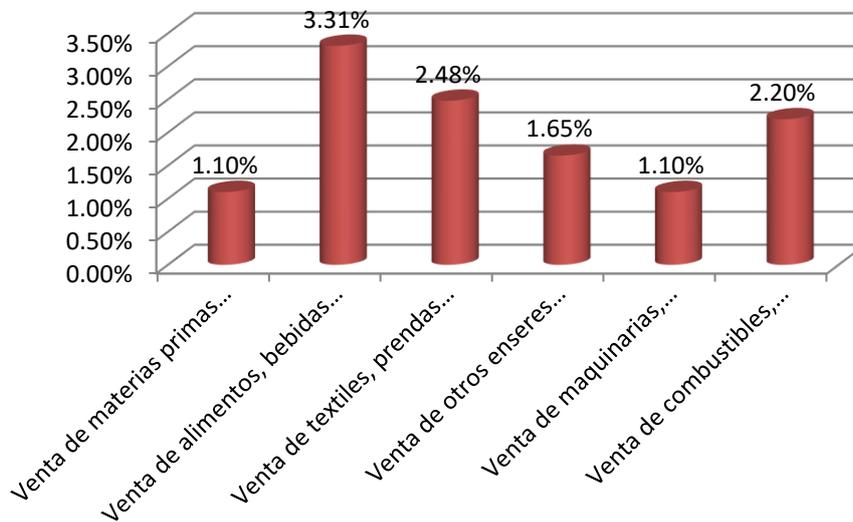


Figura 11. Actividades de comercio al por mayor

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 11.

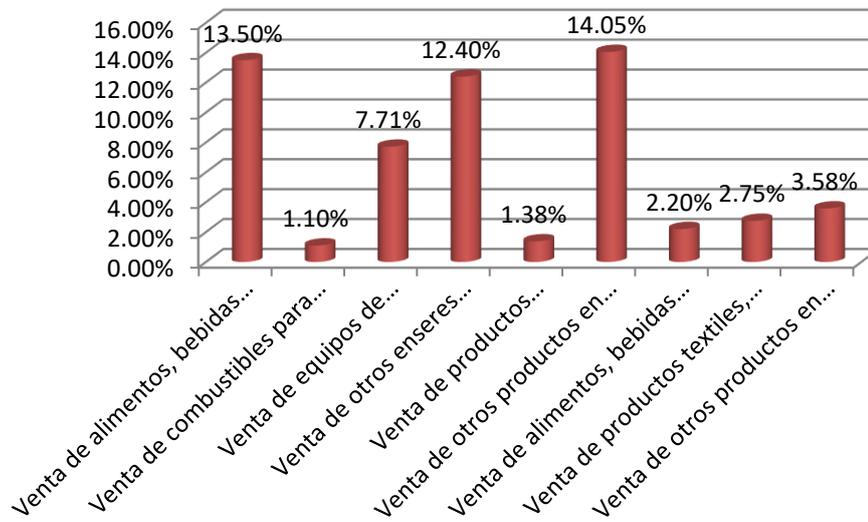


Figura 12. Actividades de comercio al por menor

Nota. Los datos fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 12.

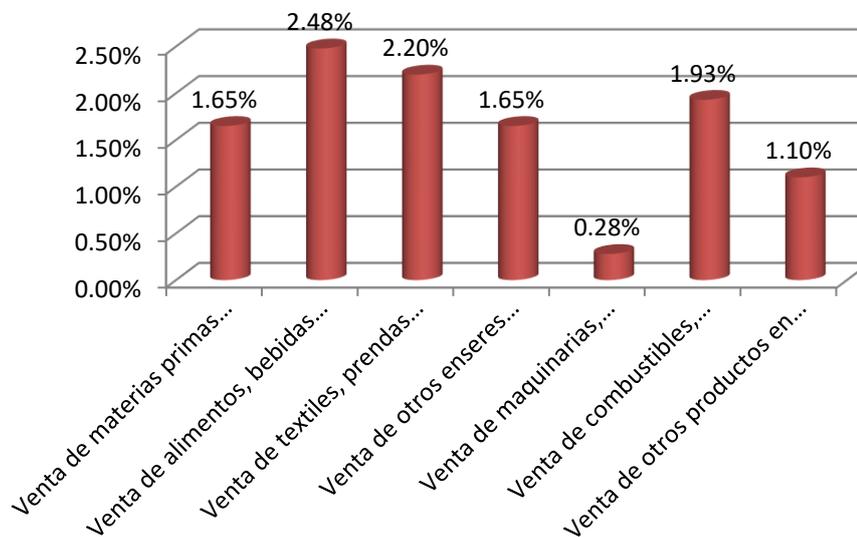


Figura 13. Actividades de comercio al por menor y al por mayor

Nota. Los fueron tomados de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 13.

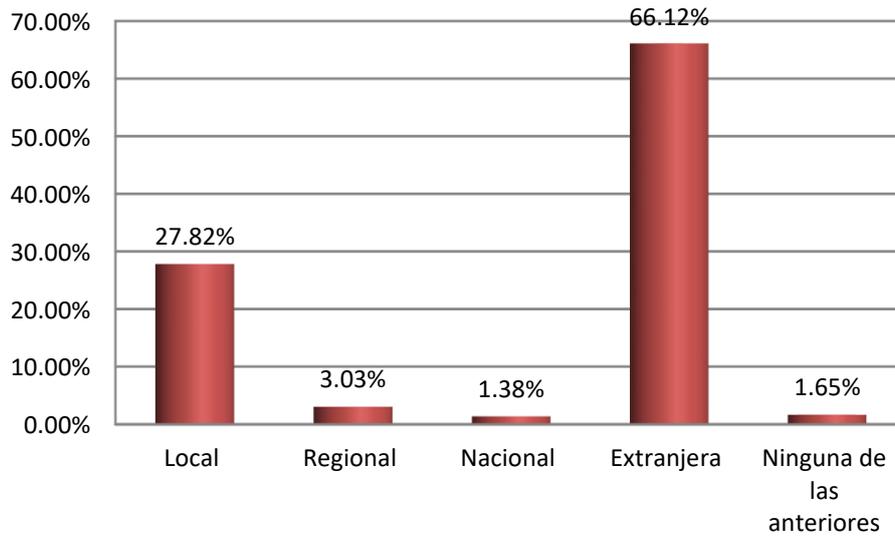


Figura 14. Negocios afectados por la competencia

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 14.

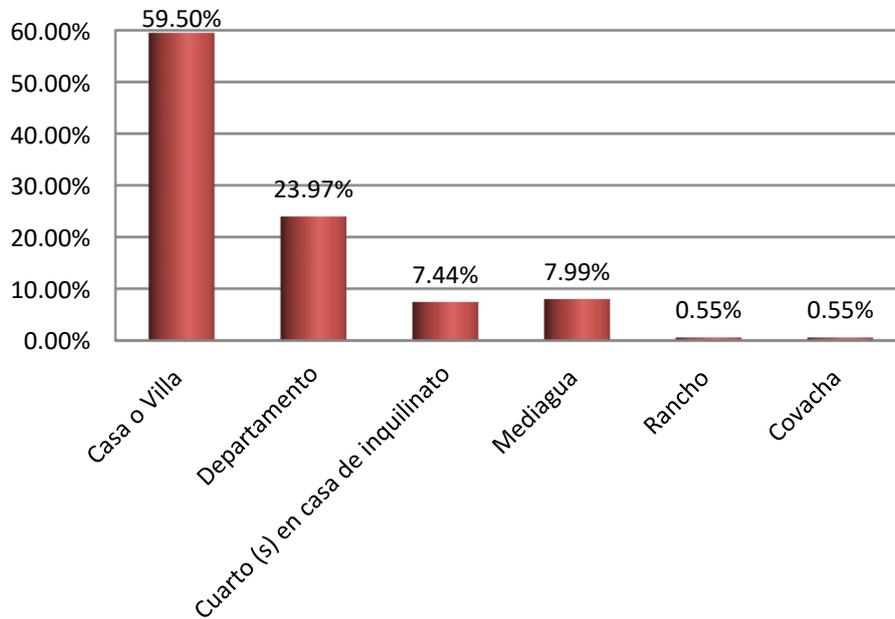


Figura 15. Tipo de vivienda de los propietarios de las mipymes

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 15.

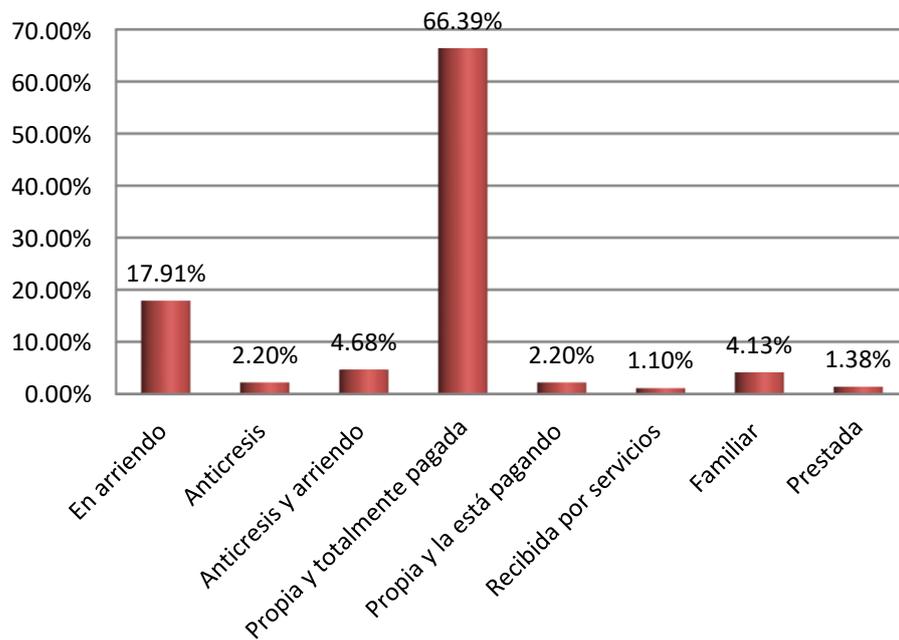


Figura 16. Situación de la vivienda

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 16.

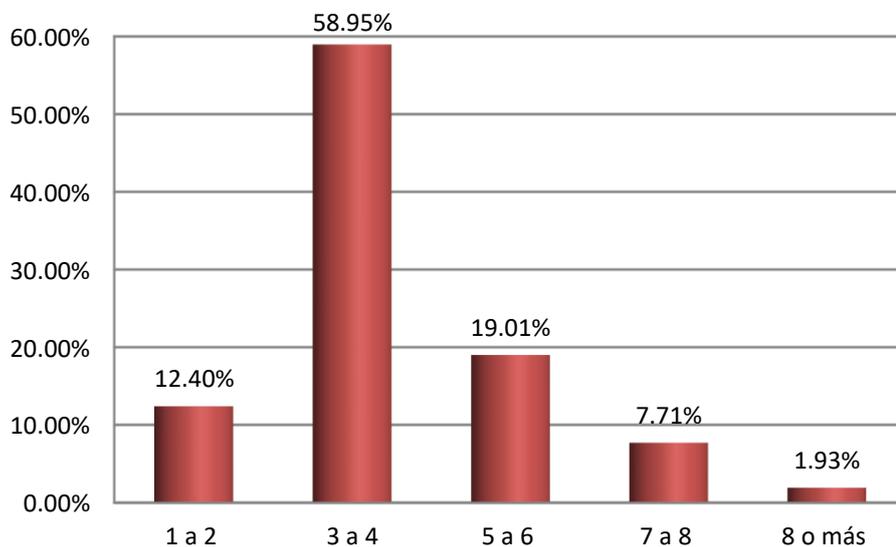


Figura 17. Número de integrantes del hogar

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 17.

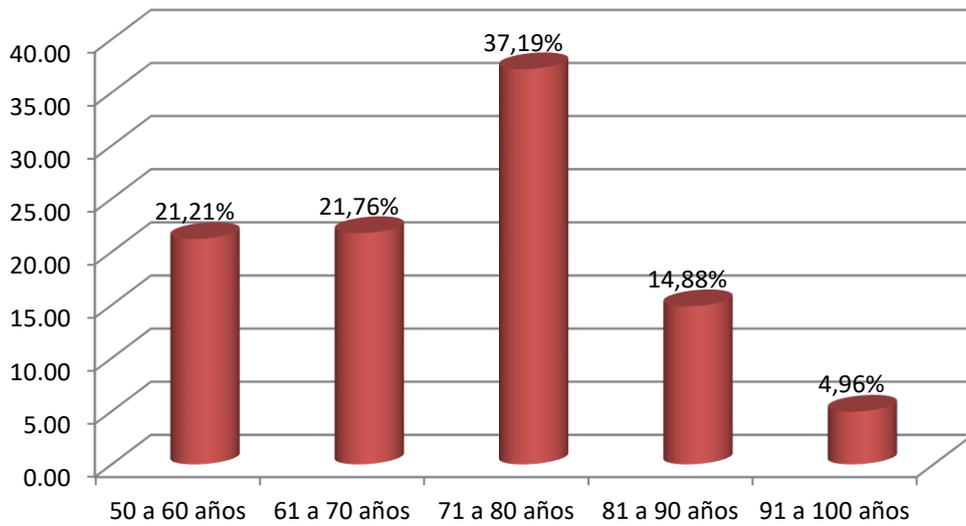


Figura 18. Miembro de la familia más longevo

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 18.

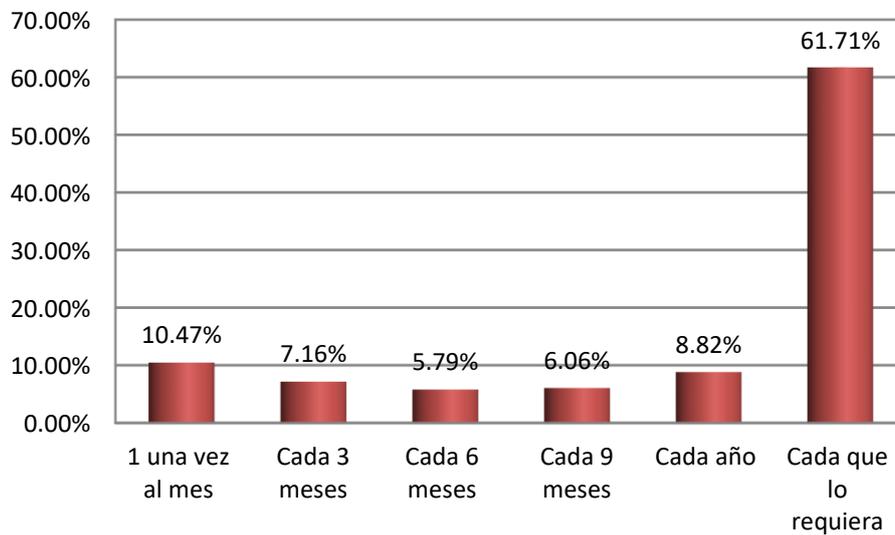


Figura 19. Número de visitas al médico

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 19.

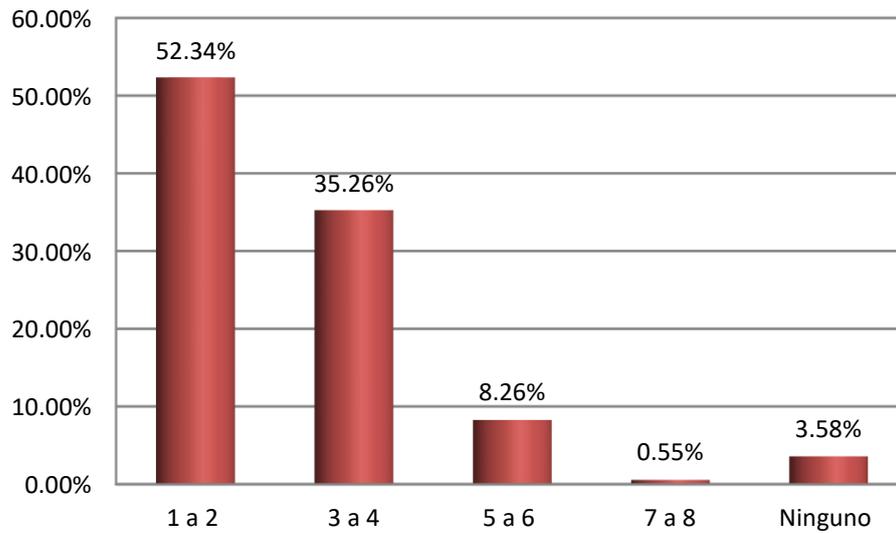


Figura 20. Integrantes del hogar con empleo

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 20.

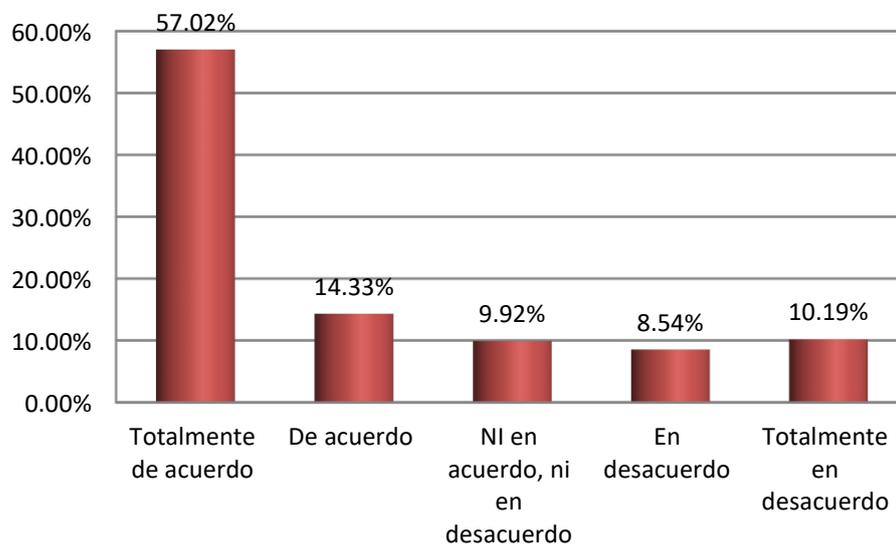


Figura 21. Servicios básicos del hogar

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 21.

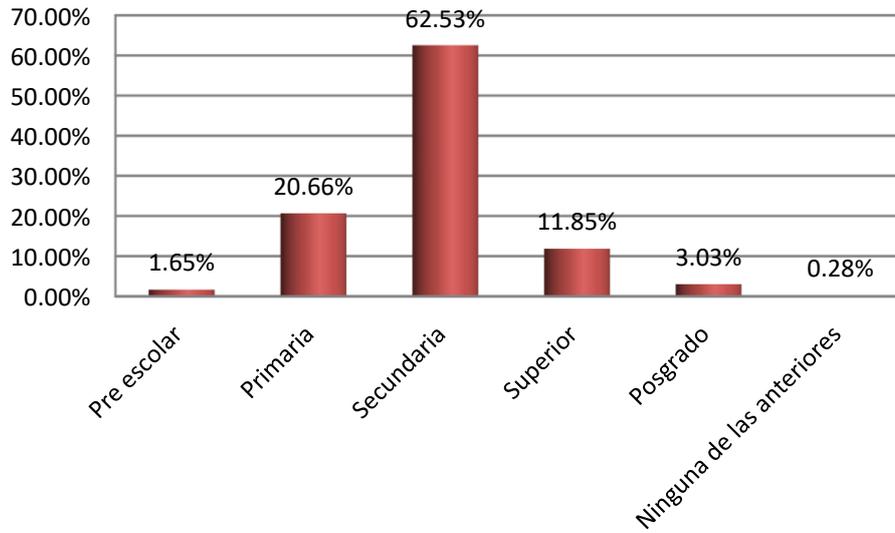


Figura 22. Nivel de educación de los propietarios de las mipymes

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 22.

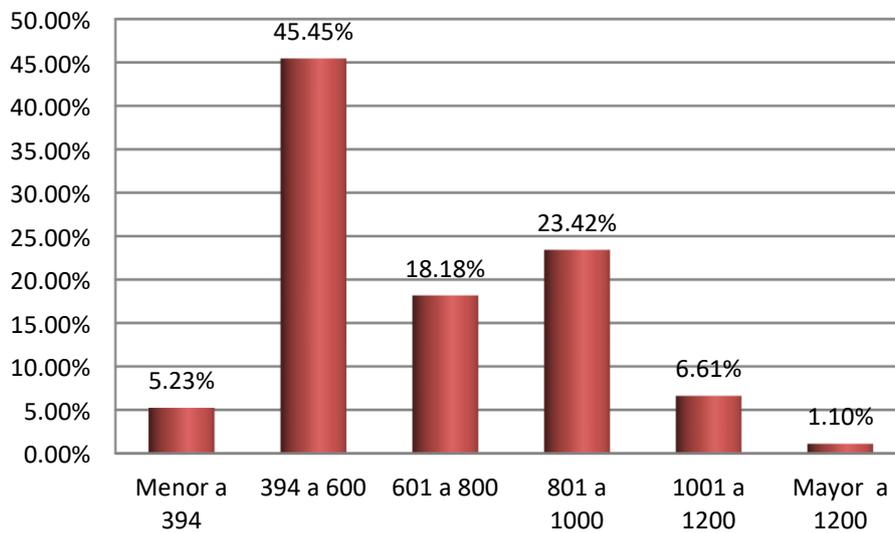


Figura 23. Ingresos mensuales percibidos en el hogar

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 23.

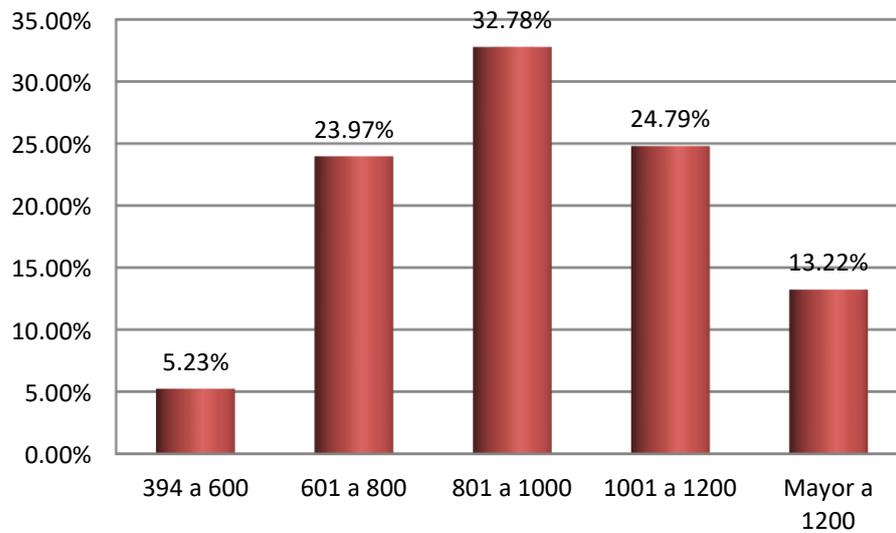


Figura 24. Monto mínimo requerido por los hogares para vivir bien.

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 24.

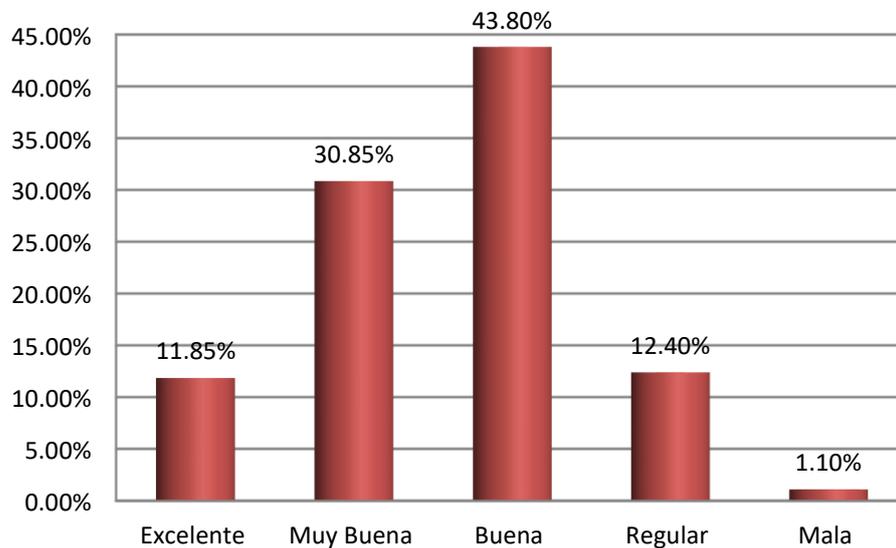


Figura 25. Perspectiva de la calidad de vida del propietario

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 25.

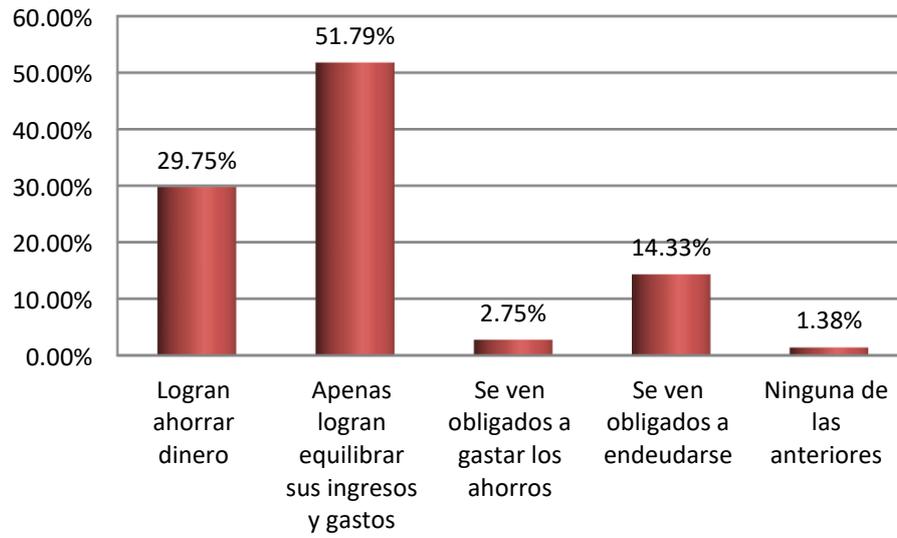


Figura 26. Situación económica actual en el hogar.

Nota: Los datos fueron tomados de las encuestas de los propietarios de las mipymes de la provincia del Carchi (2019).

Anexo 26.



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DUEÑOS DE LAS MYPIMES



Objetivo: Analizar la influencia de las mipymes del sector comercial en el desarrollo socio económico de la Provincia del Carchi, periodo 2014-2018.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una (x) en la casilla que usted crea conveniente.

NOTA: Los datos de esta investigación son confidenciales y únicamente con fines académicos.

Formulario N°:

DATOS INFORMATIVOS

Género		Edad		Cantón	
GÉNERO	SELECCIÓN	EDAD	SELECCIÓN	CANTÓN	SELECCIÓN
Masculino		20 a 30 años		Tulcán	
Femenino		31 a 40 años		Bolívar	
LGBTI		41 a 50 años		Espejo	
		51 a 60 años		Mira	
		61 a 70 años		Montúfar	
		71 a 80 años		San Pedro de Huaca	

TAMAÑO DE LA EMPRESA

1. ¿Con cuántos empleados dispone su negocio actualmente?

NÚMERO DE EMPLEADOS	SELECCIÓN
1 a 9	
10 a 49	
50 a 99	
100 a 199	
No tiene empleados	

PARTICIPACIÓN EN VENTAS

2. Seleccione el nivel de ingresos anuales que percibe su negocio.

INGRESOS	SELECCIÓN
1 USD a 100.000 USD	
100.001 USD a 1.000.000 USD	
1.000.001 USD a 2.000.000 USD	
2.000.001 USD a 5.000.000 USD	
5.000.001 USD en adelante	

4. ¿Cómo considera es el nivel de endeudamiento de su negocio?

ENDEUDAMIENTO	SELECCIÓN
Muy Bajo	
Bajo	
Medio	
Alto	
Muy Alto	
No tiene endeudamiento	

3. Escriba el porcentaje de crecimiento o decrecimiento de sus ventas en los siguientes años:

AÑOS	VENTAS
2009	
2010	
2011	
2012	
2013	
2014	
2015	
2016	
2017	
2018	

5. ¿Cómo considera que es la rentabilidad de su negocio?

RENTABILIDAD	SELECCIÓN
Muy Baja	
Baja	
Media	
Alta	
Muy Alta	

Figura 27. Formato de encuesta parte 1

Nota. Las preguntas fueron elaboradas en base al INEC, DIEE y mediante la utilización de escalas de Likert

Anexo 27



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING
DESAFÍOS DE LAS MIPYMES



6. ¿Cuáles son las barreras que impiden el crecimiento de su negocio? (Seleccione 1)

FACTORES	SELECCIÓN
Capital insuficiente	
Devaluación del peso Colombiano	
Competencia	
Administración ineficiente	
Ubicación geográfica	
Inestabilidad económica del país	
Todas las anteriores	

ACTIVIDAD COMERCIAL

7. Seleccione el tipo de actividad comercial que realiza en su negocio.

7.1. COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	SELECCIÓN
Venta de vehículos automotores	
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores	
Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos	
Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas	

7.2. COMERCIO AL POR MAYOR	SELECCIÓN
Venta de materias primas agropecuarias y animales vivos (flores, cereales, pieles, forraje, frutos y semillas)	
Venta de alimentos, bebidas y tabacos	
Venta de textiles, prendas de vestir y calzado	
Venta de otros enseres domésticos (electrodomésticos; perfumería; farmacéuticos; cosméticos; instrumentos; artículos de madera, cuero, porcelana, limpieza; juguetes)	
Venta de maquinarias, equipos y materiales.	
Venta de combustibles, metales y materiales para la construcción	
Venta de desperdicios, desechos y chatarra.	

7.3. COMERCIO AL POR MENOR	SELECCIÓN
Venta de alimentos, bebidas y tabaco	
Venta de combustibles para vehículos automotores	
Venta de equipos de información y de comunicaciones (computadoras, videos, equipo de sonido)	
Venta de otros enseres domésticos (textiles, ferretería, pintura, tapices, alfombras, productos de vidrio)	
Venta de productos culturales y recreativos	
Venta de otros productos (Prendas de vestir, calzado, productos farmacéuticos, carnicerías, artículos de segunda mano, cosméticos, flores, equipo fotográfico, panadería mascotas)	
Venta de alimentos, bebidas y tabaco en puestos de venta y mercados	
Venta de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y mercados	
Venta de otros productos en puestos de venta y mercados	

7.4. COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	SELECCIÓN
Venta de materias primas agropecuarias y animales vivos (flores, cereales, pieles, forraje, frutos y semillas)	
Venta de alimentos, bebidas y tabacos	
Venta de textiles, prendas de vestir y calzado	
Venta de otros enseres domésticos (electrodomésticos; perfumería; farmacéuticos; cosméticos; instrumentos; artículos de madera, cuero, porcelana, limpieza; juguetes)	
Venta de maquinarias, equipos y materiales.	
Venta de combustibles, metales y materiales para la construcción	
Venta de desperdicios, desechos y chatarra.	
Venta de otros productos (Prendas de vestir, calzado, productos farmacéuticos, artículos de segunda mano, cosméticos, flores, equipo fotográfico, mascotas)	

Figura 28. Formato de encuesta parte 2

Nota. Las preguntas fueron elaboradas en base al INEC, DIEE y mediante la utilización de escalas de Likert

Anexo 28



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



8. Su negocio se ve afectado por la competencia :
(Seleccione 1)

COMPETIDORES	SELECCIÓN
Local	
Regional	
Nacional	
Extranjera (Colombia)	
Ninguna de las anteriores	

INDICE DE DESARROLLO HUMANO

9. ¿Qué tipo de vivienda posee?

TIPO DE VIVIENDA	SELECCIÓN
Casa o villa	
Departamento	
Cuarto (s) en casa de inquilinato	
Mediagua	
Rancho	
Covacha	
Choza	

10. La vivienda que ocupa su familia es:

VIVIENDA	SELECCIÓN
En arriendo	
Anticresis	
Anticresis y arriendo	
Propia y totalmente pagada	
Propia y la está pagando	
Recibida por servicios	
Familiar	
Prestada	

11. ¿Usted. Con que frecuencia se realiza chequeos médicos?

ATENCIÓN MÉDICA	SELECCIÓN
1 vez al mes	
Cada 3 meses	
Cada 6 meses	
Cada 9 meses	
Cada año	
Cada que lo requiera	

12. ¿Cuántos integrantes de su hogar tienen empleo fuera del negocio?

EMPLEO	SELECCIÓN
1 a 2	
3 a 4	
5 a 6	
7 a 8	
Ninguno	

13. ¿De cuántos integrantes está conformado su hogar?

INTEGRANTES DEL HOGAR	SELECCIÓN
1 a 2	
3 a 4	
5 a 6	
7 a 8	
8 o más	

14. ¿Qué edad tiene el miembro de la familia más longevo (persona de edad avanzada)?

FAMILIAR LONGEVO	SELECCIÓN
50 a 60 años	
61 a 70 años	
71 a 80 años	
81 a 90 años	
91 a 100 años	
Más de 100	

15. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales percibidos en su hogar?

INGRESOS DEL HOGAR	SELECCIÓN
Menor a 394	
394 a 600	
601 a 800	
801 a 1000	
1001 a 1200	
Mayor a 1200	

16. En cuánto estima usted el monto mínimo mensual que requiere su hogar para vivir bien?

MONTO PARA VIVIR BIEN	SELECCIÓN
394 a 600	
601 a 800	
801 a 1000	
1001 a 1200	
Mayor a 1200	

Figura 29. Formato de encuesta parte 3

Nota. Las preguntas fueron elaboradas en base al INEC, DICE y mediante la utilización de escalas de Likert

Anexo 29



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING



17. ¿Su hogar cuenta con todos los servicios necesarios para vivir bien?

SERVICIOS DEL HOGAR	SELECCIÓN
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

19. Con los ingresos que percibe en su hogar.

Usted estima que su nivel de vida es:

CALIDAD DE VIDA	SELECCIÓN
Muy bajo	
Bajo	
Medio	
Alto	
Muy Alto	

18. ¿Cuál es su nivel de educación?

EDUCACIÓN	SELECCIÓN
Pre escolar	
Primaria	
Secundaria	
Superior	
Posgrado	

20. ¿En la actual situación económica de su hogar?

(Seleccione 1)

SITUACIÓN ECONÓMICA	SELECCIÓN
Logran ahorrar dinero	
Apenas logran equilibrar sus ingresos y gastos	
Se ven obligados a gastar los ahorros	
Se ven obligados a endeudarse	
Ninguna de las anteriores	

CONTROL OPERATIVO

<i>Firma del Tutor</i>	<i>Firma del Encuestado</i>	<i>Firma del Encuestador</i>
<i>Fecha</i>	<i>Fecha :</i> <i>Cel. _</i>	<i>Fecha</i>

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Figura 30. Formato de encuesta parte 4

Nota. Las preguntas fueron elaboradas en base al INEC, DIEE y mediante la utilización de escalas de Likert

Anexo 30.

Entrevista N°1.

Entrevistado: Gustavo Ayala (Jefe de Desarrollo Económico y social del GAD municipal de Tulcán)

1) De acuerdo a su criterio. ¿Dentro de la provincia del Carchi la mayor parte de las empresas son micro, pequeñas o grandes y por qué?

En la provincia del Carchi la mayor parte de empresas son micro, debido a que su creación nace por necesidad de generar ingresos individuales y de carácter familiar, otro grupo de empresas dentro de la provincia son las pequeñas y estas son las quienes están posicionadas dentro del mercado y cuentan con varias sucursales dentro de la región.

La presencia de grandes empresas es casi nula debido a la situación crítica que atraviesa la provincia actualmente, nadie quiere invertir y quienes lo hacen no logran obtener los resultados esperados.

2) ¿Cuáles considera son las desventajas que tienen las mipymes del sector comercial en la provincia del Carchi?

Una de las principales desventajas que tienen las mipymes es la falta de capital para poder invertir en sus negocios. De la misma manera, la escasa amabilidad con la que se trata al cliente es un factor que se ve reflejado en el bajo nivel de ventas de estos negocios.

Por otro lado, la inestabilidad económica el país también ha afectado considerablemente a la economía de la provincia, debido a que no se han implementado leyes en beneficio de la provincia, que al estar ubicada en zona fronteriza también se ve expuesta a la devaluación del peso colombiano. Por lo tanto, gran parte de clientes prefieren comprar en el lado colombiano por la comodidad de los precios.

3) ¿Cuáles son los productos más demandados del sector comercial y como estas empresas participan en el mercado?

De acuerdo a las cifras establecidas mediante un diagnostico territorial realizado por el GAD municipal de Tulcán, las microempresas se dedican a actividades pequeñas como tiendas de abarrotes, miro mercados, calzado, panaderías, artesanías, es decir, negocios que implican una inversión pequeña y que también cubren y un sector de mercado local o familiar.

4) ¿Qué estrategias deben implementar las mipymes del sector comercial para mejorar sus volúmenes de venta?

Algunas estrategias que deberían implementar las mipymes son el abaratamiento de costos y realización de ofertas para atraer clientes que actualmente compran en el lado colombiano y no se quedan en la localidad. Estas ofertas deben ir acompañadas de un asesoramiento de técnicos e instituciones públicas para atraer mercado, de tal forma que los comerciantes logren vender sus productos y ser competitivos con lugares aledaños.

Otra de las estrategias que se deben implementar es una capacitación permanente referente a las relaciones humanas y atención al cliente, para que los propietarios entiendan que dependen de los clientes para incrementar las ventas y los traten con amabilidad, cortesía y como ellos se merecen.

De esta forma la población carchense observe que hay un cambio en este sector, logrando marcar una diferencia para que los ciudadanos regresen a comprar y puedan recomendar los sitios para ganar mayor cantidad de clientes.

5) ¿Qué proyección considera usted van a tener las mipymes del sector comercial?

La economía del país es complicada, puesto que tiene un déficit de aproximadamente 6 mil millones de dólares, lo cual se irradia en todas las provincias del país. Por lo tanto, la economía del año 2020 será también complicada para nuestra provincia y el sector comercio. Sin embargo, las mipymes no deben decaer, por el contrario, deben implementar las estrategias necesarias para que puedan proyectarse de la mejor manera, mantenerse competitivas en el mercado y puedan crecer poco a poco.

Las proyecciones no son tan halagadoras. No obstante, los habitantes carchenses somos emprendedores, en situaciones críticas siempre miramos las fortalezas respectivas para salir adelante y poner todo el empeño para trabajar decididamente y solventar las situaciones un tanto negativas que puedan presentarse.

Quienes podemos observar la situación económica de nuestra provincia, podemos determinar que se van a dar situaciones críticas, pero no desalentadoras, más bien todo el apoyo de las instituciones públicas estará presto para capacitar e impulsar planes de negocio y atención al cliente para darles un impulso y sus negocios vayan creciendo permanentemente.

6) ¿Cómo considera que se encuentran las micro, pequeñas y medianas empresas de la localidad en relación a la competitividad que presentan en la actualidad?

Actualmente las mipymes no están siendo competitivas debido a los elevados costos que estas manejan en mano de obra y en la comercialización de los productos. Además, el cambio diferencial que tenemos con el hermano país de Colombia genera aún más que las nuestras mipymes no sean competitivas. De la misma manera, debemos tomar en cuenta que la provincia del Carchi fue declarada como zona deprimida en el año 2015 y para ello no se han tomado las medidas necesarias para erradicar la situación y salir de este calificativo.

Hasta la actualidad no se ha observado que exista de parte del gobierno un apoyo decidido, tanto en el aspecto económico como social para que se impulse y dinamice la economía carchense y su desarrollo.

Por otro lado, la implementación de la canasta comercial transfronteriza ha favorecido a un sector determinado, mas no a la totalidad de los comerciantes y solo quienes han tenido una capacidad económica para poder realizar estas adquisiciones lograron acogerse a esta medida. No obstante, los pequeños negocios no han tenido la oportunidad de beneficiarse de esta medida por lo explicado anteriormente. Por ende, esta medida no ha sido efectiva porque las cifras no son alentadoras y no se ha cubierto con todas las expectativas.

Lo recomendable sería que a los pequeños y medianos comerciantes se les apoye con un crédito en condiciones favorables, a través de la banca pública a largo plazo y a tasas muy bajas de interés, lo cual permita tener un capital a este sector que les permita importar los artículos y comercializarlos en nuestra localidad.

El Estado le queda debiendo a este sector, ya que no ha dado el impulso necesario y correspondiente para que se pueda dinamizar la economía en la provincia.

7) Considera que las mipymes de la localidad generan el empleo necesario para los ciudadanos.

Las mipymes no están generando el empleo necesario para los ciudadanos, puesto que la mayoría de las empresas son micro, es decir estarían contratando máximo a una persona, por ende, el empleo no tiene el dinamismo deseado.

En la provincia del Carchi lamentablemente no tenemos grandes empresas, no tenemos industrias que son las generadoras del empleo. Las pequeñas industrias no pueden hacer más

que contratar a personal por temporadas para que estos sean quienes les ayuden a desarrollar su negocio, pero debido a las condiciones económicas de estos pequeños negocios no pueden contratar personal de manera permanente.

Esta situación también se da porque la mayoría de mipymes son de carácter familiar, por lo tanto, se genera empleo para el círculo familiar y no lo abren para personas particulares.

8) Según su criterio como considera que se encuentra la economía de la provincia del Carchi.

La economía de la provincia es bastante crítica, así como también es crítica la economía del país. Dentro de este contexto, las instituciones públicas buscan generar dinamismo al hacer obras, puesto que requieren contratar a personal de la localidad y hacer uso de varios servicios como transporte y alimentación. Esto se ve reflejado en la economía, pues se abarcan a todos los sectores. Sin embargo, no ha sido suficiente, ya que varias provincias del país también se ven afectadas por los problemas económicos del país.

La provincia del Carchi se encuentra en mayor desventaja que otras provincias, por la devaluación del peso colombiano, lo cual hace que los precios sean mucho más bajos que en nuestra localidad, lo cual atrae a los ecuatorianos afectando de manera directa nuestra economía.

9) De acuerdo a lo anterior, desde su campo de acción que soluciones propondría para mejorar dicha situación.

Las soluciones que está planteando el gobierno local para que se intente impulsar el desarrollo a nivel del territorio y a nivel de la provincia es buscar otras alternativas de crecimiento de parte de nuestra provincia. Existe un proyecto emblemático como es el polo de desarrollo a nivel del cantón Tulcán en donde se está invitando a empresas nacionales e internacionales a que observen a una provincia en donde se puede hacer una inversión, para que las industrias vengan y coloquen sus sedes para generar empleo para bien de la colectividad.

También se busca que las empresas extranjeras puedan invertir dentro de la provincia y así mismo generar nuevas oportunidades para la juventud, para los profesionales e implementar estrategias que permitan rescatar la cultura y tradiciones de nuestra localidad para atraer a los turistas que también es un sector muy importante dentro de nuestra provincia

Anexo 31.

Entrevista N°2.

Entrevistado: Galo Mafla (Comisario Municipal del Cantón Tulcán)

1) De acuerdo a su opinión la mayoría de empresas en la provincia del Carchi son micro, pequeñas o medianas o grandes empresas

En el Cantón Tulcán específicamente no existen industrias ni empresas grandes, pero sin embargo se pueden rescatar a la industria pasteurizadora Quito y las empresas de transporte, pero comercialmente no hay ni grandes ni medianas, teniendo en cuenta que el comercio se lo realiza con micro empresas, las cuales se dedican a vender algunos artículos específicamente.

2) Cuáles considera son las desventajas que tienen las mipymes del sector comercial de la provincia del Carchi

Existen tres desventajas desde el punto de vista del Sr Galo Mafla, partiendo desde lo económico, puesto que existen emprendimientos de los cuales las personas se mantienen, pero no han accedido a créditos para hacer crecer sus negocios. La segunda desventaja es la baja capacidad de comercializar el producto a mayor rango, dado que no tienes acuerdos con supermercados del interior del país por lo cual no puede un emprendedor poner sus productos en perchas y la tercera desventaja es la mente del emprendedor, puesto que no lleva más allá su emprendimiento como la industrialización tal vez por motivos de capital insuficiente u otros aspectos más.

Además, está incluida la desventaja de la ubicación geográfica donde se encuentra la provincia, al ser zona de frontera lo que afecta es la devaluación del peso colombiano, encontrando en el hermano país productos con bajos costos en comparación a nuestros productos ecuatorianos, provocando baja competitividad de las microempresas carchenses.

3) Cuáles son los productos más demandados del sector comercial y como estas empresas participan en el mercado

Los productos más demandados son los productos alimenticios, ropa, calzado, tecnología.

4) Qué estrategias deben implementar las mipymes de este sector para aumentar sus volúmenes de ventas

En la actualidad es difícil para estas empresas de la provincia por tantas dificultades que se les presenta, principalmente lo que se debería hacer es cambiar la mentalidad de los emprendedores, sacar mejores beneficios económicos a los productos que se posee, los mismos que puedan ser representativos a nivel nacional.

5) Qué proyección tendrán las mipymes de sector comercial para el año 2020

Las barreras seguirán presentes para estas mipymes, por ser zona de frontera afecta la moneda muy rígida que tiene el país, dar un paso adelante cambiando la moneda la cual se la pueda devaluar y poder competir con el hermano país Colombia,

6) ¿Cómo considera que se encuentran las mipymes en la relación a la competitividad que presentan en la actualidad?

Al no tener empresas que comercialmente puedan competir, hace muy difícil llegar a otra ciudad u otro país, se sabe que se está llevando productos alimenticios de primera necesidad para otros países, tales como arroz, azúcar, sin embargo, otros alimentos como lácteos, productos agrícolas se siente invadida la provincia por productos que vienen de otros países,

7) ¿Considera que las mipymes de la localidad están generando empleo para los ciudadanos?

Las micro y medianas empresas de alguna manera emplean mano de obra, sin embargo, no se apegan a la ley con respecto al sueldo, pero en bajos porcentajes solucionan la demanda de mano de obra de la provincia.

8) ¿Según su criterio como se encuentra la economía de la provincia del Carchi?

La economía de la provincia está cruzando por una crisis, según análisis y estadísticas de cooperativas y bancos de alguna manera lo han demostrado.

9) ¿Con respecto a la pregunta anterior, desde su campo de acción que medidas tomaría para mejor esta situación?

Primeramente, que exista desde el gobierno central una verdadera política con la cual se pueda potencializar a todas estas empresas en las formas como presentación, comercialización, e industrialización de dichos productos en cuestión, que estas políticas, además que las universidades ayuden con el conocimiento necesario a los estudiantes para sacar adelante los emprendimientos.

Anexo 32.

AÑOS	VENTAS	PIB COMERCIO CARCHI
2009	91622,43	119663
2010	95985,40	126409
2011	100348,37	120047
2012	113437,29	167813
2013	122163,23	153036
2014	126526,21	162248
2015	109074,32	143447
2016	104711,34	124022
2017	123908,42	156152
2018	109946,91	156429

Figura 31. Datos serie longitudinal

Nota. Para este cálculo se tomaron datos del Banco Central del Ecuador y de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes (2019).

Anexo 33.

MATRIZ DE CORRELACIONES

	pibcomerci	ventas	peaendro	pea
pibcomerci	1,00			
ventas	0,84	1,00		

REGRESION (MODELO 1: CORRELACION TODAS VARIABLES)

Source	SS	df	MS		Number of obs	10
					F(1, 8)	19,42
Model	2229000000	1	2,2290e+09		Prob > F	0,00230
Residual	918238419	8	114779802		R-squared	0,70820
					Adj R-squared	0,67180
Total	3147200000	9	349692488		Root MSE	10714,00000

pibcomercio	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf. Interval]	
ventas	1,319	0,2992	4,41	0,002	0,6286	2,01
_cons	-1821,438	33020,90	-0,06	0,957	-77967,77	74324,89

Figura 32. Cálculo Regresión Lineal

Nota. Para este cálculo se tomaron datos del Banco Central del Ecuador y de las encuestas aplicadas a los propietarios de las mipymes (2019).



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: AMANDA ELIZABETH CAICEDO QUISTANCHALA **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401771373
NIVEL/PARALELO: TITULACION **PERIODO ACADÉMICO:** Oct 2019-Feb 2020

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, período 2014-2018"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. BASTIDAS GUERRÓN JEANETH LUCÍA
LECTOR: MSC. SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE
ASESOR: MSC. EVELYN MARLENE CURIEL LÓPEZ

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 112
FECHA: miércoles, 11 de marzo de 2020
HORA: 9H15

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6,20
 2) Trabajo escrito 2,60
Nota final de PRE DEFENSA 8,80

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el miércoles, 11 de marzo de 2020



JEANETH LUCIA
 BASTIDAS
 GUERRON

MSC. BASTIDAS GUERRÓN JEANETH LUCÍA

PRESIDENTE



EVELYN
 MARLENE
 CURIEL LOPEZ

MSC. EVELYN MARLENE CURIEL LÓPEZ

TUTOR



LUIS ENRIQUE
 SANIPATIN
 PONCE

MSC. SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE

LECTOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: IMBACUAN NAVARRO ALEXANDRA ESTHEFANIA **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401849690
NIVEL/PARALELO: TITULACION **PERIODO ACADÉMICO:** JUM-SEP 2020

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socioeconómico de la provincia del Carchi, periodo 2014 - 2018"

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC.JANETH BASTIDAS GUERRÓN
LECTOR: MSC. SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE
ASESOR: ECO. EVELYN CURIEL

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 112
FECHA: miércoles, 11 DE MARZO 2020
HORA: 09H15
Obteniendo las siguientes notas:
1) Sustentación de la predefensa: 6,20
2) Trabajo escrito: 2,60
Nota final de PRE DEFENSA: 8,80

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el miércoles, 11 DE MARZO 2020


JANETH LUCIA
BASTIDAS
GUERRON
MSC.JANETH BASTIDAS GUERRÓN
PRESIDENTE


EVELYN
MARLENE
YÁÑEZ LÓPEZ
TUTOR


LUIS ENRIQUE
SANIPATIN
PONCE
MSC. SANIPATIN PONCE LUIS ENRIQUE
LECTOR



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ESSAY EVALUATION SHEET				
NAME: Caicedo Quistanchala Amanda Elizabeth Imbacuán Navarro Alexandra Esthferanía DATE: 27 de agosto de 2020 TOPIC: Análisis de las mipymes del sector comercial y su influencia en el desarrollo socio-económico de la provincia del Carchi, periodo 2014-2018				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Caicedo Quistanchala Amanda Elizabeth

Imbacuán Navarro Alexandra Esthefania

Fecha de recepción del abstract: 27 de agosto de 2020

Fecha de entrega del informe: 27 de agosto de 2020

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.



▲ Edison Boanerges Peñafiel Arcos
COORDINADOR CENTRO DE IDIOMAS

☎ (04) 2224079 - 2224080
Caj. 1940
● Calle Arizana y Av. Universitaria
🌐 www.upec.edu.ec



Revisor: Ing. Edison Peñafiel Arcos