



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

TÍTULO DEL PROYECTO

La Nueva Matriz Productiva y su incidencia en el Fortalecimiento de los
Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015

AUTORAS:

Márquez Aristega Jeniffer Karolina

Morales Barros Andrea Viviana

MILAGRO, MARZO 2015

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por Jeniffer Karolina Márquez Aristega y Andrea Viviana Morales Barros previo a la obtención del título de INGENIERO COMERCIAL y que acepto tutorías a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, MARZO DEL 2015

.....
MAE. Xiomara Leticia Zúñiga Santillán
C.I. 0914675566

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, MARZO DEL 2015

Jeniffer Karolina Márquez Aristega

Andrea Viviana Morales Barros

Firma de la egresada

CI: 094031117-8

Firma de la egresada

CI: 092939016-9

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial en otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

| | |
|--------------------|-----|
| MEMORIA CIENTÍFICA | () |
| DEFENSA ORAL | () |
| TOTAL | () |
| EQUIVALENTE | () |

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado primeramente a Dios, ya que gracias a él que me brindo sabiduría e inteligencia durante todo el tiempo de mis estudios; a mis padres Klever Márquez y Alemania Aristega por el apoyo incondicional, sus consejos y su amor, siempre cultivando mis anhelos y propósitos siendo mi mayor apoyo en todo momento; a mis hermanos que con su cariño me impulsaron a que día a día siga adelante con mis estudios, para así poder salir adelante en un futuro. De igual manera a mis amigos quienes me brindaron su ayuda desinteresada durante todo el transcurso de la carrera.

Jeniffer Karolina Márquez Aristega

Firma del egresado (a)

CI: 094031117-8

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado primeramente a Dios, ya que con ayuda de él he podido lograr mis metas propuestas dándome su don de sabiduría e inteligencia durante todo este transcurso de mis estudios; a mis padres Narcisa Barros y Pedro Morales por el apoyo incondicional, sus consejos y su amor, siempre cultivando mis anhelos y propósitos siendo mi apoyo incondicional en todo momento; a mis hermanas que con su cariño me impulsaron a que día a día siga adelante con mis estudios, para así poder salir adelante en un futuro, a mi esposo Roger Banchón que con su amor y paciencia me han ayudado en el logro del mismo y a mi hija que ha sido mi inspiración dándome fortaleza. De igual manera a mis amigos quienes me brindaron su ayuda desinteresada durante todo el transcurso de la carrera.

Andrea Viviana Morales Barros

Firma del egresado (a)

CI: 092939016-9

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres que gracias a ellos estamos logrado una de las metas más importantes de nuestras vidas, a nuestros docentes de la Universidad Estatal de Milagro un agradecimiento total y sincero que día con día nos regalaron conocimientos de mucho importancia para ayudarnos a ser unas profesionales de éxito, a la MAE. Xiomara Zúñiga Santillán que contribuyo mucho en la culminación de este proyecto de manera exitosa

Jeniffer Karolina Márquez Aristega

Andrea Viviana Morales Barros

Firma de la egresada

CI: 094031117-8

Firma de la egresada

CI: 092939016-9

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ing. Fabricio Guevara Viejó, MSc.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “La Nueva Matriz Productiva y su incidencia en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014”, y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, MARZO DEL 2015

Jeniffer Karolina Márquez Aristega
CI: 094031117-8

Andrea Viviana Morales Barros
CI: 092939016-9

PÁGINAS PRELIMINARES

| | |
|------------------------------------------------------|------|
| Página de carátula o portada | i |
| Página de constancia de aceptación por el tutor | ii |
| Página de declaración de autoría de la investigación | iii |
| Página de certificación de la defensa (calificación) | iv |
| Página de dedicatoria | v |
| Página de agradecimiento | vi |
| Página de cesión de derechos del autor a la UNEMI | vii |
| Índice General | viii |
| Índice de cuadros | xii |
| Índice de figuras | xvii |
| Resumen | xx |

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I

| | |
|-----------------------------------------------------|-------------|
| EL PROBLEMA | Pág. |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | |
| 1.1.1 Problematización | 2 |
| 1.1.2 Delimitación del problema | 4 |
| 1.1.3 Formulación del problema de investigación | 4 |
| 1.1.4 Sistematización del problema de investigación | 5 |
| 1.1.5 Determinación del tema | 5 |
| 1.2 OBJETIVOS | 6 |
| 1.2.1 Objetivo General | 6 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 6 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN | 6 |

CAPÍTULO II

| | |
|----------------------------------|-------------|
| MARCO REFERENCIAL | Pág. |
| 2.1 MARCO TEÓRICO | 9 |
| 2.1.1 Antecedentes históricos | 9 |
| 2.1.2 Antecedentes referenciales | 12 |
| 2.1.3 Fundamentación | 16 |

| | |
|-----------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3.1 Fundamentación Científica ----- | 16 |
| 2.2 MARCO LEGAL ----- | 47 |
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL----- | 53 |
| 2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES----- | 55 |
| 2.4.1Hipótesis General ----- | 55 |
| 2.4.2 Hipótesis particulares ----- | 55 |
| 2.4.3Declaración de variables ----- | 56 |
| 2.4.4Operacionalización de las variables----- | 57 |

CAPÍTULO III

| MARCO METODOLÓGICO | Pág. |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL ----- | 59 |
| 3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA ----- | 61 |
| 3.2.1 Características de la Población----- | 61 |
| 3.2.2Delimitación de la población----- | 61 |
| 3.2.3Tipo de muestra ----- | 62 |
| 3.3LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS ----- | 65 |
| 3.3.1 Métodos teóricos ----- | 66 |
| 3.3.2Métodos empíricos----- | 67 |
| 3.3.3Técnicas e instrumentos ----- | 67 |
| 3.4PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACIÓN----- | 67 |

CAPÍTULO IV

| ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS | Pág. |
|------------------------------------------------------------------|-------------|
| 4.1 Análisis de la situación actual ----- | 68 |
| 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS -- | 93 |
| 4.3 RESULTADOS ----- | 96 |
| 4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.----- | 99 |

CAPÍTULO V

| PROPUESTA | Pág. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 5.1 TEMA ----- | 101 |
| 5.2 FUNDAMENTACIÓN ----- | 101 |
| 5.3 JUSTIFICACIÓN ----- | 112 |
| 5.4 OBJETIVOS ----- | 113 |
| 5.4.1 Objetivo general ----- | 113 |
| 5.4.2 Objetivos específicos ----- | 113 |
| 5.5 UBICACIÓN ----- | 114 |
| 5.6 FACTIBILIDAD ----- | 114 |
| 5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA ----- | 115 |
| 5.7.1 Actividades ----- | 116 |
| 5.7.1.1 Ambiente interno y externo en que se desenvuelven las PYMES del cantón Milagro ----- | 116 |
| 5.7.1.2 Nivel de atractividad del mercado de las PYMES, mediante el uso de la herramienta de 5 Fuerzas de Porter ----- | 124 |
| 5.7.1.3 Objetivos estratégicos en base a factores de: outsourcing, know how, poder de mercado y comportamiento de consumidores ----- | 128 |
| 5.7.1.4 Detalle de las estrategias y clasificación de las mismas en base a los aspectos de competitividad: liderazgo de costes, diferenciación y enfoque; y, crecimiento: intensivo, integrado y diversificado ----- | 129 |
| 5.7.1.5 Operatividad de las estrategias definiendo indicadores de control o monitoreo ----- | 134 |
| 5.7.2 Recursos, análisis financiero ----- | 144 |
| 5.7.3 Impacto ----- | 151 |
| 5.7.4 Cronograma ----- | 152 |
| 5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta ----- | 153 |
| CONCLUSIONES ----- | 154 |
| RECOMENDACIONES ----- | 155 |
| BIBLIOGRAFIA ----- | 156 |
| ANEXOS ----- | 160 |

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo está enfocado al estudio de la Nueva Matriz Productiva y su incidencia en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, para lo cual se planteó como problema principal el cual se representó con una pregunta; ¿De qué manera la Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015?. Se establecieron los subproblemas los cuales fueron descritos a través del trabajo de observación realizado por las investigadoras, los cuales consistieron en preguntas que mencionan los sectores priorizados por la matriz productiva y su influencia en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES, la medida política de sustentación de importaciones en la producción de estas organizaciones, los incentivos generales planteados en la matriz productiva inciden en la tecnología productiva y el marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro. Subproblemas de los cuales se plantearon los objetivos e hipótesis general y particulares. Dentro de este trabajo se estableció la metodología de la investigación en donde se determinó como universo objeto de estudio las pymes que se encuentran domiciliadas en esta localidad, se utilizó como técnica investigativa una encuesta, de la cual se extrajo información relevante la misma que fue tabulada y analizada, pudiendo entonces verificar las hipótesis establecidas, proponiendo como propuesta de solución ante la problemática planteada el Diseño de un Manual de Procedimientos para las actividades productivas de las PYMES (servicios y manufactureras) del Cantón Milagro, a través de la cual se presentó una descripción de la actividad empresarial y de las actividades productivas, se estableció el alcance de cada actividad seleccionada, esquematización Flujogramas los procesos establecidos, se desarrolló el presupuesto sobre el costo de la propuesta y por último se determinó los beneficios que se generarán con la propuesta frente al costo de la misma. Con este trabajo propuesto se espera potencializar las actividades comerciales de las pymes del cantón Milagro.

Palabras claves: Matriz productiva Fortalecimiento Productividad
Procesos productivos Manual.

ABSTRACT

The development of this work is focused on the study of the New Matrix Production and Its Impact on Production Processes Strengthening SME Canton Milagro, for which he was raised as a major problem which is represented with a question; How the New Matrix affects Productive Capacity of Production Processes of SMEs Milagro Canton, 2014-2015 ?. Subproblems which were described Teves of observational work done by the researchers were established, which consisted of questions that mention the sectors prioritized by the productive matrix and its influence on the types of products / services offered by SMEs, the measure Import policy support in the production of these organizations, the general incentives outlined in the productive matrix affect the production technology and the legal framework of the productive matrix supports production stages of SMEs Canton Milagro. Subproblems which the objectives and general and particular hypotheses were raised. In this paper the research methodology where it was determined as the universe under study SMEs who are domiciled in this town, a survey was used as a research technique which relevant information is extracted the same as was tabulated established and analyzed and can then verify the established hypothesis, proposing as a proposed solution to the problem posed Design of a Manual of Procedures for the productive activities of SMEs (services and manufacturing) Canton Miracle, through which provided an Description of business and production activities, the scope of each activity, flowcharts outlining the processes established was established, estimate the cost of the proposal was developed and finally the benefits that will be generated with the proposed front was determined the cost of it. With this proposed work is expected to potentiate the business activities of SMEs in the canton Milagro.

Keywords: Matrix Strengthening productive Productivity Manual Production processes.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo esta direccionado al estudio de las pymes manufactureras de cantón Milagro, tomando en consideración la Nueva Matriz Productivas, para el fortalecimiento de sus procesos productivos, para de esta manera potencializar sus gestiones internas y externos, incrementando así sus niveles de rentabilidad dentro de este mercado competitivo.

La importancia de fortalecer a las pymes en base a lo que establece LA Nueva Matriz Productiva es la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología. (LUNA OSORIO, Luis, 2013) Incluyendo la valoración de aspectos cualitativos referidos al ambiente político, económico, social y tecnológico en el que se produce, del tipo de los que utiliza el Foro Económico Mundial para medir la competitividad de los países. (LUNA OSORIO, Luis, 2013). Este cambio permitirá generar nuestra riqueza basados no solamente en la explotación de nuestros recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población. (LUNA OSORIO, Luis, 2013)

El Aporte al desarrollo de las Pymes manufactureras es fortalecer sus procesos productivos a través de estrategias documentadas direccionadas a los objetivos de la Nueva Matriz Productiva, puesto que estas organizaciones poseen un gran potencial para generar producción, ingresos y empleos. Esto les permitirá constituirse en un indicador de desarrollo para el país, permitiendo entonces potencializar sus gestiones en este mercado competitivo. Dentro de este trabajo se desarrollaron aspectos relevantes que ayudaron a establecer información relevante para fundamente el trabajo y de esta manera verificar las hipótesis planteadas, las cuales fueron verificadas en el proceso de encuesta relajada a las pymes del cantón Milagro. De donde se extrajo información relevante que permitió determinar la propuesta de solución, la misma que consistió en diseñar un manual de procedimientos productivos, con el fin de elevar su productividad en este mercado.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

Uno de los principales problemas de la economía es incrementar el aparato productivo de los países, a través del desarrollo de su sector empresarial, esto requiere inversiones en infraestructura, viabilidad, servicio y planes de negocios basados en la industria petrolera; sin embargo, no es fácil, se deben superar obstáculos como un ecosistema de emprendimiento, entorno de emprendimiento, la frágil alineación técnica basada en las necesidades de las organizaciones, los costes altos de energía.

En el caso de Ecuador sus problemas económicos radican en la baja del precio del petróleo, disminución de envío de dinero del extranjero, y la alza de precio de productos; sus empresas deben enfrentar una serie de obstáculos y problemas relacionados con las pymes, especialmente porque la economía se basa en inversión y proyectos, en relación a una matriz productiva que privilegió a las importaciones y llevando al país a exportaciones que consistían en inversiones.

La economía del país se encuentra en un momento de transición, requiriendo proyectos nuevos, un impulso es la Nueva Matriz Productiva que busca proyectos de

inversión., con la finalidad de superar problemas como falta de proyectos de inversión, falta de respaldo económico.

La nueva Matriz productiva en relación a las PYMES busca corregir inconvenientes como la falta de inversión a los proyectos, más plazas de trabajo, especialmente de sus procesos productivos que son débiles y presentan las siguientes características:

Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa, pero su administración puede ser empírica.

- Su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va desde uno hasta 250 personas.
- Utilizan poca maquinaria y equipo, se siguen basando más en el trabajo que en el capital.
- Dominan y abastecen un mercado local y regional.
- Están en proceso de crecimiento; la pequeña tiende a ser median y aspira a ser grande.
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del estado, que algunas veces se les considera en el régimen de pequeños contribuyentes, dependiendo de sus ventas y utilidades.

Entre los sub problemas que las PYMES enfrentan tenemos:

Los tipos de productos y servicios ofertados por las PYMES se caracterizan por ser tradicionales, no cubrir segmentos diferenciados y a su vez estar en desventaja de competir con empresas más relevantes que ofrecen diferenciación en valor agregado o en precio, lo que las ha llevado a perder clientes y a sumar nueva demanda que las fortalezca y permita su crecimiento.

Tradicionalmente el país se ha conocido por exportar materia prima, con una escasa contribución del talento humano ya que el Ecuador mantiene un gran número de importaciones de productos elaborados, que si bien es cierto se ayudaba al crecimiento del país, esto como resultado de una mano de obra poco especializada y sin formación para agregar valor a la producción.

La dependencia de la economía nacional se ha dado a base de la agricultura, olvidando el factor productivo y obviando el llegar a la industrialización del país, como respuesta a una falta de incentivos e impulsos de la política fiscal y crediticia que promueva la tecnificación, la misma que es escasa en las pequeñas empresas e incipiente en las medianas, poniéndolas en desventaja para competir en mercados internacionales e incluso en el nacional frente a los productos importados.

El marco legal que ha venido rigiendo en nuestro país no contemplaba el impulso a los pequeños y medianos negocios, se centraba en las empresas de gran tamaño e importancia, esto no permitía el desarrollo de nuevas industrias y detenía el desarrollo a nivel local, especialmente de ciudades menos importantes por su tamaño y capacidad para generar empleo.

Pronóstico: Las PYMES seguirán manteniendo los mismos problemas sino se efectúan cambios dentro del sistema productivo del país, se requiere de impulsos e incentivos, de lo contrario las empresas grandes terminarán sacándolas del mercado al no poder competir puesto que su capacidad de producción es mínima y con un deficiente nivel de tecnificación. De aquí la necesidad de tomar e implementar medidas de nivel económico, político y por ende legal en el andamiaje productivo ecuatoriano.

Control del Pronóstico: La Nueva matriz productiva propone los mecanismos que las PYMES requieren para su impulso y desarrollo, lo lamentable es que no se difundan y conozcan en un nivel más amplio, lo que impedirá aprovechar esas oportunidades

de crecimiento y desarrollo. Por ende, se requiere de investigaciones que aporten identificando la forma en que esta Matriz Productiva cambiará la realidad de las PYMES ecuatorianas y las convertirá en empresas con capacidad de competir a nivel nacional e internacional.

1.1.2 Delimitación del Problema

País: ECUADOR

Región: COSTA

Provincia: GUAYAS

Cantón: MILAGRO

Empresa: TODAS LAS PYMES DEL CANTON

Área: PROCESOS PRODUCTIVOS

1.1.3 Formulación del Problema

¿De qué manera la Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro?

¿En qué medida la política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro?

¿De qué forma los incentivos generales planteados en la matriz productiva inciden en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro?

¿De qué manera el marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro?

1.1.5 Determinación del Tema

La Nueva Matriz Productiva y su incidencia en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Determinar de qué manera la Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015, con la aplicación de una investigación que aplique técnicas de recolección de datos de primer orden, para aportar al sector productivo de la zona.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Establecer cómo los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro.
- Analizar en qué medida la política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro.
- Examinar de qué forma los incentivos generales planteados en la matriz productiva incide en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro.
- Indagar de qué manera el marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro.

1.3 JUSTIFICACION

El motivo de realizar el presente proyecto es ayudar a las PYMES en el mejoramiento de los procesos productivos a través de la matriz productiva. La matriz productiva ha presentado diversos cambios debido a que se desea que la producción nacional se diversifique esto comprende a los diferentes sectores

económicos y la diversidad de bienes de uso: el agroindustrial y el industrial. Esto incluye el lanzamiento del sector empresarial mediante la transmisión de mercados para que los nuestros productos sean exportados, de la misma manera en como se está realizando la promoción de los sectores de industrias de turismo y de la biodiversidad. Todo esto basado en la mejora científico tecnológico mediante el modelo de universidad que se ha propuesto: así esto ira en dirección al cambio de la matriz productiva, el perfeccionamiento endógeno con la finalidad de que se termine la habitual economía primaria exportadora del país.

Al conjunto de incluyen productos, procesos productivos, las relaciones sociales relacionados con los mismos se llama matriz productiva, estas distintas combinaciones dan como resultado un terminante circuito de técnicas para poder contribuir con el desarrollo de la economía del país ya que esta se ha caracterizado por ser productor de bienes primarios para el mercado internacional para cambiar la situación se necesita que el país produzca bienes con mayor valor agregado y transformados obteniendo así un incremento en sus ingresos.

Las Pymes son una base fundamental en este nuevo proyecto que se está implementando ya que la producción tanto de servicios y bienes no se restringe al desarrollo rigurosamente económicos o técnicos sino que se relaciona con todas las interrelaciones de los diferentes representantes que a su vez utilizan de manera más conveniente los recursos que se tienen a disposición para poner en curso sus actividades de producción.

El transformar la matriz pro ductiva es uno de los retos más importante que tiene el Ecuador ya que esto permitirá que el país supere el modelo actual de la generación de riquezas haciendo que los y las ecuatorianas pongan en práctica los conocimientos y sus capacidades para lograr llegar a la meta establecida en la matriz productiva.

Cambiar la matriz productiva significa poder generar empleos de calidad donde se pueda erradicar definitivamente la pobreza y llegar a alcanzar el Buen Vivir de todos

los ciudadanos, en donde la economía del Ecuador pase de finita a infinita, para eso se debe construir una economía de conocimiento y talento humano y por supuesto la post petrolera.

La matriz productiva se ve asegurada en su cumplimiento con la planificación del estado, la misma se inicia en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, documento donde se exponen objetivos, políticas y lineamientos estratégicos que guiarán el accionar del estado y quienes conforman su gobierno.

A continuación se exponen los objetivos del plan mencionado anteriormente, dejando claro la importancia de este estudio y su correlación con lo establecido con el gobierno para impulsar el desarrollo de las PYMES.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la Matriz Productiva.- Los desafíos actuales que tiene este objetivo la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica para esto se debe impulsar los recursos tanto financieros como no financieros, hacer más profunda la inversión pública y comenzar a dar paso la privada. Esta dará como resultado a promover el estado de las importaciones, desegregación y transferencias de tecnología que priorizará la producción nacional diversificada.

Sus Políticas y lineamientos relacionados con las PYMES, son:

10.1 Diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional

10.1. a. Impulsar y fortalecer las industrias estratégicas claves y sus encadenamientos productivos, con énfasis en aquellas que resultan de la reestructuración de la matriz energética, de la gestión soberana de los sectores estratégicos y de las que dinamizan otros sectores de la economía en sus procesos productivos.

10.1. b. Articular la gestión de los sectores estratégicos a la Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva y a la vocación productiva de los territorios y su diversidad poblacional.

10.1. c Consolidar la transformación productiva de los sectores prioritarios industriales y de manufactura, con procesos de incorporación de valor agregado que maximicen el componente nacional y fortalezcan la capacidad de innovación y de aprendizaje colectivo.

10.1. e. Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de consumidores y productores.

10.1. g. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, en función del potencial endógeno territorial, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

10.2 Promover la intensidad tecnológica en la producción primaria, de bienes intermedios y finales

10.2. b. Tecnificar los encadenamientos productivos en la generación de materias primas y la producción bienes de capital, con mayor intensidad tecnológica en sus procesos productivos.

10.2. c. Crear y fortalecer incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y la innovación.

10.2. d. Implementar mecanismos de reactivación y utilización óptima de la capacidad instalada del Estado en actividades de producción y de generación de trabajo.

10.2. e. Fomentar la sustitución selectiva de importaciones, considerando la innovación y tecnología como componentes fundamentales del proceso productivo, con visión de encadenamiento de industrias básicas e intermedias.

10.2. f. Asegurar que los encadenamientos productivos de las industrias estratégicas claves, los sectores prioritarios industriales y de manufactura, generen desagregación y transferencia tecnológica en sus procesos productivos

10.2. g. Articular los programas de innovación participativa en el sector rural, en sistemas formales e informales, con acceso y uso de TIC para incrementar la cobertura de los servicios y fomentar el intercambio de conocimientos entre actores locales. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

10.4 Impulsar la producción y la productividad de forma sostenible y sustentable, fomentar la inclusión y redistribuir los factores y recursos de la producción en el sector agropecuario, acuícola y pesquero

10.4. a. Fortalecer la producción rural organizada y la agricultura familiar campesina, bajo formas de economía solidaria, para incluirlas como agentes económicos de la transformación en matriz productiva, promoviendo la diversificación y agregación de valor y la sustitución de importaciones, en el marco de la soberanía alimentaria.

10.4.b. Fortalecer la institucionalidad y establecer mecanismos para viabilizar el tránsito progresivo hacia patrones de producción agrícola basados en principios agroecológicos, que contribuyan a aumentar la

productividad y los niveles de ingreso, así como la diversificación productiva y generación de valor agregado.

10.4.c. Impulsar la experimentación local, el desarrollo y acceso al conocimiento, el intercambio de técnicas y tecnologías, la capacidad de innovación social, la sistematización de experiencias e interaprendizaje, para mejorar los procesos productivos, especialmente de la agricultura familiar campesina, de la Economía Popular y Solidaria y las Mipymes en el sector rural.

10.4. g. Impulsar la democratización social y ambientalmente responsable del acceso a la tierra, su uso eficiente, productivo y rentable en los procesos productivos, con mecanismos para una inserción sostenible en el mercado, aplicando estrategias diferenciadas de acuerdo a las realidades territoriales.

10.4.h. Fortalecer las organizaciones comunitarias y disminuir la formación de minifundios y la precarización de la tierra, debidos principalmente al fraccionamiento por herencias, a través del acceso al crédito y la organización de formas asociativas, comunitarias, mancomunadas, bajo principios solidarios.

10.4. i. Incrementar la cobertura y el acceso equitativo al riego e impulsar la cogestión de los sistemas de irrigación, aprovechando las formas organizativas y saberes locales, para garantizar la soberanía alimentaria.

10.4.j. Acceder de forma sostenible y oportuna a servicios financieros y transaccionales desde la Banca Pública y el sector financiero popular y solidario, con manejo descentralizado y ajustados a sistemas de ordenamiento territorial, por parte de las comunidades pesqueras artesanales y las micro, pequeñas y medianas unidades productivas. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

10.5 Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes– en la estructura productiva

10.5.a. Establecer mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

10.5.b. Promocionar y fomentar la asociatividad, el fortalecimiento organizativo, la capacidad de negociación, la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización, para mejorar la competitividad y reducir la intermediación en los mercados.

10.5. c. Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local.

10.5. d. Ampliar la capacidad innovadora, fomentar el desarrollo científico y tecnológico, y la capacitación especializada, para mejorar la diversificación y los niveles de inclusión y competitividad.

10.5. e. Impulsar el acceso a servicios financieros, transaccionales y garantía crediticia, en el marco de un modelo de gestión que integre a todo el sistema financiero nacional.

10.5. f. Fortalecer e impulsar el crecimiento adecuado del sector financiero popular y solidario, articulado a las iniciativas de desarrollo territorial productivo y de servicios.

10.5. g. Simplificar los trámites para los emprendimientos productivos y de servicios de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas.

10.5. h. Implementar un sistema integrado de información para el sector productivo y de servicios, con énfasis en las micro, pequeñas y medianas unidades de producción.

10.5. i. Fomentar, incentivar y apoyar la generación de seguros productivos solidarios, de manera articulada, al sistema de protección y seguridad social.

(Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

10.6 Potenciar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva

10.6.a. Profundizar la sustitución selectiva de importaciones, en función de las condiciones productivas potenciales en los territorios, que reserven mercados locales y aseguren una escala mínima de producción para el desarrollo de los sectores prioritarios, industrias intermedias conexas y la generación de industrias básicas.

10.6. b. Impulsar la oferta productiva de los sectores prioritarios, incluido el cultural, para potenciar sus encadenamientos productivos, diversificar los mercados de destino, fortalecer el comercio electrónico, los servicios postales, la integración regional.

10.6. c. Incrementar, mejorar y diversificar la oferta exportable de bienes y servicios, con la incorporación de nuevos actores, especialmente de las Mipymes y de la EPS.

10.6. d. Establecer medidas comerciales relativas a importaciones y barreras no arancelarias, necesarias para promover el desarrollo industrial y que garanticen la sostenibilidad del sector externo.

10.6.e. Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la transformación productiva mediante la acumulación de capital dentro del territorio nacional y fortalecimiento del trabajo de ecuatorianos y ecuatorianas en los sectores primario, industrial y manufacturero, y de servicios.

10.6.f. Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones que fomenten la desagregación y transferencia tecnológica dentro del territorio nacional, así como el impulso a procesos soberanos de contratación pública.

10.6. g. Asegurar procesos de negociación de acuerdos comerciales y de protección a inversiones, que eviten una competencia desleal entre proveedores ecuatorianos e internacionales, y promuevan una prestación justa y de calidad en los servicios. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

10.8 Articular la gestión de recursos financieros y no financieros para la transformación de la matriz productiva

10.8. a. Fortalecer el marco jurídico y regulatorio del sistema financiero nacional y popular y solidario, de manera que se profundice su rol de canalizador de recursos para la transformación de la matriz productiva.

10.8. b. Promover la especialización, eficiencia e inclusión financiera en la colocación de recursos, incluyendo la inversión de riesgo, para el financiamiento de emprendimientos, desagregación, transferencia e innovación tecnológica, principalmente en los sectores priorizados.

10.8. c. Impulsar incentivos para fomentar la inversión privada local y extranjera que promueva la desagregación, transferencia tecnológica y el desarrollo endógeno de los territorios.

10.8. d. Establecer criterios de elegibilidad para la concesión de créditos orientados al cumplimiento de los objetivos de desarrollo.

10.8. e. Impulsar créditos a la producción mediante la profundización de las finanzas populares con pertinencia territorial, como alternativa a la banca privada tradicional.

10.8. f. Generar nuevas formas de captación de recursos que permitan fondear a las entidades financieras públicas.

10.8. g. Fomentar el ahorro de largo plazo y canalizarlo hacia la inversión productiva mediante el desarrollo del Mercado de Valores.

10.8. h. Fortalecer los mecanismos de seguros y reaseguros para el sector productivo y de servicios.

10.8. i. Diseñar un sistema de seguimiento y evaluación, para la consecución de metas territorializadas de las condiciones de crédito (montos, plazos, tasas de interés), que otorgue la banca pública para el impulso de sectores prioritarios. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

10.9 Impulsar las condiciones de competitividad y productividad sistémica necesarias para viabilizar la transformación de la matriz productiva y la consolidación de estructuras más equitativas de generación y distribución de la riqueza

10.9. a. Ampliar y mejorar la provisión, acceso, calidad y eficiencia de los servicios públicos de agua potable, riego y drenaje, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, gas natural y el servicio postal.

10.9.b. Fomentar la inversión en logística, transporte e infraestructura y telecomunicaciones, para fortalecer la comercialización de la producción nacional, fomentar las actividades encadenadas a las industrias básicas y crear condiciones locales a nivel tecnológico y organizacional, con pertinencia cultural y ambiental, garantizando la inclusión y sostenibilidad.

10.9. c. Fomentar un sistema integral logístico de comercialización y transporte de carga pesada, bajo consideraciones de eficiencia energética y alternativa al sistema tradicional de transporte terrestre.

10.9. d. Fomentar un sistema integral logístico de comercialización y transporte marítimo que se ajuste a la planificación nacional y a las demandas internacionales.

10.9. e. Articular las acciones y metas de generación de energías limpias y eficiencia energética, con la estrategia de transformación de la matriz productiva.

10.9.f. Profundizar el establecimiento de las Zonas Especiales de Desarrollo Económico -ZEDE- y los ecoparques industriales, en función de los sectores prioritarios para la transformación de la matriz productiva.

10.9. g. Fortalecer y ampliar el acceso al servicio de transporte multimodal, facilitando la movilidad de pasajeros y mercancías. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2013-2017)

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO.

2.1.1 Antecedentes Históricos.

En el siglo XX se ha presenciado que el lenguaje empresarial se ha nutriendo de una serie de términos de tipo técnico proveniente la mayoría de la cultura anglosajona que han encontrado un asentamiento progresivo incluso en el habla coloquial. El marketing es sin duda uno de esos términos mágicos de lo que los empresarios y gente de empresas en general echan mano casi constantemente. (MEJIA, Miguel, 2012)

Lo que sin embargo, la complejidad y amplitud de este término puede llegar a confundir incluso a los más afectados directamente por él. En donde hablar de marketing es hablar directamente del consumidor, del usuario, del cliente como receptor y por tanto como el punto de referencia básica de la actividad empresarial. (MEJIA, Miguel, 2012)

Sin duda en una filosofía sencilla e intuitivamente atractiva que articula una orientación del mercado, afirmando que en los aspectos esenciales y económicos, la razón fundamental de la existencia de una organización consiste en satisfacer los deseos y necesidades del cliente, a la par que se alcanza los objetivos de esa empresa, esto se basa en entender que una venta no depende de una emprendedora fuerza de ventas sino de la decisión del cliente en comprar un producto que cumpla y satisfaga sus objetivos y necesidades. (MEJIA, Miguel, 2012)

Por lo que en los mercados, ya bastante invadidos con productos alternativos, se saturaron aún más. Nace la competencia aguerrida, tanto nacional, como internacional. Surge el fenómeno japonés, fabricando bienes de bajo costo y aceptable calidad, quienes mejorando asombrosamente su nivel cualitativo industrial y comercial, ubican sus productos entre los de mayor prestigio a nivel mundial, si una o dos décadas atrás, la demanda superaba la oferta en casi cualquier producto, ya el mundo había dado un giro de ciento ochenta grados. (MEJIA, Miguel, 2012)

Los consumidores comparaban calidades y precios. Elegían lo más adecuado a sus expectativas, quedando mucho inventario rezagado, lo cual se tradujo en pérdidas cuantiosísimas para los fabricantes. (MEJIA, Miguel, 2012)

Por lo que los profesionales comenzaron a investigar el mercado. Se dieron a la tarea de buscar cuáles eran los gustos y preferencias de los consumidores, aquí surgen conceptos como la Segmentación de Mercados: sea ésta geográfica, psicográfica, socioeconómica, étnica, por género, ocupacional, entre muchas otras. Hoy por hoy, existe una cantidad enorme de Nichos de Mercado, o segmentos aún menores, los cuales ofrecen la posibilidad de generar negocios interesantes para quienes decidan incursionarlos”. (MEJIA, Miguel, 2012)

Actualmente ya sabemos cómo establecer estrategias de ventas, hoy en día se utilizan métodos efectivos para la cobertura de mercado, uno de estos métodos consiste en dividir el mercado en zonas de ventas. (MEJÍA, Miguel, 2010)

Evolución de las Pymes

Sin duda las diferentes perspectivas que implica el análisis del tema en discusión, en primer lugar puede citarse los argumentos emitido a favor de las Pymes como máxima generadora de empleo estable y de calidad, los cuales de acuerdo a las consideraciones convencionales las grandes empresas y corporaciones en muchos aspectos se convirtieron en estructuras rígidas incapaces de competir en un mercado cada vez más exigente y especializado, donde las condiciones y exigencias de los clientes serian determinantes para definir las características de los productos. (PEREZ, Prieto, 2007)

En donde el peso de estas grandes empresas y sus modelos básicos de estandarización las llevaría inevitablemente al cierre, tal como lo anuncia Vernon (1997:103), al expresar que el proceso postindustrial exigía un nuevo modelo productivo que implicaba una disminución en la plataforma productiva y en las estructuras de costos presentes en la gran industria. (PEREZ, Prieto, 2007)

Chandler (1977:103), menciona lo acontecido como. “La hecatombe del modelo industrializado y de producción en masa, como consecuencia del dinamismo propio del mercado emergente”. Tal como se evidencia el aumento en el ingreso y el nivel de vida de los consumidores presionarían hacia la búsqueda de productos y servicios mejor adaptados a sus necesidades y orientados hacia la moda; los mercados mayoritarios quedaron saturados, la demanda sobre ropa y muebles se fragmentaron y, tanto la educación como la comunicación masiva facilitó y promovió la heterogeneidad creciente en los gustos de los consumidores. (PEREZ, Prieto, 2007)

Además en un mundo especialmente orientado hacia la moda, la agilidad en la identificación de nuevos deseos y en el lanzamiento de nuevos productos al mercado se convierte en la clave para vencer a la competencia. Por lo que los planteamientos, según quienes los esgrimen, favorecen a las Pymes por su capacidad de adaptación, tecnología e información, así como la flexibilidad de sus estructuras productivas y de costos; aspectos que atentan contra la burocracia de las grandes empresas, centradas en lograr una producción estandarizada y masiva. (PEREZ, Prieto, 2007)

En donde estas realidades se expande un proceso de opinión y de formulismo teórico, el cual tuvo su máxima expresión en los conceptos emitidos por la Fundación German Marshall a comienzos de 1985, en su teoría sobre el desarrollo y el crecimiento económico centrado en la pequeña y mediana empresa. Y así bajo un esquema del Estado desarrollador proyectaba el empuje económico así como la modernización industrial acelerada, aspecto que rompería los cordones de pobreza y

desempleo; esto generó un concepto político proclive a la concepción de nuevos negocios, libre empresa y desarrollo. (PEREZ, Prieto, 2007)

2.1.2 Antecedentes referenciales

Para afianzar cada variable planteada en la investigación, se hizo necesario recurrir a fuentes referenciales que permitieron un conocimiento más profundo sobre el tema y posteriormente plantear hipótesis bajo un escenario más seguro. A continuación se describen los estudios referenciales:

TÍTULO: Incidencia de la estructura organizacional en la productividad y competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del sector gráfico afiliado a la cámara de la pequeña industria de pichincha (CAPEIPI).

AUTOR: Ing. Com. Franklin Álvarez

AÑO: 2014

INSTITUCIÓN: Instituto de altos estudios nacionales IV curso de maestría en alta gerencia.

TIPO DE TRABAJO: Magíster en Alta Gerencia

PROBLEMÁTICA:

La situación actual del país y particularmente el sector gráfico, requiere de un cambio estructural y organizacional, que aporte al mejoramiento de la cultura, clima organizacional, productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas de este sector, dada la complejidad de las actividades que desarrolla tiene la gran necesidad de contar con personal eficaz que le permita ocuparse de las tareas realmente fundamentales a las que tiene que hacer frente. (ALVAREZ, Franklin, 2014)

OBJETIVOS:

La presente investigación tiene como objetivo demostrar que la falta de una estructura organizacional, incide en la productividad y competitividad del sector productivo, específicamente el estudio se ha realizado a las micro, pequeñas y

medianas empresas del sector gráfico afiliadas a la CAPEIPI. (ALVAREZ, Franklin, 2014)

HIPÓTESIS:

La estructura organizacional en las empresas del sector gráfico afiliado a la CAPEIPI, afecta el nivel de productividad y competitividad de las mismas, así como su desarrollo y crecimiento (ALVAREZ, Franklin, 2014)

METODOLOGÍA:

El presente trabajo es una investigación aplicada en el área administrativa, de las micro, pequeñas y medianas empresas, inmersas en el sector gráfico, los datos obtenidos son producto del proceso investigativo bibliográfico y de campo por medio de la aplicación del instrumento de la encuesta mediante un cuestionario de preguntas y de la entrevista. (ALVAREZ, Franklin, 2014)

POBLACIÓN Y MUESTRA:

De acuerdo al estudio realizado y su alcance, en cuanto a la población para la presente investigación, se consideraron doscientas cinco micro, pequeñas y medianas empresas del sector gráfico afiliado a la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI), de este sector. (ALVAREZ, Franklin, 2014)

CONCLUSIÓN:

Las pequeñas y medianas empresas, en su mayoría sí aplican una estructura organizacional en el desempeño de sus actividades, lo que ha mejorado notablemente su proceso de productividad y competitividad, generando bienestar a sus propietarios y trabajadores en la parte administrativa como en la de producción. (ALVAREZ, Franklin, 2014)

URL: <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/180/1/IAEN-001-2009.pdf>

TÍTULO: El programa produce pyme del ministerio de industrias y productividad y su impacto en las unidades productivas artesanales del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí 2010-2012.

AUTOR: Karol Adelaida Mejía Velásquez

AÑO: 2013

INSTITUCIÓN: Universidad Técnica de Manabí

TIPO DE TRABAJO: Pregrado

PROBLEMÁTICA:

El MIPRO busca impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo. (MEJIA VELASQUEZ, Karol, 2013)

OBJETIVOS:

El objetivo de la investigación que se comprobó fue evaluar el programa PRODUCE PYME del MIPRO y su impacto en las unidades productivas artesanales del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí. (MEJIA VELASQUEZ, Karol, 2013)

HIPOTESIS:

El programa PRODUCE PYME del Ministerio de Industrias y Productividad incide en las unidades productivas artesanales del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí. (MEJIA VELASQUEZ, Karol, 2013)

METODOLOGIA:

Para hacer el análisis primero se aplicó el método deductivo porque se describió los conceptos y normas generales del programa PRODUCEPYME del MIPRO y después mediante el método inductivo analicé la incidencia en el desarrollo socioeconómico en las pequeñas y medianas empresa en la provincia de Manabí, donde se comprobó y demostró lo que se ha generalizado.

(MEJIA VELASQUEZ, Karol, 2013)

POBLACION Y MUESTRA:

Las personas tomadas en cuenta en mi tesis son: 20 funcionarios de Gobierno, estos son las personas que desarrollaron cargos administrativos en las instituciones que tiene relación directa con los sectores de sociales y económicos como Superintendencia de Compañías, MIPRO, MIES, entre otros y 40 empresarios de la ciudad de Portoviejo. (MEJIA VELASQUEZ, Karol, 2013)

CONCLUSIÓN:

No todos los empresarios pueden tener la oportunidad de acceder a los servicios y beneficios que oferta el Estado, en este caso al programa del Mipro porque se deben cumplir con ciertos requisitos entre ellos ser un artesano calificado.

(MEJIA VELASQUEZ, Karol, 2013)

URL:<http://repositorio.utm.edu.ec/bitstream/123456789/10447/1/TESIS%20PROYECTO%20PRODUCE%20PYME%20PALABRAS%20CLAVES.pdf>

El aporte de la investigación referenciada consiste en tener claro la metodología a aplicarse junto con la forma en que se debe calcular la muestra.

TÍTULO: Análisis, diseño e implementación de un sistema de planificación de procesos productivos para pymes de textiles y confecciones.

AUTOR: Marlon David Trujillo Díaz

AÑO: 2013

INSTITUCIÓN: Pontificia Universidad Católica Del Perú

TIPO DE TRABAJO: Pregrado

PROBLEMÁTICA:

A partir de un levantamiento de información realizado a 5 pymes de confecciones de prendas de vestir se identificaron los siguientes problemas relacionados con la planificación de producción:

- No cuentan con procesos estándares de producción dificultando la identificación y control de sus operaciones productivas lo cual perjudica la calidad de sus productos finales.
- No realizan una evaluación de su capacidad de producción por lo que la exceden y ocasionan que se sobre pasen sus costos estimados ocasionando pérdidas.
- No se cuenta con un registro adecuado de los pedidos que están siendo atendidos o ya se culminaron.
- No existe una programación adecuadamente de pedidos sino que se realiza la programación estimando tiempos de forma empírica ocasionando que retrasos en la entrega de los productos finales.
- No cuentan con información ordenada de los insumos o servicios necesarios para cada etapa de producción lo cual ocasiona costos altos al momentos de adquirir insumos o servicios. (TRUJILLO DIAZ, Marlon, 2013)

Por estas razones, es necesario elaborar una herramienta que ayude a la planificación de la producción de textiles y confecciones de estos empresarios que están en vías de desarrollo y así puedan seguir creciendo aprovechando al máximo sus capacidades para brindar productos de calidad que satisfagan a sus clientes.

OBJETIVOS:

Implementar un sistema de información para la planificación de los procesos de producción de prendas de vestir en las pymes del parque industrial de textiles y de confecciones conocido como Gamarra, para la mejora y adecuado control del uso de recursos y de los tiempos de entrega del producto final. (TRUJILLO DIAZ, Marlon, 2013)

CONCLUSION:

Para no incurrir en altos costos de proyectos es utilizó software libre, el cual cuenta con documentación e incluso con constantes mejoras brindadas por una comunidad lo cual fue de gran utilidad al desarrollar el producto. También, se usó metodologías ágiles de desarrollo con lo cual se pudo apreciar el enfoque colaborativo entre el usuario y el equipo de trabajo para culminar el producto final y que este llegue a tener un gran valor para el usuario. (TRUJILLO DIAZ, Marlon, 2013)

URL:

http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4719/TRUJILLO_MARLON_SISTEMA_PLANIFICACION_PROCESOS_PRODUCTIVOS_PYMES_CONFECCIONES.pdf?sequence=4

2.1.3 Fundamentación

2.1.3.1 Fundamentación Científica

Los cambios de la matriz productiva buscan una transformación en los procesos productivos de las empresas, a fin de volverlas más eficientes y cambiar hacia la productividad y competitividad, dando oportunidad de crecimiento y de empleo como elementos que permitirán el desarrollo económico y social del país. En base a lo expuesto los cambios de la matriz productiva ecuatorianas se basan en la Teoría Las cuatro universidades que construye el Estado, son la base para este aporte al cambio de la matriz productiva: Universidad de Investigación de Tecnología

Experimental YACHAY, la Universidad Regional Amazónica IKIAM, Universidad de Las Artes, Universidad Nacional de Educación (UNAE)., la misma que busca genera más puestos de trabajo, con capacidad de generar el valor agregado en base al trabajo humano a la ciencia y tecnología.

MATRIZ PRODUCTIVA

Definición

La matriz productiva es la manera como se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales, las cuales se utilizan los recursos que tienen a su disposición para llevar adelante las actividades productivas. Esta incluye los productos, los procesos productivos y las relaciones sociales resultantes de esos procesos, denominamos matriz productiva. (SENPLADES, 2013)

Importancia

Para una matriz productiva importante determinarla por la estructura de los sectores de la producción de bienes y servicios, organizada en función de la importancia relativa que cada sector tiene en el desarrollo nacional, para generar: inversión, producción, empleo, invención, innovación y exportaciones de bienes, servicios y tecnología. (SENPLADES, 2013)

De tal forma siendo la estadística del Producto Interno Bruto (PIB) no la refleja suficientemente y debe acudir a un conjunto de indicadores que la muestren de mejor manera, incluyendo la valoración de aspectos cualitativos referidos al ambiente político, económico, social y tecnológico en el que se produce, del tipo de

los que utiliza el Foro Económico Mundial para medir la competitividad de los países. (SENPLADES, 2013)

Por muchos años la matriz productiva del Ecuador fue agrícola, con predominio del cacao primero y el banano después, que determinó que el poder económico y político real esté en Guayaquil; desde 1972 la matriz pasó a ser petrolera y agrícola, pero con predominio del petróleo; entonces, el poder económico y político se trasladó a Quito, y no solo eso, sino que pasó en buena parte del sector privado al público. Ahora la matriz es petrolera, agrícola y marginalmente industrial, con muy poco aporte de los servicios modernos que, no obstante, crecen con bastante dinamismo; y, el poder político y económico está en la Capital del país, pero casi absolutamente en el Estado, que tiende por mandato constitucional a copar espacios estratégicos de la producción. (SENPLADES, 2013)

Cambios propuestos

El Gobierno Nacional plantea transformar el patrón de especialización de la economía ecuatoriana y lograr una inserción estratégica y soberana en el mundo, lo que nos permitirá:

- Contar con nuevos esquemas de generación, distribución y redistribución de la riqueza;
- Reducir la vulnerabilidad de la economía ecuatoriana;
- Eliminar las inequidades territoriales;
- Incorporar a los actores que históricamente han sido excluidos del esquema de desarrollo de mercado. (SENPLADES, 2013)

Para la transformación de la matriz productiva implica el paso de un patrón de especialización primario exportador y extractivista a uno que privilegie la producción diversificada, ecoeficiente y con mayor valor agregado, así como los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad. Este cambio permitirá generar nuestra riqueza basados no solamente en la explotación de nuestros

recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población. (SENPLADES, 2013).

Un proceso de esta importancia requiere que las instituciones del Estado coordinen y concentren todos sus esfuerzos en el mismo objetivo común.

Los ejes para la transformación de la matriz productiva son:

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas- refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas- maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país. (SENPLADES, 2013)
2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología (bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables.
3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica. (SENPLADES, 2013)
4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. (SENPLADES, 2013)

La transformación esperada alterará profundamente no solamente la manera cómo se organiza la producción, sino todas las relaciones sociales que se desprenden de esos procesos. Seremos una sociedad organizada alrededor del conocimiento y la creación de capacidades, solidaria e incluyente y articulada de manera soberana y sostenible al mundo.

Los esfuerzos de la política pública en ámbitos como infraestructura, creación de capacidades y financiamiento productivo, están planificados y coordinados alrededor de estos ejes y se ejecutan en el marco de una estrategia global y coherente que permitirá al país superar definitivamente su patrón de especialización primario-exportador. (SENPLADES, 2013)

Sectores priorizados

Dentro de los sectores priorizados se han identificado 14 sectores productivos y 5 industrias estratégicas para el proceso de cambio de la matriz productiva del Ecuador. Los sectores priorizados así como las industrias estratégicas serán los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, pues permitirán el establecimiento de objetivos y metas específicas observables en cada una de las industrias que se intenta desarrollar. De esta manera el Gobierno Nacional evita la dispersión y favorece la concentración de sus esfuerzos. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Cuadro 1. Industrias Priorizadas

| Sector | Industria |
|-----------|--------------------------------------------------------------|
| BIENES | 1) Alimentos frescos y procesados |
| | 2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina) |
| | 3) Confecciones y calzado |
| | 4) Energías renovables |
| | 5) Industria farmacéutica |
| | 6) Metalmecánica |
| | 7) Petroquímica |
| SERVICIOS | 8) Productos forestales de madera |
| | 9) Servicios ambientales |
| | 10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos) |
| | 11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes |
| | 12) Construcción |
| | 13) Transporte y logística |
| | 14) Turismo |

Fuente: SENPLADES

Cuadro 2. Industrias Estratégicas

| Industria | Posibles bienes o servicios | Proyectos |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) Refinería | Metano, butano, propano, gasolina, queroseno, gasoil | • Proyecto Refinería del Pacífico |
| 2) Astillero | Construcción y reparación de barcos, servicios asociados | • Proyecto de implementación de astillero en Posorja |
| 3) Petroquímica | Urea, pesticidas herbicidas, fertilizantes, foliares, plásticos, fibras sintéticas, resinas | • Estudios para la producción de urea y fertilizantes nitrogenados • Planta Petroquímica Básica |
| 4) Metalurgia (cobre) | Cables eléctricos, tubos, laminación | • Sistema para la automatización de actividades de catastro seguimiento y control minero, seguimiento control y fiscalización de labores a gran escala. |
| 5) Siderúrgica | Planos, largos | • Mapeo geológico a nivel nacional a escala 1:100.000 y 1:50.000 para las zonas de mayor potencial geológico minero. |

Fuente: SENPLADES

Aporte al desarrollo de las Pymes

SENPLADES colabora para que los procesos de transformación de la matriz productiva se articulen con las demás estrategias de política pública para el Buen Vivir, tales como las políticas destinadas a la igualdad y la movilidad social, al Buen Vivir rural, las agendas y demás instrumentos de planificación territorial. De este modo todas las intervenciones de política pública se refuerzan unas con otras y son más eficientes. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Paralelamente, la Senplades trabaja coordinadamente con organismos y entidades de planificación de otros países con el fin de recoger las experiencias internacionales, evitar cometer errores y acelerar el proceso de transformación productiva del Ecuador. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Existen mejoras sustanciales en los indicadores de formación de capacidades en el marco de la educación y en el uso de tecnologías de conectividad y telecomunicaciones, asimismo se han alcanzado logros en infraestructura para la productividad sistémica como carreteras, desarrollo científico, cambio de matriz energética y dotación de bienes y servicios esenciales.

Sin embargo, el cumplimiento de este desafío histórico demanda profundizar los resultados alcanzados a través de esfuerzos coordinados y planificados de largo plazo de todas y de todos. La transformación de la matriz productiva convertirá al país en generador y exportador de mayor valor agregado a través del aprovechamiento del conocimiento y el talento humano, con inclusión de nuevos actores sobre la base de una adecuada redistribución y equidad, asegurando de esta manera el Buen Vivir. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Las Pymes

Definición según INEC

El Ecuador es un país de micro, pequeñas y medianas empresas, fundamentales en la creación de empleo y en la redistribución de riqueza, pero su participación en la industria local y en las exportaciones todavía es baja. Potenciar las PYMES está entre las prioridades tanto del sector público como del privado. (TELEGRAFO.COM.EC, 2013)

Tomando en cuenta esos presupuestos, el Gobierno estableció en el 2009, en el Plan Nacional de Desarrollo, la necesidad de generar una estrategia para el desarrollo endógeno, que permita “un nuevo modo de generación de riqueza y redistribución para el Buen Vivir”. (TELEGRAFO.COM.EC, 2013)

Las Pymes en Ecuador tienen un enorme potencial para generar producción, empleo e ingresos y podrían constituirse en el motor del desarrollo del país, alcanzando mayores niveles de participación en el mercado internacional, señala un estudio publicado en agosto y realizado por el Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), denominado Estudios Industriales de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Para definir qué tipo de negocios son considerados como PYMES, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) definió en el 2009, en la Resolución 1260, los parámetros: una microempresa tiene entre 1 y 9 trabajadores; la pequeña empresa, entre 10 y 49; la mediana, entre 50 y 199; y, la grande, más de 200 empleados.

Según el último Censo Económico de 2010, realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), del total de empresas en el país, el 95,4% corresponde a microempresas; el 3,8%, a pequeñas; el 0,6 %, a medianas; y, el 0,2%, a grandes. (TELEGRAFO.COM.EC, 2013)

Según el SRI

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. (SRI, 2012)

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales. (SRI, 2012)

Tipos de pymes

En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

Microempresas

Emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares. (MORALES, D., 2012)

Talleres artesanales

Se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares. (MORALES, D., 2012)

Pequeña Industria

Puede tener hasta 50 obreros

Mediana Industria

Alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.

Grandes Empresas

Son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos. (MORALES, D., 2012)

El número de empresas y su la participación en la generación de empleo, se resume así:

Cuadro 3. Número de empresas y generación de empleo

| SECTOR | NUMERO EMPRESAS | PROMEDIO EMPLEADOS POR EMPRESA | TOTAL TRABAJADORES |
|---------------|-----------------|--------------------------------|--------------------|
| PYMES | 15.000 | 22 | 330.000 |
| Artesanías | 200.000 | 3 | 600.000 |
| Microempresas | 252.000 | 3 | 756.000 |
| TOTAL | 467.000 | | 1.686.000 |

Fuente: (MORALES, D., 2012)

Principales actividades

El Ecuador suma hasta ahora 472.150 unidades productivas (Mipymes), que generan el 80% del empleo de todo el sector productivo del país. (INDUSTRIAS.GOB.EC, 2012)

“Hoy, este sector que cubre el 95% del tejido productivo ecuatoriano, presenta una importante evolución en sus niveles de facturación, participación en compras públicas, formalización y asociatividad”, dijo al señalar que esto se refleja en un crecimiento promedio del 10,4% en monto de facturación y un incremento importante de participación en las compras públicas, que ha pasado de un 59% en 2008 a un 68% en 2011.

Para Zambrano, la asociatividad de las Pymes registra una evolución del 14% en 2007 al 23% en 2011. Por ello, el Gobierno ha impulsado su inclusión en procesos de contratación y democratización de los factores de producción a favor de pequeñas unidades productivas, así como su inserción en la política industrial con el reconocimiento de las Mipymes como actores relevantes para el desarrollo del país y para la generación de empleo productivo. (INDUSTRIAS.GOB.EC, 2012)

Problemas que actualmente enfrentan

Las pequeñas y medianas empresas, por lo general se enfrentan a problemas muy similares; algunos de ellos son muy sencillos de resolver siempre y cuando se cuenta con las herramientas adecuadas.

1.- Comúnmente, las pequeñas y medianas empresas, se enfrentan a problemas de Control de Inventarios, la falta de una correcta planeación en las compras, lleva a sobre-inventariar almacenes, incurriendo en costos adicionales de almacenaje. (ENGENIUM.COM, 2012)

2.- En las Pymes, normalmente se carece una adecuada administración de Cuentas por Cobrar, es común que no se tenga conocimiento exacto de la cartera vencida y los montos de la deuda de sus clientes.

3.- La falta de una Organización Interna, es otro problema que enfrenta la Pequeña y Mediana Empresa. Por lo regular existe una escasa supervisión de estándares de desempeño interno.

4.- Un problema grave en las Pymes, es la falta de Conocimiento del Mercado, el desconocimiento de la competencia que les impiden la aplicación de técnicas mercadológicas que permitan dar a conocer su producto y saber ¿qué esperan mis clientes de él? ¿Cuándo lanzar una oferta de mercado?, ¿por qué estoy vendiendo menos que antes? y la posibilidad de explorar nuevos mercados.

5.- Por lo regular las Pymes no cuentan con herramientas que permitan planear correctamente su producción, se requiere de un sistema que les permita medir y controlar la calidad, se presentan constantes diferencias en existencias y normalmente no se tiene la capacidad de surtir pedidos grandes o especiales, se presenta una mala distribución del trabajo, lo que se convierte en un deficiente nivel en productividad y en altos costos de operación. (ENGENIUM.COM, 2012)

6.- Contabilidad y las Finanzas de la empresa, comúnmente son escasos los registros contables, hay costos mal determinados y listas de precios que no cubren los costos totales. La falta de estados financieros reales y no contar con información oportuna para la toma de decisiones, son problemas cotidianos en las Pymes.

7.- Otro problema es la falta de Innovación Tecnológica; existen pocos sistemas pensados específicamente para las Pymes y de estos la mayoría no cuentan con una buena capacidad de adaptación, lo que provoca que las Pymes no puedan desarrollar todo su potencial.

8.- Es muy común en la Pyme, la Falta de Financiamientos, pocas instituciones otorgan líneas de crédito a sus clientes y normalmente se exigen garantías o prendas hipotecarias que ponen en riesgo la operación misma del empresa sujeta de crédito. (ENGENIUM.COM, 2012)

Ventajas que se presentan

Dentro de las ventajas contamos con una pequeña o mediana empresa (pyme) o estemos evaluando la creación de una, no debería existir ninguna razón en nosotros

para sentirnos intimidados por las grandes empresas que podamos tener como competencia. (KUME, Arturo, 2012)

A pesar de que las pymes cuentan con algunas desventajas tales como una mayor dificultad para obtener financiamiento, menor acceso a la tecnología, o menos poder de negociación ante los proveedores, éstas también cuentan con varias ventajas antes las grandes empresas. (KUME, Arturo, 2012)

Ventajas de las pymes

Veamos a continuación 12 de las principales ventajas que presentan las pymes ante las grandes empresas:

1. Trato personalizado: las pymes, en comparación con las grandes empresas, tienen la ventaja de poder ofrecer una atención personalizada, por ejemplo, pueden procurar con mayor facilidad que un mismo trabajador atienda a un cliente durante todo el proceso de compra.
2. Mejor atención al cliente: las pymes suelen estar más cerca de sus clientes, lo que les permite conocer mejor sus necesidades, gustos y preferencias, y, de ese modo, poder ofrecerles una mejor atención, por ejemplo, un mejor asesoramiento en sus compras. (KUME, Arturo, 2012)
3. Mejor acceso a información del mercado: el tamaño de su mercado y la cercanía con sus clientes, les permite a las pymes conocer mejor a su público objetivo y estar al tanto de los nuevos cambios que surgen en mercado.
4. Mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado: al contar con una estructura sencilla, las pymes tienen la ventaja de adaptarse mejor y más rápido a las nuevas necesidades, gustos y preferencias de los consumidores.
5. Mayor flexibilidad para satisfacer necesidades, gustos y preferencias particulares: las pymes tienen la ventaja también de poder adaptarse mejor a los requerimientos particulares de sus clientes, o a hacer concesiones cuando éste las solicite.
6. Mayor capacidad de innovación: las pymes tienen la ventaja de poder innovar constantemente, de poder lanzar al mercado nuevos productos, servicios o promociones sin correr demasiado riesgo.

7. Mayor capacidad de reacción: debido a su estructura sencilla y menos rígida que las grandes empresas, las pymes tienen mayor rapidez para adaptarse a los cambios del mercado, para satisfacer necesidades particulares, o para innovar.
8. Decisiones más rápidas y oportunas: debido a su estructura sencilla y poco jerarquizada, las pymes tienen la capacidad de tomar decisiones más rápidas y oportunas que las grandes empresas, lo que les permite, a la vez, tener una mayor capacidad de reacción. (KUME, Arturo, 2012)
9. Mayor capacidad para corregir errores: debido al tamaño de su estructura, las pymes tienen la ventaja de corregir sus errores rápidamente, por ejemplo, tienen mayor facilidad para remediar un producto que no tuvo éxito, una mala campaña publicitaria, o una mala elección del público objetivo.
10. Mejor manejo de reclamos: las pymes pueden atender mejor las quejas o reclamos del cliente, por ejemplo, pueden procurar que un mismo trabajador se encargue rápidamente de las quejas o reclamos de un cliente, y que éste no tenga que consultar con varios empleados.
11. Mayor compromiso en los trabajadores: al ser la pyme una organización sencilla y no tener una marcada división de funciones, los trabajadores suelen tener un mayor aporte en ideas y sugerencias para el mejoramiento en general de la empresa, lo que los hace sentir más útiles y, por tanto, más identificados y comprometidos con ésta.
12. Mayor productividad en los trabajadores: al haber un mayor compromiso en los trabajadores y, además, al recibir un trato personal por parte del empresario y los altos mandos de la empresa, los trabajadores suelen estar más motivados y, por tanto, suelen ser más productivos.

Situación competitiva

A pesar de todos los problemas y las trabas que impiden el adecuado desarrollo de la actividad de las Pymes, no queda duda que existe un gran potencial en estas empresas debido a que constituyen un elemento clave para la generación de empleo. El nivel de inversión necesaria para montar una empresa de pequeño tamaño, permite que muchos emprendedores tengan sus propios negocios y contribuyan al crecimiento de la economía. Las Pymes, que todavía están altamente concentradas en Quito y Guayaquil, pueden y deben convertirse en un importante

motor para las economías de provincias más pequeñas y alejadas. Para esto, el apoyo del Gobierno Central y Seccional, es imprescindible. No se puede pretender que las empresas se instalen en provincias si antes no se hace una descentralización de las instituciones (Impuestos, Registros, etc...). Por otra parte, las PYMEs, son grandes demandantes de insumos y materias primas nacionales, lo que favorece el dinamismo del mercado interno, y un desarrollo más organizado, podría dar origen a cadenas productivas más competitivas. (REVISTA PERSPECTIVA, 2013)

Finalmente, no podemos olvidar que las PYMES, son las que proveen de bienes y servicios a las grandes empresas, por lo tanto, el éxito de todas está estrechamente ligado. Las grandes empresas, que tienen mayor tecnología, acceso a recursos financieros y en general mejores procesos productivos, deberán comenzar a colaborar con las empresas de menor tamaño, para generar mejores prácticas empresariales, de las que todos puedan beneficiarse. (REVISTA PERSPECTIVA, 2013)

Como habíamos mencionado al inicio de esta investigación, los cambios de mentalidad, deben iniciar casa adentro. Estigmatizar a una empresa porque pertenezca al sector de Pymes, microempresa o de las grandes, es un grave error, que los mismos empresarios cometen. Hemos encontrado empresas PYMES que demuestran tener niveles de eficiencia y rentabilidad superiores a los de las grandes empresas. En mayor o menor medida, todos los diferentes sectores empresariales del país, contribuyen a la generación de empleo y riqueza; tenemos que comenzar a creer más en nuestras capacidades, para de esta forma poder contrarrestar y minimizar todos los males que nos aquejan. Los retos empresariales para las pequeñas y medianas del país, no son pocos, pero en conjunto, su desempeño en los últimos cinco años, demuestra que estas empresas sí pueden ser exitosas y salir adelante. (REVISTA PERSPECTIVA, 2013)

SECTORES PRODUCTIVOS Y PROCESOS PRODUCTIVOS

Definición de sectores productivos

Los proyectos de inversión de carácter productivo se incluyen en los siguientes programas sectoriales:

- a) Agrícolas, entre los cuales figuran los correspondientes al cultivo de maíz, plátano, yuca, ñame, palmito, guandú y hierba limón.
 - b) Ganaderos, entre los cuales se incluyen los correspondientes a centros de cría, módulos demostrativos y capacitación.
 - c) Forestales, entre los que se incluyen los proyectos de aserradero portátil, de tratamiento y preservación de madera, de elaboración de cajas de envase de productos agrícolas y de elaboración de madera laminada.
 - d) Pesquero, que incluye un proyecto de producción cooperativa de pesca artesanal.
 - e) Agroindustriales, que incluyen proyectos de elaboración industrial de almidón de yuca, aceites esenciales y enlatado de palmito y guandú, y procesamiento de frutas.
- (OAS.ORG, 2012)

Tipos de sectores productivos

Sector Servicios

Dentro de este sector es un importante generador de empleo y representa una gran parte del PIB total tanto en economías desarrolladas como en economías en desarrollo, su crecimiento y especialización han sido evidentes en prácticamente todos los ámbitos del quehacer humano. (ROMERO, Jorge, 2010)

No obstante, su análisis y estudio no han sido lo más amplio que supondría el sector, esto es debido a que en la historia económica de los países la agricultura y la industria fueron los pilares sobre los cuales se sostuvo la producción. El inicio de la vida económica capitalista de las naciones se encuentra respaldado por un pasado agrícola, gradualmente las naciones se van incorporando a la vida industrial y posteriormente se da el desarrollo de los servicios, esto es así al menos en teoría.¹ (ROMERO, Jorge, 2010)

¹ ROMERO, Jorge: Definición de sector comercial.
<http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inac3/romeroaj.pdf>

Sector Manufactura

Para la industria manufacturera se refiere a cualquier empresa que transforme materias primas en bienes terminados o semi-terminados usando máquinas, herramientas y trabajo. Los sectores manufactureros incluyen producción de alimentos, químicos, textiles, máquinas y equipamiento.² (CASICARAGA, 2011)

Sector Comercio

Dentro de este sector se puede definir como la “prestación del servicio de distribución, canalización y venta de todo tipo de bienes tanto, a nivel nacional como internacional”. La actividad comercial en la economía no puede crecer eficientemente sin un crecimiento paralelo o mayor de la producción de bienes.³ (GIRALDO, 2010)

Para mantener una idea generalizada y clara sobre cada elemento o variable de investigación y que por ende conforman las hipótesis, se procedió a un estudio teórico que presente teorías sobre la forma en que se debe manejar y actuar frente a la competencia.

Qué es la oferta de productos

Las ofertas de productos, se deben vender como gangas u oportunidades únicas, para invitar al comprador a que las aproveche sin opción a considerar otras alternativas.

Este punto básico, lo debe tener claro cualquier empresa que desee publicitarse. Dicho esto, es necesario evaluar el tipo de producto antes de ser publicitado, ya que no es lo mismo las gangas en viajes que las ofertas de ropa o tecnología.

Teniendo lo anterior claro, solo hace falta, seguir las reglas que se muestran a continuación para garantizar, que la oferta publicada obtenga el éxito esperado.

² CASIGARAGA, Paula: Definición de sector manufactura. http://www.ehowenespanol.com/definicion-industria-manufacturera-hechos_468130/

³ GIRALDO, Juan: Definición de sector comercio. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/comeco.htm>

Técnicas de marketing para publicitar productos

Para publicitar productos con éxito, se debe seguir un modelo de oferta acorde con el producto y con el público al que está dirigido.

Los siguientes ejemplos de oferta, se han confeccionado, tomando como base algunos productos baratos, que a cambio pueden ofrecer una buena rentabilidad.

Técnicas efectivas para publicitar un producto con éxito

1. Evaluar el producto

Antes de publicar una oferta, se debe evaluar el producto y determinar con ello el perfil del cliente potencial.

Para ello, se puede acudir a herramientas gratuitas como las redes sociales y comprobar sin riesgo el perfil de personas que se interesan por la promoción en cuestión. (PEREIRA, ANA, 2014)

2. Promocionar

Para promocionar un artículo, hay que recurrir a la publicidad o bien a los regalos promocionales para captar clientes.

En el primer caso, se debe publicitar usando un vocabulario que despierte interés en el posible comprador. Para ello, enunciados como: " Oferta de viajes, últimas oportunidades", despertará al menos, curiosidad por ver lo que se ofrece tras el anuncio.

En el segundo caso, se puede hacer más atractivo un artículo, con un regalo a modo compensación por la compra.

Este sistema de ventas está más extendido de lo que parece, inclusive de manera oculta, como es el caso de los terminales de telefonía a coste cero a cambio de contratar una tarifa determinada, que no venderían de no ser por el móvil que regalan. (PEREIRA, ANA, 2014)

En estos casos, se puede usar el mismo recurso de "Oferta interesante más regalo de bienvenida".

Este tipo de argumentos, atraerá a los más curiosos a interesarse por el regalo de bienvenida.

3-Regalos

En este caso, no se habla del punto dos, sino de vender el producto como un verdadero regalo para el cliente.

Este tipo de marketing se suele aplicar a productos de alta gama y a ofertas de estancia en hoteles de gran coste.

El principio es bien sencillo. Se vende el artículo como algo totalmente indispensable y se adorna la frase lanzando el mensaje de que su precio es un regalo.

Con estas sencillas técnicas, se garantiza el principio básico de las ventas, que es sin duda la rentabilidad. (PEREIRA, ANA, 2014)

La agregación de valor en la producción

1. Diversificación productiva basada en el desarrollo de industrias estratégicas-refinería, astillero, petroquímica, metalurgia y siderúrgica y en el establecimiento de nuevas actividades productivas-maricultura, biocombustibles, productos forestales de madera que amplíen la oferta de productos ecuatorianos y reduzcan la dependencia del país.

2. Agregación de valor en la producción existente mediante la incorporación de tecnología y conocimiento en los actuales procesos productivos de biotecnología

(bioquímica y biomedicina), servicios ambientales y energías renovables. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

3. Sustitución selectiva de importaciones con bienes y servicios que ya producimos actualmente y que seríamos capaces de sustituir en el corto plazo: industria farmacéutica, tecnología (software, hardware y servicios informáticos) y metalmecánica.

4. Fomento a las exportaciones de productos nuevos, provenientes de actores nuevos -particularmente de la economía popular y solidaria-, o que incluyan mayor valor agregado -alimentos frescos y procesados, confecciones y calzado, turismo-. Con el fomento a las exportaciones buscamos también diversificar y ampliar los destinos internacionales de nuestros productos. La transformación esperada alterará profundamente no solamente la manera cómo se organiza la producción, sino todas las relaciones sociales que se desprenden de esos procesos. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

Seremos una sociedad organizada alrededor del conocimiento y la creación de capacidades, solidaria e incluyente y articulada de manera soberana y sostenible al mundo.

Los esfuerzos de la política pública en ámbitos como infraestructura, creación de capacidades y financiamiento productivo, están planificados y coordinados alrededor de estos ejes y se ejecutan en el marco de una estrategia global y coherente que permitirá al país superar definitivamente su patrón de especialización primario-exportador. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

Etapas productivas

El Gobierno central ha anunciado el cambio de esta Matriz Productiva, avanzando a una segunda etapa del proceso de industrialización y una sustitución de exportaciones. Como en el período señalado, este cambio sería liderado por el Estado, pero ahora en una economía globalizada, transnacionalizada y direccionada por organismos internacionales. (ROSETO, Luis, 2013)

La segunda etapa de este proceso, vía sustitución de importaciones, estaría dirigida a la producción de bienes intermedios, desarrollando las ramas de biotecnología, energías renovables, petroquímica, servicios ambientales, tecnología informática,

turismo, etc. Para esta etapa se requiere el desarrollo de industrias básicas que proveerán materias primas a dichas ramas. (ROSERO, Luis, 2013)

Para impulsar esas industrias, se fomentaría la siderurgia para producir derivados de hierro y acero; la metalurgia permitiría producir bienes intermedios y finales metálicos; con la petroquímica se obtendrán materias primas para la industria de plástico, lubricantes, pinturas, detergentes, etc., y para abastecer a la agricultura de fertilizantes, fungicidas y otros insumos. En este último caso, la nueva Refinería permitirá el desarrollo de esta nueva rama industrial. (ROSERO, Luis, 2013)

En cuanto al proceso de sustitución de exportaciones, se ampliara la oferta exportable buscando nuevos mercados y colocando otros productos con mayor valor agregado provenientes de las nuevas ramas industriales, la agroindustria, etc. En otras palabras, al parecer, el proceso de industrialización está pensado no solo para abastecer al mercado interno sino además al externo. Por otro lado, el impulso al turismo, energías renovables y de servicios ambientales desarrollarían las industrias limpias, no contaminantes. (ROSERO, Luis, 2013)

Este proceso requiere integración vertical, encadenamientos productivos, de ampliación de la diversificación industrial, etc. Si el parte del proceso está orientado a la exportación, eso implica que el país tendrá que especializarse en ciertos bienes para insertarse exitosamente en la economía mundial, lo que depende en buena medida de la productividad y competitividad, de las que debe preocuparse principalmente el sector privado, realizando inversión en tecnología e innovación y para su impulso es necesario la relación industria-universidad-centros tecnológicos. (ROSERO, Luis, 2013)

Del lado gubernamental, se requiere de políticas industriales, tecnológicas y de innovación, de investigación, gestión de cluster, de formación de técnicos, educación especializada, de calidad, normas técnicas, ambientales, fomento de exportaciones, créditos, etc. También el Estado contribuye con la construcción de infraestructura productiva y desarrollo de los sectores estratégicos para aumentar la competitividad sistémica. Es un proceso complejo que requiere la articulación entre el sector

público y privado, con incentivos y protección necesaria para el desarrollo de industrias nacientes.

Al parecer, la segunda etapa de industrialización se basaría en fuerzas endógenas, las que una vez fortalecidas permitirán estar en posibilidades de competir en el exterior, sobre todo en bienes ligados al bioconocimiento, bioservicios, etc. El otro aspecto clave, es el financiamiento a largo plazo de proyectos de inversión, lo cual requiere el desarrollo de mercados financieros, sobre todo el de valores. (ROSERO, Luis, 2013)

Cómo la matriz productiva aporta en los sectores productivos de las PYMES y en su tecnificación.

Engloban varios ámbitos de las políticas públicas, que trascienden el ámbito del consejo de la producción, por lo que se trabajará coordinadamente para poder contar con un:

- Sistema de aprendizaje para toda la vida, accesible y de calidad que le permita al país contar con una dotación de talento humano de calidad para enfrentar los desafíos de la transformación productiva.
- Una plataforma de generación, difusión y aplicación del conocimiento que se funda en esfuerzo permanente y robusto de investigación científica y tecnológica, coherente con los problemas productivos y sociales del país.
- Un sistema empresarial innovador, orientado a la creación de valor como estrategia de competencia en los mercados globales, con empresas que estén dispuestas a asumir el rol protagónico que les cabe en las actividades de investigación, desarrollo e innovación. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Política de apoyo a las MIPYMES. Para cerrar las brechas entre agentes es necesario que la política de fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas reduzcan los notorios rezagos en materia de productividad y capacidad exportadora que contribuyen a la heterogeneidad estructural y perpetúan altos niveles de desigualdad económica y social. En este sentido, la política de apoyo a estas empresas es clave para mejorar la productividad en conjunto de la economía,

construir una estructura productiva más articulada, reducir las diferencias de desempeño entre empresas y sectores e incorporar una creciente mano de obra al mercado de trabajo formal con salarios dignos. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Las empresas públicas impulsaran el cambio de la matriz productiva

Como parte del proceso de cambio de la matriz productiva, la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) realizó el martes 15 de octubre el taller El rol de las empresas públicas en la transformación de la matriz productiva. En la cita se discutieron e identificaron las oportunidades que tienen este tipo de empresas como agentes e instrumentos de la política pública en la transformación industrial y tecnológica del país.

Andrés Arauz, secretario nacional de Planificación y Desarrollo (S), aseguró que el Ecuador muestra hoy un escenario distinto al neoliberal, donde se privilegió la privatización de las empresas públicas “en favor de las trasnacionales, y con una rigidez burocrática que alimentaba la corrupción para que puedan avanzar y competir”.

“Ahora contamos con empresas públicas alejadas de la amenaza de la privatización”, indicó Arauz. Remarcó que “la flexibilidad, en términos de la gestión, y la participación de los sectores estratégicos en la economía posiciona a las empresas públicas como poderosos actores del desarrollo económico e industrial del país”.

El evento que se realizó en el Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN) gira en torno a cuatro temáticas sobre el papel de las empresas públicas en el cambio de la matriz productiva: su vinculación con la economía nacional, la planificación de compras empresariales, la desagregación y transferencia tecnológica, y la inserción inteligente en la región. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

El taller estuvo dirigido principalmente a las autoridades de la dirección y gestión de las empresas. Participaron miembros de los directorios de las 25 empresas públicas de la Función Ejecutiva, entre ellos Presidencia de la República, Vicepresidencia de

la República, ministros coordinadores y sectoriales, gerentes de las empresas públicas y funcionarios de la Senplades.

Al final del encuentro se espera definir líneas de trabajo que orienten el rol de las empresas públicas en la transformación de la matriz productiva y que serán tratados en los directorios de las empresas. También se identificarán los marcos normativos que requieran ajustes y las políticas internas y externas a la gestión de las empresas públicas que pudieran implementarse.

Senplades resalta papel de la transformación de la matriz productiva en foro de la CFN.

El cambio de la matriz productiva impone una nueva visión del desarrollo que se resume en cuatro políticas: productiva, transparencia y seguimiento, económica e inclusión. Este fue el enfoque presentado por Salomón Tenorio, gerente de Proyecto Emblemático Inversión Pública para la Transformación de la Matriz Productiva de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades), en el marco del foro “¿Cómo apoyar el cambio de la matriz productiva desde el sector financiero público del Ecuador?”, organizado por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

Tenorio precisó que el cambio de matriz productiva no significa el abandono de la producción de banano o flores. “Vamos a seguir perfeccionando la producción y dándole un mayor valor agregado, pero vamos a incursionar en nuevas industrias”, señaló. Y agregó que las políticas para el cambio de matriz productiva consideran el papel fundamental del Estado, “pues más del 80% de las compras públicas son importadas”. Estas compras alcanzan un rubro anual promedio de 10.000 millones de dólares. (PLANIFICACION.GOB.EC, 2013)

Por este motivo, considera que la Senplades trabaja en varias propuestas para que el Estado asuma un rol orientado a priorizar los encadenamientos productivos locales y que a la par favorezcan el desarrollo de nuevas industrias. Otro aspecto vinculado con el cambio de la matriz productiva es la capacitación del talento humano y la transferencia de tecnología.

Jorge Wated, gerente de la CFN, destacó de su parte, el apoyo a las industrias que apuntan al cambio de la matriz productiva y que se han desarrollado con crédito de la banca pública, tales como electrodomésticos, muebles hospitalarios, alimentos, reciclaje biocombustibles, entre otros.

La gestión de Senplades está articulada en el Comité Intersectorial para el Cambio de la Matriz Productiva, liderado por el vicepresidente de la República, Jorge Glas.

POÍTICA DE SUSTENTACIÓN DE IMPORTACIONES

En qué consiste esta política

La sustitución de importaciones es un concepto de la economía y las finanzas públicas. En un sentido más amplio, sustitución de importaciones también puede involucrar aquellas medidas de política económica que favorecen el proceso de sustitución de importaciones, tales como establecer altas tarifas a la importación de bienes, depósitos previos de importación, y en general cualquier barrera artificial a la internación de bienes extranjeros al país.

No obstante, la sustitución de importaciones puede ser consecuencia de la evolución natural del mercado, el que responde a las disminuciones de los costos de la producción nacional, o a las mejoras de calidad de los productos nacionales.

Al este proceso se le denomina adquisición de ventajas competitivas, cuyo resultado consiste en asignar los recursos productivos a la producción de aquellos bienes que resultan más rentables, de mejor calidad y de menores costos.

Qué resultados se obtuvieron

Eliminación de la Tercerización Laboral

Debemos tener claro, que un proceso recesivo como el que vive el mundo actualmente, obliga a los países a introducir políticas de flexibilización, de tal manera que las empresas y las familias se adapten a las circunstancias y puedan afrontar de mejor manera sus efectos. Lo contrario ha sucedido en el país, pues con la promulgación del Mandato 8, lamentablemente se eliminó la tercerización laboral y el

trabajo por horas, haciendo más difícil la contratación de trabajadores. (REVISTA INDUSTRIA, 2009)

Esta medida en la práctica dificultó la adaptación de las empresas a la crisis y ahondó el problema del desempleo al expulsar del sector formal de la economía a miles de trabajadores.

Impuesto a la Salida de Divisas

Otro grave error en materia de políticas públicas es establecer un impuesto a la salida de capitales. Originalmente se lo estableció en medio punto porcentual y en la actualidad su tasa es del 1% (Se encuentra en estudio su elevación al 2%). Lejos de cumplir con el objetivo del régimen de evitar la salida de dólares de la economía, este impuesto se ha consolidado como una gran barrera a la entrada de capitales.

Parece que no se han dado cuenta de que en este mundo globalizado hay una franca competencia entre países por captar capitales para inversión, brindando exenciones tributarias, garantías a la propiedad privada y a los contratos, etc. De tal manera que si le decimos a un inversionista internacional, que cada vez que él decida retirar las utilidades que genera su empresa o parte de los recursos que ha invertido deberá pagar un impuesto, éste simplemente se abstendrá de venir al país y colocará su dinero en naciones que brinden mejores condiciones. (REVISTA INDUSTRIA, 2009)

Trabas al Libre Comercio

A principios de año el Gobierno implementó una serie de medidas o restricciones a las importaciones, como forma de combatir el problema de la Balanza Comercial no petrolera que es negativa. El objetivo según explican es disminuir las importaciones, incentivando la producción local, al tiempo que se ayuda a la preservación de la dolarización. (REVISTA INDUSTRIA, 2009)

Para empezar, la idea de la Balanza Comercial favorable es un criterio introducido hace mucho por el mercantilismo. Según esta teoría, el país gana cuando las exportaciones exceden a las importaciones. Esta concepción equivocada del comercio no considera que las exportaciones son el precio que pagamos por las

importaciones; en virtud de esto, una nación realmente ganará cuando pueda importar la mayor cantidad de bienes y servicios sin tener que exportar mucho a cambio de ellos. Haciendo un símil con la economía familiar, las personas ganarán más cuando puedan comprar la mayor cantidad de productos a cambio de un menor número de horas de trabajo o esfuerzo. (REVISTA INDUSTRIA, 2009)

Cómo afectó a la economía

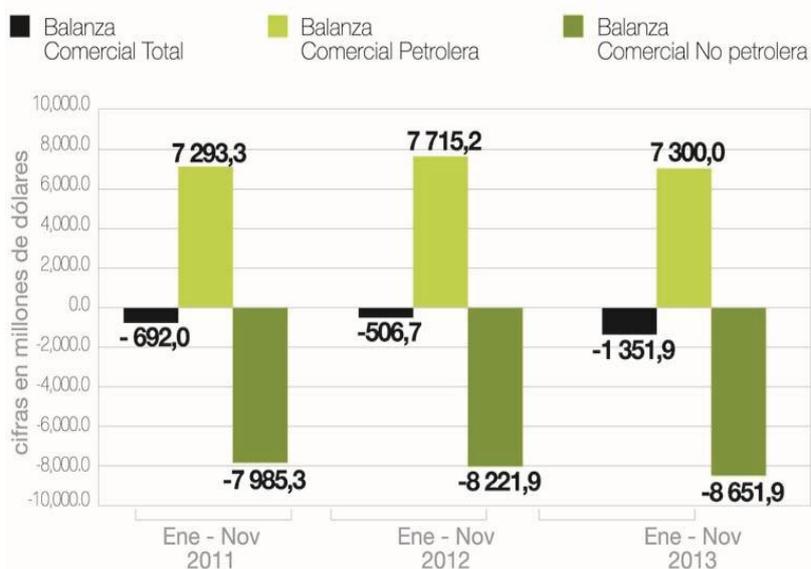
La decisión gubernamental de controlar la calidad de los productos que ingresan al Ecuador y de reemplazar paulatinamente las compras al exterior con fabricación nacional tendrá un impacto directo en el incremento de la industrialización, el fortalecimiento de la dolarización y el cambio del estilo de consumo de la población. Todo empezó a inicios de diciembre con la exigencia gubernamental de certificados de calidad para la importación de bienes. Semanas después llegó el lanzamiento de una política de sustitución de importaciones no solo para impulsar la industria nacional sino también para preservar las divisas tan necesarias para sustentar la dolarización que rige desde 2000, ante una balanza comercial cuyo déficit viene expandiéndose.

Según las últimas cifras del Banco Central del Ecuador (BCE), la balanza comercial total registró entre enero y noviembre de 2013 un déficit de \$ 1 351,9 millones, muy por encima de los \$ 506,7 millones del mismo período de 2012 (gráfico 1).

Figura 1. Balanza comercial de Enero a Noviembre de 2011, 2012 y 2013

Balanza comercial de enero a noviembre de 2011, 2012 y 2013 (1)

El déficit creció en 2013 un 167% respecto al año anterior hasta llegar a \$ 1 352.



Fuente: Banco Central del Ecuador - Diseño editorial másQmenos.

Qué cambios se han generado en relación a esta política

Se han generado cambios como:

Miles de productos que entran al país podrían fabricarse localmente y así ahorrar las divisas que salen. Por ejemplo, entre enero y noviembre de 2013 se gastaron \$ 5 millones en jugos y zumos de frutas, \$ 44 millones en confites, \$ 185 millones en artículos de aseo personal, unos \$ 88 millones en juguetes e incluso \$ 1 millón en hierbas aromáticas, según datos del Banco Central.

En ese marco, el Ministerio Coordinador de Producción fortalecerá la campaña 'Primero Ecuador', una marca reconoce la calidad de lo hecho localmente. Además, esa cartera de Estado mantiene conversaciones con supermercados y autoservicios para lograr mayor presencia en de esos artículos en las perchas. (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2013)

El consumo interno, uno de los componentes que más impulsa el crecimiento de la economía y que es el resultado del mejoramiento de las condiciones de vida y del salario real de la población, será clave en el desarrollo de las industrias y en la búsqueda de reducir importaciones y mantener los dólares en el país.

Que propone la nueva matriz productiva en relación a esta política

La propuesta de cambio de la matriz productiva, que nos va a permitir diversificar la producción, ha sido recibida con optimismo y confianza en los sectores productivos. En la Cámara de Industrias hemos iniciado el análisis técnico de esta iniciativa para argumentar y hacer proposiciones al Gobierno en las próximas semanas. Esperamos un diálogo constructivo para consolidar la propuesta. Este es un proceso del que se habla hace al menos cuatro o cinco años atrás. (MALDONADO, Jose, 2012)

INCENTIVOS GENERALES

Qué son los incentivos económicos

Los incentivos económicos se utilizan con frecuencia para estimular un comportamiento deseado por parte de la persona que los recibe. Sin embargo los incentivos también contienen información, sobre quien lo paga, sobre quien lo recibe, sobre lo costoso que es la tarea exigida o sobre la motivación para esforzarse que influye en la decisión final de esfuerzo. Por ello, el diseño óptimo de incentivos es una cuestión complicada que debe tener en cuenta todos estos aspectos. (REY, Pedro, 2014)

Qué son los incentivos legales

Las Pymes absorben 70% de la PEA y el 25% del PIB no petrolero. En la actualidad, en Ecuador, el 70% de todas las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías son Pymes. Estas compañías aportan más del 25% del PIB no petrolero del país y su generación de mano de obra bordea el 70% de toda la PEA. Sus ingresos a 2011 fueron de USD 23 000 millones y su contribución al impuesto a la renta superó los USD 270 millones. (REVISTA EKONEGOCIOS.COM, 2012)

Estas cifras, son un claro ejemplo, de la importancia que tienen estas compañías en el país; especialmente por su capacidad de absorción de empleo, una política trascendental en este gobierno, aspecto enmarcado dentro de la Constitución que en su artículo 284 asegura que un objetivo de la política económica es impulsar el pleno empleo en el país.

A través de este cuerpo legal, las Pymes obtuvieron un fuerte impulso al proclamarse un sistema económico Social y Solidario, el cual fomenta la producción en todas sus formas y busca el incentivo de la competitividad entre todos los actores económicos. Política pública que se complementa con la Ley de Economía Popular y Solidaria. (REVISTA EKONEGOCIOS.COM, 2012)

En este sentido, se encargó a la Senplades el proceso de identificación y diseño de políticas a corto, mediano y largo plazo para el fortalecimiento de las Pymes. Por otro lado, entidades como el Ministerio de Producción y Competitividad, la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Banco Nacional de Fomento (BNF), entre otras han diseñado varios programas específicos para apoyar directamente al fortalecimiento y eficiencia de las Pymes.

Una vez identificadas, analizadas y regularizadas las Pymes, inició el desarrollo de programas específicos para cada necesidad, a través de diversas entidades públicas. Por ejemplo, si se tratase de un pequeño agricultor o una asociación de ganaderos, los programas Micro Fomento o Produce Fomento respectivamente, pueden ser la mejor opción.

Para mayor detalle de varios programas estatales de apoyo financiero y técnico para las pequeñas y medianas empresas. (REVISTA EKONEGOCIOS.COM, 2012)

Qué tipo de incentivos propone la matriz productiva

- Exoneración del Impuesto a la Renta si se reinvierte en activos productivos no inmobiliarios.
- Deducción del Impuesto a la Renta en nuevos puestos de trabajo, con mayores beneficios para incorporación de discapacitados.
- Exoneración de impuestos para las actividades de energía renovable.
- Exoneración del Impuesto a la Renta a la inversión productiva en los sectores priorizados.
- Deducción del gasto en nueva mano de obra en nuevos emprendimientos en zonas de menor desarrollo por los primeros años. Esto dinamizará zonas

deprimidas y contra restará la menor productividad y educación de la mano de obra en esas zonas. (CELY, Nathalie, 2013)

- Zonas especiales de desarrollo económico (ZEDE): A diferencia de las zonas franca del pasado estas son un instrumento que potencia la política de fomento productiva e industrial.
- Se busca deliberadamente a través de este instrumento que se genere aglomeraciones para la transformación productiva industrial de exploración, transferencia tecnológica y oferta internacional de servicios de logística. Algunas zonas que ya se han identificado: industrial (ZOFRAPORT en Posorja que ya existe). En Manta, zona logística y en Loja de tecnología sobre todo diseño de chips y software de exportación. Se harán estudios para establecer zona de biotecnología y otras. (CELY, Nathalie, 2013)

2.2 MARCO LEGAL

La normatividad legal sobre la competitividad de las PYMES no está establecida en una ley específica; sin embargo, el estado establece en su Plan Nacional del Buen Vivir una serie de objetivos y lineamientos que apuntalan el desarrollo de las mismas. Además la Constitución del 2008 expresa la importancia de los pequeños negocios en el desarrollo socioeconómico del país.

Código de la producción

LIBRO I

DEL DESARROLLO PRODUCTIVO,

MECANISMOS Y ÓRGANOS DE

COMPETENCIA

TÍTULO I

Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad

Capítulo I

Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;
- b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia;
- c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código;
- d. La generación de un ecosistema de innovación, emprendimiento y asociatividad mediante la articulación y coordinación de las iniciativas públicas, privadas y populares y solidarias de innovación y transferencia tecnológica productivas, y la vinculación de investigación a la actividad productiva. Así también fortalecerá los institutos públicos de investigación y la inversión en el mejoramiento del talento humano, a través de programas de becas y financiamiento de estudios de tercer y cuarto nivel;
- e. La implementación de una política comercial al servicio del desarrollo de todos los actores productivos del país, en particular, de los actores de la economía popular y solidaria y de la micro, pequeñas y medianas empresas, y para garantizar la soberanía alimentaria y energética, las economías de escala y el comercio justo, así como su inserción estratégica en el mundo;
- f. La profundización del acceso al financiamiento de todos los actores productivos, a través de adecuados incentivos y regulación al sistema financiero privado, público y

popular y solidario, así como del impulso y desarrollo de la banca pública destinada al servicio del desarrollo productivo del país;

g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva;

h. Un desarrollo logístico y de infraestructura que potencie la transformación productiva, para lo que el Estado generará las condiciones para promover la eficiencia del transporte marítimo, aéreo y terrestre, bajo un enfoque integral y una operación de carácter multimodal;

i. La producción sostenible a través de la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia; y,

j. La territorialización de las políticas públicas productivas, de manera que se vayan eliminando los desequilibrios territoriales en el proceso de desarrollo período menor a un año, el cálculo será proporcional al tiempo de trabajo.

La fórmula de cálculo aquí descrita, en ningún caso significa el pago mensualizado de la decimotercera, decimocuarta remuneración y de la participación del trabajador en las utilidades de conformidad con la Ley, cuyos montos seguirán percibiendo de modo íntegro los trabajadores y en las fechas previstas por la Ley. (REGISTRO OFICIAL, 2010)

Ley de medio ambiente, los artículos relacionados con la producción

CAPITULO V

INSTRUMENTOS DE APLICACION DE NORMAS AMBIENTALES

Art. 33.- Establécense como instrumentos de aplicación de las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros que serán regulados en el respectivo reglamento.

Art. 34.- También servirán como instrumentos de aplicación de normas ambientales, las contribuciones y multas destinadas a la protección ambiental y uso sustentable

de los recursos naturales, así como los seguros de riesgo y sistemas de depósito, los mismos que podrán ser utilizados para incentivar acciones favorables a la protección ambiental.

Art. 35.- El Estado establecerá incentivos económicos para las actividades productivas que se enmarquen en la protección del medio ambiente y el manejo sustentable de los recursos naturales.

Las respectivas leyes determinarán las modalidades de cada incentivo (REGISTRO OFICIAL, SUPLEMENTO 418, 2009)

LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE CALIDAD

CAPÍTULO V

De la reglamentación y de la certificación de la conformidad

Art. 31.- Previamente a la comercialización de productos nacionales e importados sujetos a reglamentación técnica, deberá demostrarse su cumplimiento a través del certificado de conformidad expedido por un organismo de certificación acreditado en el país, o por aquellos que se hayan emitido en relación a los acuerdos vigentes de reconocimiento mutuo con el país.⁴

En las compras y adquisiciones de bienes y servicios de los organismos del sector público, incluyendo las entidades autónomas, deberá demostrarse el cumplimiento de la calidad de dichos bienes y servicios con los reglamentos técnicos pertinentes mediante un certificado de conformidad expedido por un organismo de certificación acreditado o designado en el país.

Los jefes de compras y adquisiciones, los fiscalizadores y los directores de las áreas financieras de las entidades públicas serán responsables directos en caso de incumplimiento de lo establecido en el inciso inmediato anterior.

Los productos que cuenten con sello de calidad del INEN, no están sujetos al requisito de certificado de conformidad para su comercialización.

La forma y periodicidad con la que deberá demostrarse la conformidad, será la misma para productos nacionales e importados, a través del reglamento.

⁴DERECHOECUADOR.COM: Ley del sistema ecuatoriano de calidad 2013
www.derechoecuador.com/.../04/.../el-sistema-ecuatoriano-de-la-calidad

Art. 41.- Los productos empacados o envasados por fabricantes, importadores o comerciantes, deberán expresar en su empaque, envase, envoltura o etiqueta, a continuación de la frase contenido neto, la indicación de la cantidad de materia o mercancía que contengan. Tal cantidad deberá expresarse de conformidad con el Sistema Internacional de Unidades (SI), con caracteres legibles y en lugares en que se aprecie fácilmente.⁵

Cuando la transacción se efectúe en base a cantidad de partes, accesorios o unidades de efectos, la indicación deberá referirse al número contenido en el empaque o envase y a sus dimensiones.

En los productos alimenticios empacados o envasados, el contenido neto deberá corresponder al total del producto. Cuando estén compuestos de partes líquida y sólida, además del contenido neto deberá indicarse la cantidad de masa drenada.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Calidad: Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Cliente: Personas que demanda un servicio con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

Cobertura de mercado: Consiste en utilizar técnicas y herramientas para poder llegar a todos los consumidores, la cobertura es el número de consumidores a los que se pretende hacer llegar el producto.

Competitividad: Capacidad de brindar una igual o mayor satisfacción al cliente que las demás empresas de la misma actividad comercial, por lo general el nivel de competitividad lo define la calidad, variedad y precio del producto, aunque cada vez aparecen más factores que resultan importantes para mantener la competitividad, debido a las exigencias del mercado y al alto nivel de competencia.

⁵DERECHOECUADOR.COM: Ley del sistema ecuatoriano de calidad
2013.www.derechoecuador.com/.../04/.../el-sistema-ecuatoriano-de-la-calidad

Creatividad: Es la capacidad de desarrollar un pensamiento original de ideas novedosas y relevantes, el ser creativo permite encontrar soluciones a diferentes problemas que se pueden presentar dentro de la organización.

Estrategia: Es el conjunto de técnicas elaboradas con el propósito de alcanzar un objetivo. Una estrategia se aplica a distintas situaciones, es por eso que existen varios tipos de estrategias, como por ejemplo la estrategia militar, estrategia empresarial, estrategia de marketing que pretende comercializar productos y servicios que logren satisfacer las necesidades de los clientes, a fin de mantener relaciones fructíferas con los clientes, generando así fidelidad hacia una organización y marca, es así como existen diferentes tipos de estrategias dependiendo del contexto en el cual se desarrollan.

Expectativa: Es lo que se cree que es lo más probable que suceda. Una expectativa, es un supuesto, es predecir lo que sucederá en el futuro, puede o no ser realista.

Falencia: Son errores, carencias o fallas de algo, pero se dan de manera involuntaria, muchas empresas tardan mucho o simplemente no quieren darse cuenta de que carecen de algo que sería importante y necesario para su productividad.

Implementación: Aplicación o ejecución de alguna actividad, es aplicar estrategias o medidas requeridas para realizar algo.

Innovación: Consiste en introducir al mercado productos totalmente nuevos o renovar una gama de productos, también puede referirse a realizar cambios en cualquier área de una empresa o en toda su gestión, todo esto está orientado a mejorar la satisfacción de los clientes. La empresa tiene que innovar constantemente para mantener su participación en el mercado.

La estrategia de comunicación: Es el objetivo de comunicar de manera eficaz es un punto primordial para cualquier empresa. Teniendo en cuenta la diversidad de los

públicos al cual su empresa está dirigida así como los múltiples mensajes que debe presentar, su estrategia de comunicación debe articular este conjunto de posibilidades en torno a una directriz clara y constante.

Mercado: Área dentro de la cual los vendedores y compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Plan estratégico: es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente.

Procesos de la empresa: Son todos los procedimientos que realiza el personal de la empresa al momento de realizar sus actividades laborales, los cuales deben efectuarse de manera ordenada y organizada para un óptimo resultado del trabajo realizado.

Productividad.- Es la relación existente entre un producto y un insumo. Depende por lo tanto, de la tecnología, la organización, el comportamiento de los actores sociales involucrados.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014 - 2015

2.4.2 Hipótesis Particulares

Los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro.

La política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro.

Los incentivos generales planteados en la matriz productiva inciden en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro.

El marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro.

2.4.3 Determinación de Variables

Cuadro 4. Variables Independientes y Variables Dependientes

| Variables Independientes | Variables Dependientes |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Matriz Productiva | Fortalecimiento de los Procesos Productivos |
| Sectores priorizados | Oferta de productos/servicios |
| Política de sustentación de importaciones | Producción |
| Incentivos generales | Tecnología productiva |
| Marco legal | Etapas de producción |

2.2.4 Operacionalización de las variables.

Cuadro 5. Operacionalización de las variables

| Variables Independientes | Definiciones | Dimensiones | Indicadores | Técnicas | Instrumentos |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|
| Matriz Productiva | Es la forma cómo se organiza la sociedad para producir determinados bienes y servicios no se limita únicamente a los procesos estrictamente técnicos o económicos, sino que también tiene que ver con todo el conjunto de interacciones entre los distintos actores sociales. | Economía Finanzas | Análisis de resultados. Estrategias. Organización. Planificación | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Sectores priorizados | Son los que faciliten la articulación efectiva de la política pública y la materialización de esta transformación, pues permitirán el establecimiento de objetivos y metas específicas observables en cada una de las industrias que se intenta desarrollar. | Economía socioeconómica | Política pública. Matriz Productiva. | ENCUESTA | CUESTIONARIO |

| | | | | | |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------|----------|--------------|
| Política de sustentación de importaciones | Puede involucrar aquellas medidas de política económica que favorecen el proceso de sustitución de importaciones, tales como establecer altas tarifas a la importación de bienes, depósitos previos de importación, y en general cualquier barrera artificial a la internación de bienes extranjeros al país. | Economía Leyes Normas Reglamentos | Medidas políticas económicas | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Incentivos generales | Se utilizan con frecuencia para estimular un comportamiento deseado por parte de la persona que los recibe. | Recursos Humanos | Productividad laboral | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Marco legal | Proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política | Leyes Decretos | Normas Leyes Reglamentos | ENCUESTA | CUESTIONARIO |

| Variables Dependientes | Definiciones | Dimensiones | Indicadores | Técnicas | Instrumentos |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|----------|--------------|
| Fortalecimiento de los Procesos Productivos | Es un proyecto que coordina la Senplades con la finalidad de diseñar e implementar metodologías y mecanismos aplicables a la Inversión Pública que transformen la matriz productiva. | Economía de producción y escala | Organismos como el Senplades. Mecanismos aplicables | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Oferta de productos/servicios | Se deben vender como gangas u oportunidades únicas, para invitar al comprador a que las aproveche sin opción a considerar otras alternativas. | Marketing ventas | Plan de promociones | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Producción | Proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. | Economía Contabilidad de costo | Índices de rentabilidad | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Tecnología productiva | Es un adjetivo que refiere a aquel o aquello que tiene virtud de producir o que resulta útil y provechoso. | Técnicas de desarrollo productivo | Mecanismos tecnológicos | ENCUESTA | CUESTIONARIO |
| Etapas de producción | es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. | Procesos productivos | Planificación | ENCUESTA | CUESTIONARIO |

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El estudio efectuado corresponde a los siguientes tipos de investigación científica:

Investigación Descriptiva.- Permitió conocer la información relevante sobre cada variable, desde el aspecto teórico con la finalidad de dar paso a hipótesis con menor sesgo o riesgo de no ser probadas o verificadas.

“La investigación descriptiva es aquella en la que se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno de estudio” (SALKIND, 2000)

Investigación Correlacional.- Consintió medir dos o más variables que estuvieron probablemente relacionadas entre sí las cuales estuvieron operando directamente en el sujeto o fenómeno.

“Esta tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables” (SALKIND, 2000)

Investigación Explicativa.- Nos permitió analizar cada uno de los objetivos del problema para así acceder a las causas y efectos que existen en la relación de cada una de las variables. Este tipo de investigación se aplicó en el presente proyecto para indagar sobre las causas y efectos que tiene la Matriz Productiva en las PYMES y tratar de solucionar los problemas que existen.

“Se plantean como objetivos estudiar el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones”. (SALKIND, 2000)

Investigación de Campo.- Fue aplicada para comprender y resolver necesidades o problemas determinados, en esta se obtuvieron datos relevantes para su análisis e interpretación. Este tipo de investigación nos facilitara datos primordiales basados en encuestas y entrevistas a fin de obtener una fuente de información directa y fidedigna de los temas que se tratan.

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (PALELLA & MARTINS, 2010)

Investigación cuantitativa.- Investigación que permitió cuantificarlos datos obtenidos de la recolección de campo mediante procesos matemáticos, científicos y/o estadísticos. En esta investigación se recolectaron datos de los cuales obtendremos mediante el análisis estadístico resultados que permitan inferir en busca de la verificación de hipótesis planteadas.

“La investigación cuantitativa los estudios que se utilizan en este enfoque confían en la medición numérica, conteo, y en uso de estadística para establecer indicadores exactos” (SAMPIERI H. , 2006)

Investigación cualitativa.- Es describir las cualidades de un fenómeno existente sin tener que entrar a procesos de evaluación cuantitativos.

Los temas a tratarse en el presente trabajo serán descritos de manera sistemática y organizada con base en criterios técnicos y servirán de base en la búsqueda de alternativas de solución a las múltiples interrogantes existentes.

“La investigación cualitativa se enfoca a comprender y profundizar los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto.” (SAMPIERI R. H., 2010)

En cuanto a los diseños de investigación estos han sido:

Diseño no Experimental.- Este diseño de investigación se basó en realizar estudios donde no se hizo de manera deliberada el manejo de las variables independiente con el fin de comprobar su efecto sobre la demás variables.

El diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto este diseño no se construye una situación específica si no que se observan las que existen. (PALELLA & MARTINS, 2010)

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

La investigación se basó como unidad de análisis en las PYMES del Cantón Milagro, con la finalidad de conseguir información relevante de sus administradores o dueños; sin embargo para tener un análisis más certero y libre de sesgo, es necesario considerar una segunda unidad de análisis que serán los expertos, en este caso un representante de la SENPLADES especialista en temas de producción y su desarrollo. Los datos poblacionales fueron tomados del sistema REDATAM del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, según censo 2010 de población y vivienda. La población de las PYMES asciende a 106 en el cantón Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población

Población 1: PYMES del Cantón Milagro (dueños o administradores)

Delimitación Geográfica:

País: Ecuador

Región: Costa

Zona: 5

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Total de PYMES 106

Población 2:

Experto de la SENPLADES

Subsecretaria de la zona 5 SENPLADES MILAGRO Econ. Carla Zambrano

Teléfono: 2971154 – 2711257

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra es no probabilística; porque nosotras seleccionamos los individuos de esta investigación, es decir que debemos escoger a las personas que entrevistaremos de acuerdo al perfil que se ajuste al motivo de investigación.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Nuestra muestra será de una población finita ya que sabemos con certeza del tamaño de la población, se aplicara la respectiva formula estadística contando con un margen de error de 0,5 y con un total de población de PYMEs de 106.

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

Dónde:

n: tamaño de la muestra.

N: tamaño de la población

p: posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E: error, se considera el 5%; E = 0,05

Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96

$$n = \frac{106(0.5)(0.5)}{\frac{(106-1)(0.05)^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{106(0.25)}{\frac{(105)(0.0025)}{3,8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{26,5}{\frac{0,2625}{3,8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{26,5}{0,06833 + (0.25)}$$

$$n = 83,$$

Por ende, se determina que para que la muestra sea representativa de la población de PYMES es necesario encuestar a 83 PYMES, específicamente a sus administradores.

Sin embargo para efectuar un trabajo estadístico donde el sesgo disminuya, se tomó la decisión de establecer la siguiente muestra estratificada:

Muestreo Considerando la estratificación según tamaño de los negocios y actividad.

Cuadro 6. Muestreo Considerando la estratificación según tamaño de los negocios y actividad

| Sector | Población | Porcentaje Poblacional | Muestra |
|---------------|------------------|-------------------------------|----------------|
| Manufactura | 5 | 4.72 | 4 |
| Comercio | 35 | 33.02 | 27 |
| Servicio | 65 | 61.32 | 51 |
| Otros | 1 | 0.94 | 1 |
| TOTAL | 106 | 100 | 83 |

Cuadro 7. Muestra Estratificada por Sector Económico y Tamaño de la empresa

| Sector | Población | | Porcentajes | | Muestra | |
|--------------|-----------|---------|-------------|---------|---------|---------|
| | Pequeña | Mediana | Pequeña | Mediana | Pequeña | Mediana |
| Manufactura | 4 | 1 | 3.77 | 0.94 | 3 | 1 |
| Comercio | 34 | 1 | 32.09 | 0.94 | 27 | 1 |
| Servicio | 57 | 8 | 53.77 | 7.55 | 44 | 6 |
| Otros | 1 | 0 | 0.94 | 0 | 1 | 0 |
| | 96 | 10 | | | | |
| TOTAL | 106 | | 100% | | 83 | |

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección dependió mucho del tipo de muestra que seleccionamos anteriormente, como nuestra muestra es no probabilística el proceso de selección de los individuos se realizaron de manera personal y directa, esta población nos permitió indicar un análisis concreto y conocer los factores que incidieron en el problema que se indago, sin distinción de edad, ni de raza ni situación socioeconómica.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Inductivo: Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. (SAMPIERI R. H., 1996)

Deductivo: Llamado también silogístico, consiste en derivar una premisa, ley o axioma general, una conclusión, situación o aspecto general. por lo que se dice el método deductivo va de lo universal o general a particular a lo individual. (DESCARTES, 1975)

Lógico: Consiste en inferir de la semejanza de algunas características entre dos objetos, la probabilidad de que las características restantes sean también semejantes. Los razonamientos analógicos no son siempre válidos. (SAMPIERI R. H., 1996)

Analítico: Consiste en dividir todo un abstracto o concreto en sus elementos integrantes para investigar su naturaleza y efectos. El análisis implica resolver pues el todo actual en las diferentes partes que lo integran. (CASTRO, 1975)

Sintético: es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis; se trata en consecuencia de hacer una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia de lo que ya conocemos en todas sus partes y particularidades. (LIMON, 2006)

3.3.2 Métodos empíricos

Es aquel que se transmite por medio de los sentidos en donde surgen las verdaderas ideas para lograr establecer el origen del conocimiento humano y la constitución psíquica del sujeto. (DEMOCRITO, 2005)

El método empírico es transferido por lo que uno considera ya sea dándose por hábitos de expectativas basadas o que coincidan con alguna experiencia del pasado.

3.3.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas que se utilizaron para la presente investigación nos permitió obtener datos valiosos que puedan influenciar las decisiones futuras que se deben tomar para obtener un resultado satisfactorio hacia lo que se busca estudiar.

Encuesta.- Son instrumentos de investigación descriptiva que precisa identificar a priori las preguntas a realizar, las persona seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo. (TRESPALACIOS, 2005)

Es un documento de preguntas que permite determinar el mercado y observar las necesidades referentes a lo que requieren la incidencia del fortalecimiento de los procesos productivos de las PYMES. Estos resultados o datos se los recolectara a través de un cuestionario elaborado con un total de 10 preguntas las cuales servirán para comprobar la hipótesis.

El instrumento de la encuesta es el Cuestionario que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. (SAMPIERI R. H., 2010). Método que se utilizó mediante un formulario impreso que es destinado a obtener respuestas sobre el problema que se estudió y que la persona que fue investigada o consultada lleno por sí misma.

Entrevista.- se la define como una comunicación interpersonal a través de una conversación estructurada que configura una relación dinámica y comprensiva desarrollada en un clima de confianza y aceptación con la finalidad de informar y orientar. (LAZARO, 1987)

Se aplicó en este proyecto para recolectar información fidedigna y conocer la realidad de este medio en base a la experiencia y conocimientos que posee nuestro entrevistado, lo cual ayudo al enriquecimiento de nuestra base de datos.

Guía de preguntas estructuradas.- Denominada estructurada cuando el entrevistador prepara previamente una guía de preguntas con un orden definido.

Llevar a efecto este tipo de entrevista demanda información suficiente sobre el tema u objeto de estudio así como de claridad acerca de la información requerida para alcanzar los objetivos, es decir, saber con precisión qué datos necesitará recopilar a

través de la entrevista. Asimismo, se recomienda su uso para aplicarlas a especialistas o "informantes clave" o, cuando el entrevistador no tiene suficiente experiencia, con el fin de evitar perder el objetivo de la entrevista. (LOUBET OROZCO, Roxana)

Formato de preguntas que se le realiza a una persona preparada en su campo con el fin de obtener información verídica y de hechos reales del tema que se está tratando.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Mediante las técnicas de la encuesta y la entrevista, que se efectuarán con el mismo propósito de obtener información, se debe seguir un procedimiento de la misma para desarrollar un análisis y constituir puntos de vista que establezcan la solución de la mejora de los procesos productivos.

El procesamiento estadístico de la información será la siguiente:

- ❖ Aplicación de instrumentos
- ❖ Recolección de datos
- ❖ Tabulación e interpretación de datos en programa EXCEL
- ❖ Interpretación de datos (verificación de hipótesis)

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual

De acuerdo a la información recopilada de la encuesta que se aplicó a dueños o dirigen las PYMES en el cantón Milagro, se procede a establecer los siguientes resultados:

1. Su nivel de conocimiento sobre la nueva matriz productiva y su incidencia en las PYMES, es:

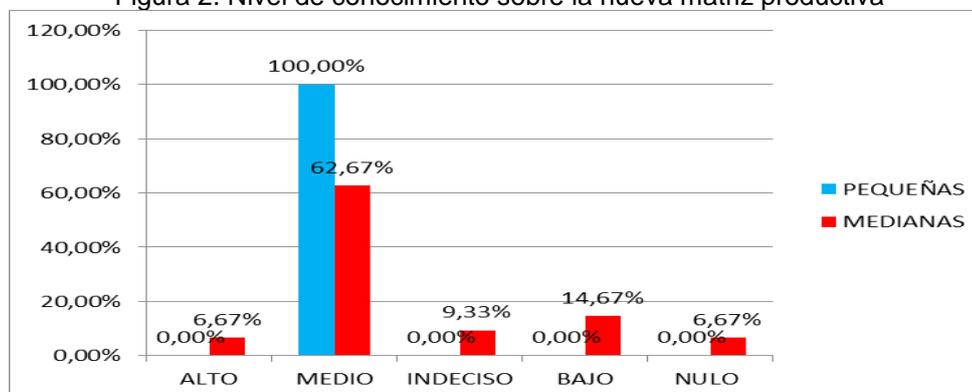
Cuadro 8. Nivel de conocimiento sobre la nueva matriz productiva

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| ALTO | 2 | 0 | 3 | 0 | 5 | 6,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 5 |
| MEDIO | 11 | 1 | 35 | 0 | 47 | 62,67% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 55 |
| INDECISO | 2 | 1 | 4 | 0 | 7 | 9,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 7 |
| BAJO | 9 | 1 | 0 | 1 | 11 | 14,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 11 |
| NULO | 3 | 0 | 2 | 0 | 5 | 6,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 5 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 2. Nivel de conocimiento sobre la nueva matriz productiva



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 100% de los dueños de negocios pequeños consideran que el nivel de conocimiento de la nueva matriz productiva está en un nivel medio. En lo que concierne al 62,67% de las empresas medianas, de la misma manera han tenido un nivel medio de conocimiento sobre la nueva matriz productiva, un 14,67% en un nivel bajo, un 9,33% de los dueños de estos negocios se encuentran en una situación de indecisión en lo que corresponde al nivel de conocimiento, un 6,67% de negocios tienen un conocimiento alto a cerca de la nueva matriz productiva y su incidencia en las PYMES y un 6,67% es nulo el cual no tienen conocimiento de la misma.

Análisis:

Existe difusión pero no total sobre los cambios de la matriz productiva y sus beneficios a las PYMES; por ello se pueden estar obviando el aprovechamiento de oportunidades valiosas que llevarán a un crecimiento de los sectores productivos en lo que respecta a las pequeñas y medianas empresas.

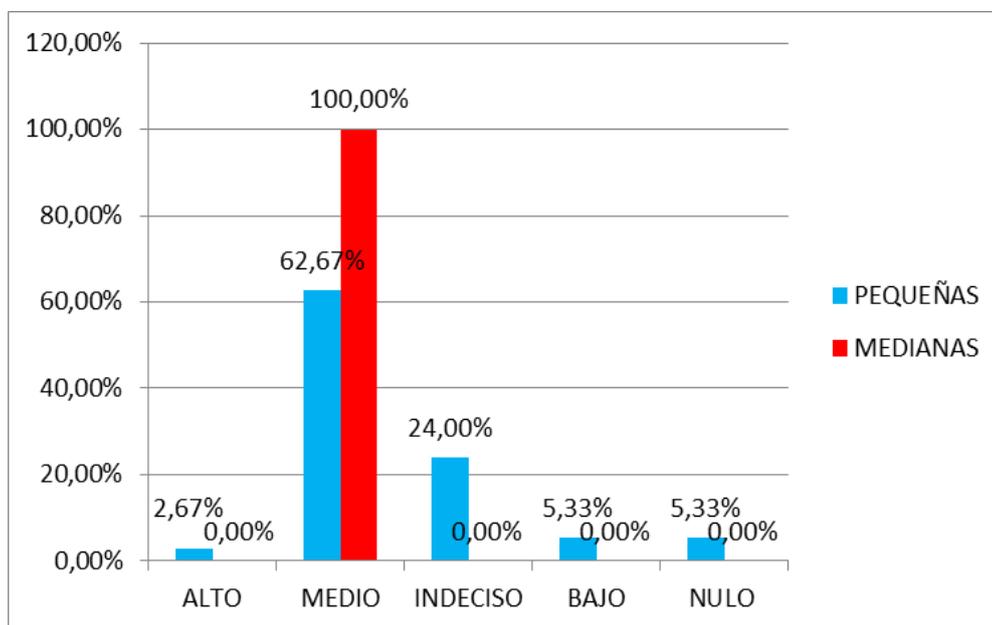
2. Considera usted que sus procesos productivos son débiles frente a sus competidores, esto en un nivel:

Cuadro 9. Nivel de los procesos productivos frente a sus competidores

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| ALTO | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| MEDIO | 17 | 2 | 27 | 1 | 47 | 62,67% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 55 |
| INDECISO | 4 | 0 | 14 | 0 | 18 | 24,00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 18 |
| BAJO | 3 | 1 | 0 | 0 | 4 | 5,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 4 |
| NULO | 2 | 0 | 2 | 0 | 4 | 5,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 4 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 3. Nivel de los procesos productivos frente a sus competidores



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 62,67% de los dueños de negocios pequeños consideran que sus procesos productivos son débiles frente a sus competidores estando de nivel medio, han tenido un nivel medio, un 24% de los dueños de estos negocios se encuentran en una situación de indecisión frente a sus competidores, un 5,33% tanto en nivel bajo y nulo en relación a sus procesos productivos, y un 2,67% de negocios tienen un conocimiento alto a cerca de cuan débiles son sus procesos productivos frente a sus posibles sus competidores. En lo que concierne al 100% de las empresas medianas, obtuvieron un nivel medio.

Análisis:

Existe un alto porcentaje sobre cuán débiles son sus procesos productivos frente a sus competidores; de tal forma que tanto pequeñas como medianas empresas están desaprovechando oportunidades las cuales les llevara a que sus procesos productivos estén en nivel alto frente a sus competidores.

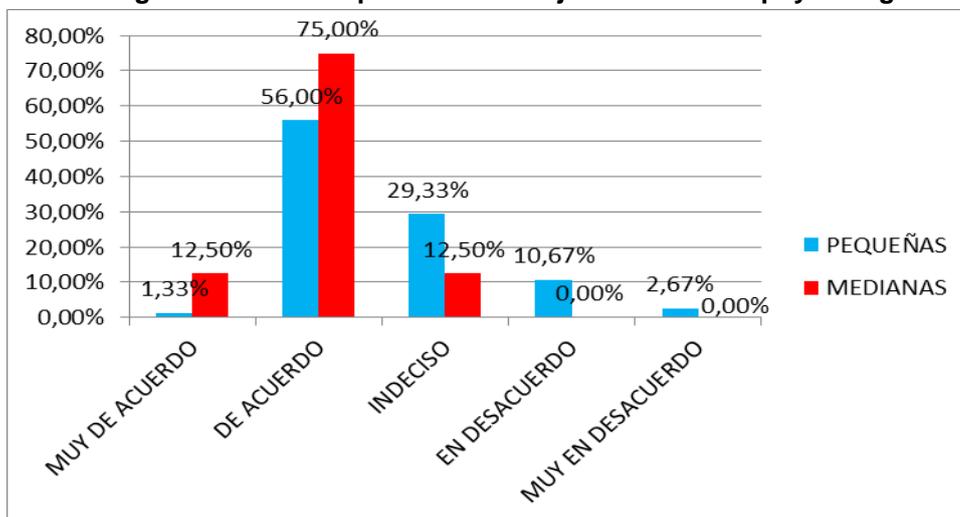
3. ¿Considera usted que sus procesos productivos se verán mejorados con el apoyo del gobierno?

Cuadro 10. Procesos productivos mejorados con el apoyo del gobierno

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY DE ACUERDO | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 2 |
| DE ACUERDO | 21 | 1 | 20 | 0 | 42 | 56,00% | 1 | 0 | 5 | 0 | 6 | 75,00% | 48 |
| INDECISO | 2 | 2 | 18 | 0 | 22 | 29,33% | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 12,50% | 23 |
| EN DESACUERDO | 2 | 0 | 5 | 1 | 8 | 10,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 8 |
| MUY EN DESACUERDO | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 4. Procesos productivos mejorados con el apoyo del gobierno



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 56% de los dueños de negocios pequeños están de acuerdo que sus procesos productivos se verán mejorados con el apoyo del gobierno, el 29,33% se encuentran

en una situación de indecisión, el 10,67% consideran que están en desacuerdo, el 2,67 están muy en desacuerdo y un 1,33% muy de acuerdo. En lo que concierne al 75% de las empresas medianas, mencionan que están de acuerdo que sus procesos productivos serán mejorados, y un 12,50% están muy de acuerdo e indecisos en algunos casos.

Análisis:

Existe un alto acuerdo en cuanto a sí sus procesos productivos se verán mejorados con el apoyo del gobierno; por ello se pueden estar quitando el aprovechamiento de oportunidades de gran valor; mismas que llevaran a un crecimiento en cuanto a sus procesos productivos en lo que respecta a pequeñas y medianas empresas.

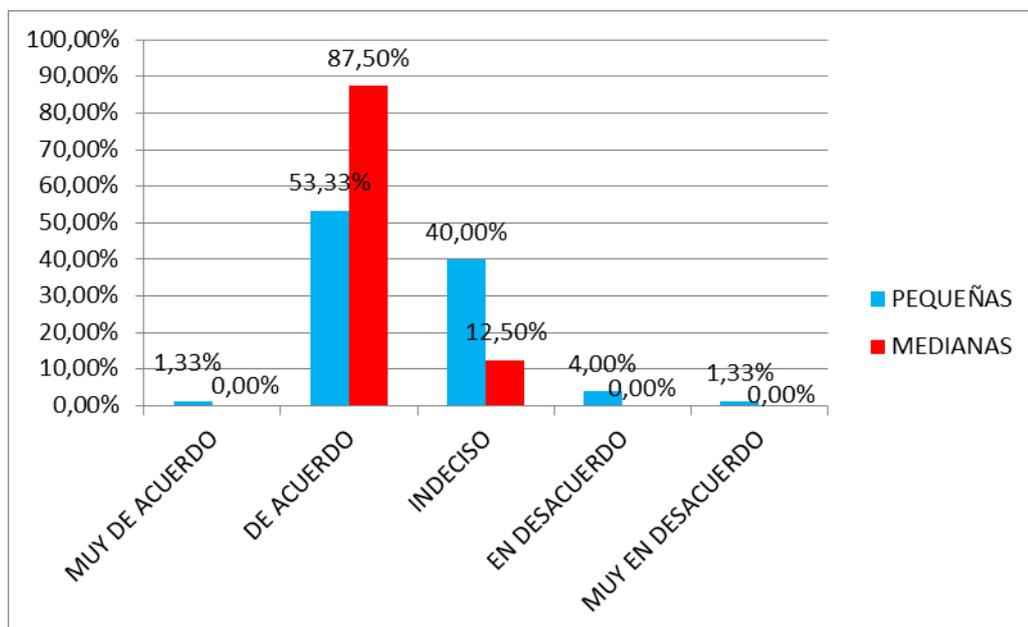
4. ¿El tipo de productos/servicios que actualmente oferta está acorde a las exigencias del mercado?

Cuadro 11. Tipos de productos/servicios acorde con las exigencias del mercado

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY DE ACUERDO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| DE ACUERDO | 20 | 1 | 18 | 1 | 40 | 53,33% | 1 | 1 | 5 | 0 | 7 | 87,50% | 47 |
| INDECISO | 7 | 1 | 22 | 0 | 30 | 40,00% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 31 |
| EN DESACUERDO | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 | 4,00% | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0,00% | 3 |
| MUY EN DESACUERDO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 5. Tipos de productos/servicios acorde con las exigencias del mercado



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 53.33% de los dueños de negocios pequeños están de acuerdo que sus servicios están acorde a las exigencias del mercado, el 40% se encuentran en una situación

de indecisión, el 4% consideran que están en desacuerdo, el 1,33% están muy en desacuerdo y un 1,33% muy de acuerdo. En lo que concierne al 87,50% de las empresas medianas, mencionan que están de acuerdo con el tipo de servicios que ofertan, y un 12,50% están en una situación de indecisión frente al tipo de servicio ofertante.

Análisis:

Existe un alto acuerdo en cuanto al tipo de productos/servicios que actualmente oferta estando acorde a las exigencias del mercado; de tal forma que está obviando oportunidades valiosas misma que ayudará a que el producto/servicio tenga mayor acogida en el mercado.

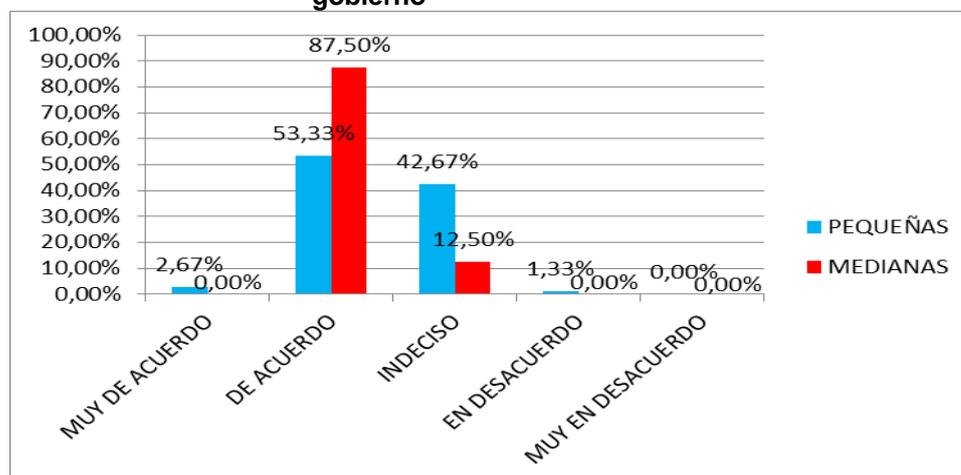
5. ¿Los productos/servicios que comercializa actualmente están relacionados con las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno, para los cambios productivos del país?

Cuadro 12. Productos/servicios relacionados con las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY DE ACUERDO | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| DE ACUERDO | 13 | 2 | 25 | 0 | 40 | 53,33% | 1 | 1 | 5 | 0 | 7 | 87,50% | 47 |
| INDECISO | 12 | 1 | 18 | 1 | 32 | 42,67% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 33 |
| EN DESACUERDO | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| MUY EN DESACUERDO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 6. Productos/servicios relacionados con las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 53,33% de los dueños de negocios pequeños están de acuerdo que sus productos o servicios están relacionados con las nuevas estipulaciones, el 42,67% se encuentran en una situación de indecisión, el 2,67% consideran que están en

desacuerdo, y el 1,33% están muy en desacuerdo. En lo que concierne al 87,50% de las empresas medianas, mencionan que están de acuerdo debido a que sus productos se relacionan con las estipulaciones del gobierno, y un 12,50% están en una situación de indecisión.

Análisis:

Existe un alto acuerdo de los dueños o propietarios de las Pymes del cantón milagro los cuales tanto sus productos o servicios que comercializa están relacionados con las nuevas estipulaciones; pero no total sobre las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno; por ello se pueden estar obviando el aprovechamiento de oportunidades valiosas mismas que llevarán a un crecimiento tanto en las Pymes como en el país.

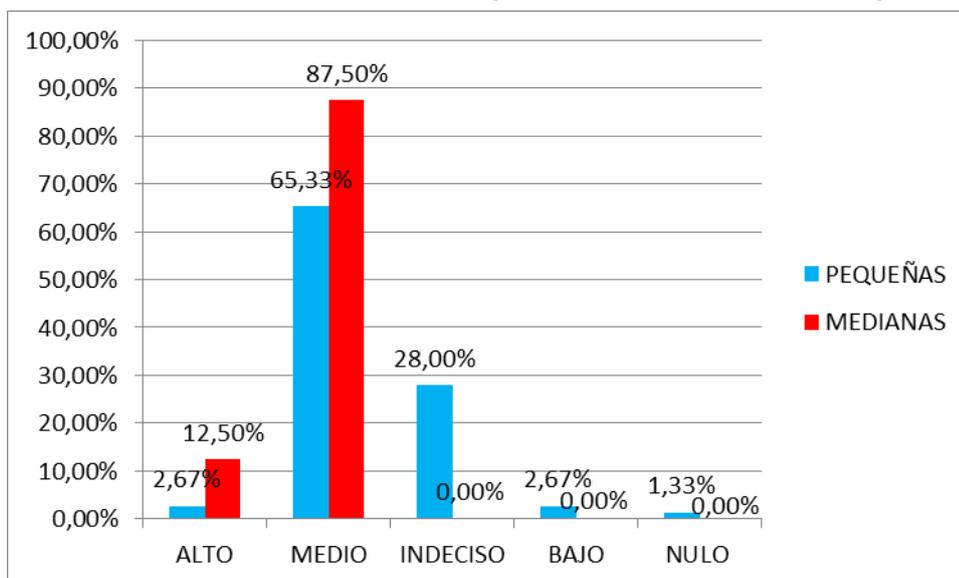
6. Su nivel de conocimiento acerca de la política de sustentación de importaciones es:

Cuadro 13. Nivel de conocimiento acerca de la política de sustentación de importaciones

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|-----------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| ALTO | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 3 |
| MEDIO | 20 | 3 | 26 | 0 | 49 | 65,33% | 1 | 1 | 5 | 0 | 7 | 87,50% | 56 |
| INDECISO | 5 | 0 | 16 | 0 | 21 | 28,00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 21 |
| BAJO | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| NULO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 7. Nivel de conocimiento acerca de la política de sustentación de importaciones



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 65.33% de los dueños de negocios pequeños consideran que su nivel de conocimiento en cuanto a la política de sustentación de importaciones está en un nivel medio, un 28% de los dueños de estos negocios se encuentran en una situación de indecisión, un 2,67% tienen un nivel tanto alto como bajo y un 1,33% están en un nivel nulo teniendo un desconocimiento absoluto, En lo que concierne al

87,50% de las empresas medianas, obtuvieron un nivel medio en cuanto al conocimiento de estas importaciones y por ultimo un 12,50% en nivel alto.

Análisis:

Los dueños de las PYMES Milagreñas se muestran con un nivel medio en su mayoría cuando se les pregunta acerca de la política de sustentación de importaciones, lo que permite visualizar que no hay un conocimiento amplio de dichas políticas y por ende se estarían desaprovechando oportunidades de desarrollo; sin embargo, también se puede inferir que quienes tienen negocios del tamaño en referencia (PYMES) no han sido beneficiados por la política de sustentación de importaciones.

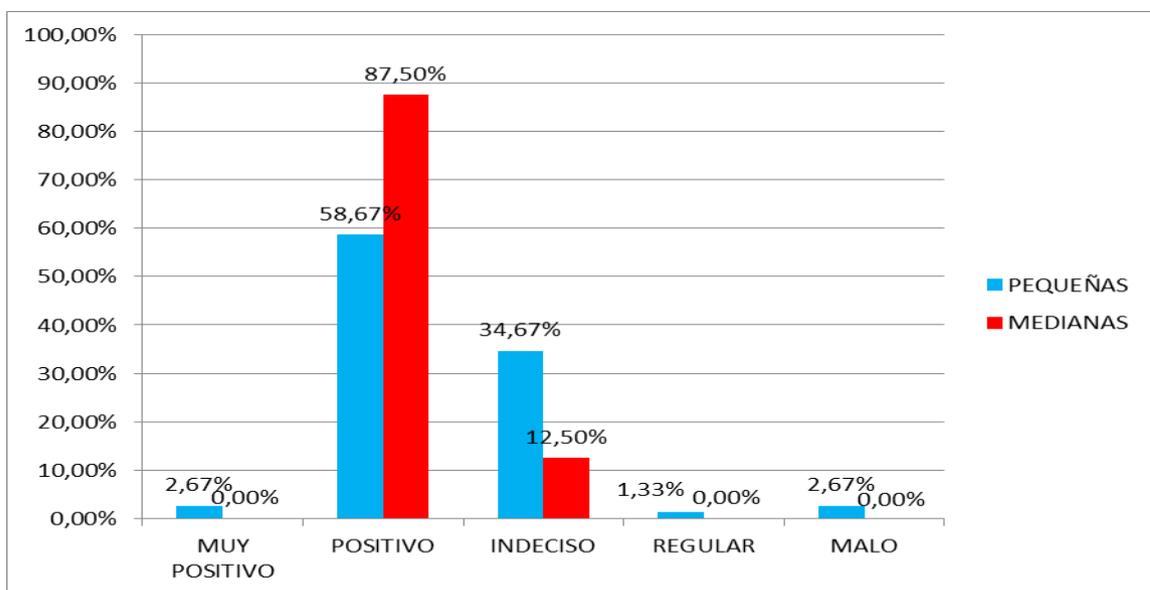
7. El efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus actividades es:

Cuadro 14. Efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus actividades

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMERC. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY POSITIVO | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| POSITIVO | 14 | 3 | 27 | 0 | 44 | 58,67% | 1 | 0 | 6 | 0 | 7 | 87,50% | 51 |
| INDECISO | 11 | 0 | 14 | 1 | 26 | 34,67% | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 12,50% | 27 |
| REGULAR | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| MALO | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 8. Efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus actividades



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 58,67% de los dueños de negocios pequeños consideran positivo el efecto de la política de sustentación de importaciones que ha tenido en sus actividades, el

34,67% los dueños tienen indecisión en cuanto a este efecto, el 2,67% lo consideran en algunos casos muy positivo y malo, el 1,33% consideran el efecto en un nivel regular. En lo que concierne al 87,50% de las empresas medianas consideran positivo el efecto de la política de sustentación de importaciones y un 12,50% restante consideran en un nivel indeciso.

Análisis:

Los dueños de las PYMES Milagreñas mantienen que el efecto de la política de sustentaciones está en un nivel positivo en su mayoría pero no total sobre el efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus importaciones, lo que representa que su resultado en sus actividades se no hay un efecto amplio de dichas políticas; de tal forma se estarían desaprovechando oportunidades de gran valor; misma que llevarían al crecimiento en lo que respecta a pequeñas y medianas empresas no siendo beneficiados de la política de sustentación de importaciones.

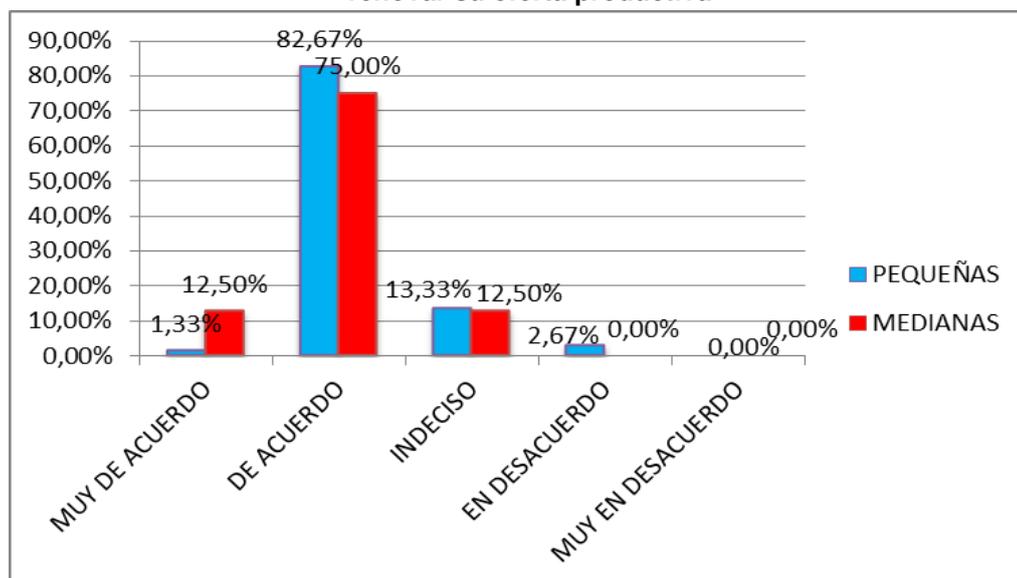
8. ¿Considera que la política de sustentación de importaciones llevará a las PYMES a cambiar o renovar su oferta productiva?

Cuadro 15. La política de sustentación de importaciones llevará a las PYMES a cambiar o renovar su oferta productiva

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY DE ACUERDO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 2 |
| DE ACUERDO | 23 | 1 | 37 | 1 | 62 | 82,67% | 1 | 1 | 4 | 0 | 6 | 75,00% | 68 |
| INDECISO | 3 | 1 | 6 | 0 | 10 | 13,33% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 11 |
| EN DESACUERDO | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| MUY EN DESACUERDO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 9. La política de sustentación de importaciones llevará a las PYMES a cambiar o renovar su oferta productiva



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 82,67% de los dueños de negocios pequeños están de acuerdo con que la política de sustentación llevara a las PYMES a mejorar su oferta productiva, el 13,33%

indican que están indecisos, el 2,67% consideran que están en desacuerdo y el 1,33 están muy de acuerdo. En lo que concierne al 75% de las empresas medianas, mencionan que están de acuerdo que la política de sustentación llevara a mejorar su oferta productiva, un 12,59 están muy de acuerdo y un 12,50% restantes están indecisos.

Análisis:

Se podría decir que los dueños de las PYMES milagreñas están de acuerdo con lo que tienen que ver con la política de sustentaciones ya que esto llevara a que sus procesos productivos mejores y que sus productos sean de calidad ya que no se necesitara de que los productos sean traídos de otros países si no que se los procesen en el país y esta a su vez daría como resultado una baja de costos y mejoras de calidad e innovación.

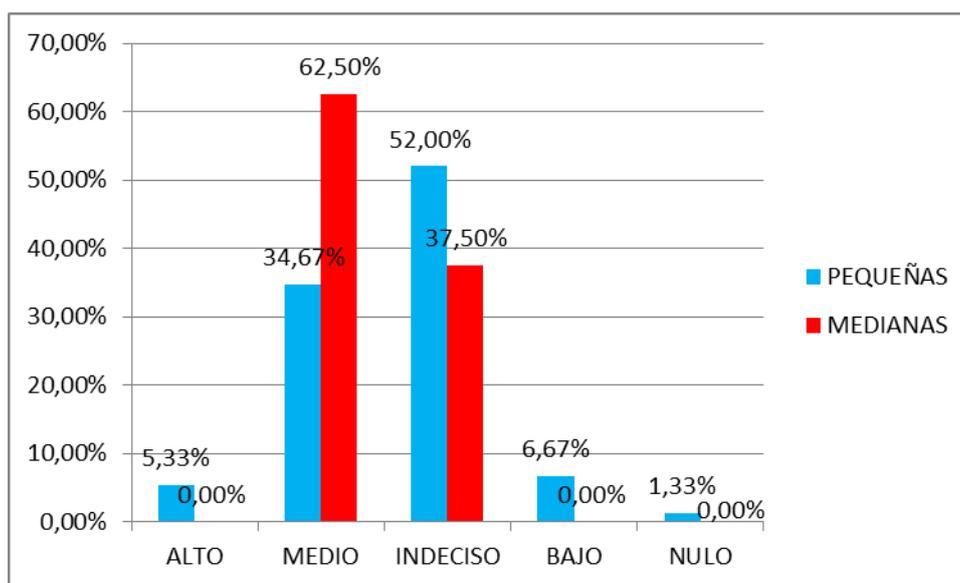
9. Su nivel de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva y que impulsa el gobierno a favor de las PYMES, es:

Cuadro 16. Nivel de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| ALTO | 3 | 0 | 1 | 0 | 4 | 5,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 4 |
| MEDIO | 10 | 0 | 16 | 0 | 26 | 34,67% | 1 | 0 | 4 | 0 | 5 | 62,50% | 31 |
| INDECISO | 11 | 3 | 24 | 1 | 39 | 52,00% | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 | 37,50% | 42 |
| BAJO | 3 | 0 | 2 | 0 | 5 | 6,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 5 |
| NULO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 10. Nivel de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 52% de los dueños de los pequeños negocios consideran que su nivel de conocimientos sobre los incentivos que se plantean en la matriz productiva es indeciso, un 34,64% de negocios tienen un conocimiento medio, un 6,67% de dueños de negocios tienen un conocimiento regular, un 5,33% tienen un nivel alto de

conocimientos y un 1.33% tienen un conocimiento regular sobre los incentivos que plantea el gobierno en la matriz productiva. Con lo que respecta a las medianas empresas un 62,50% tienen un nivel medio y un 37,50% tienen un nivel de indecisión sobre conocimientos de los incentivos.

Análisis:

Con los resultados obtenidos de esta pregunta se puede deducir que los dueños o administradores de los pequeños negocios del cantón milagro tienen de indecisión ya que no conocen mucho sobre los incentivos que se plantean en la matriz productiva, es por ello que los dueños de estos pequeños negocios piden una información que le ayude a saber a profundidad sobre la matriz productiva y como influye en las Pymes, caso muy distinto ocurrió con los negocios medianos ellos si tienen un nivel medio de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva.

10. Considera usted que su PYME posee y trabaja con tecnología productiva, en un nivel:

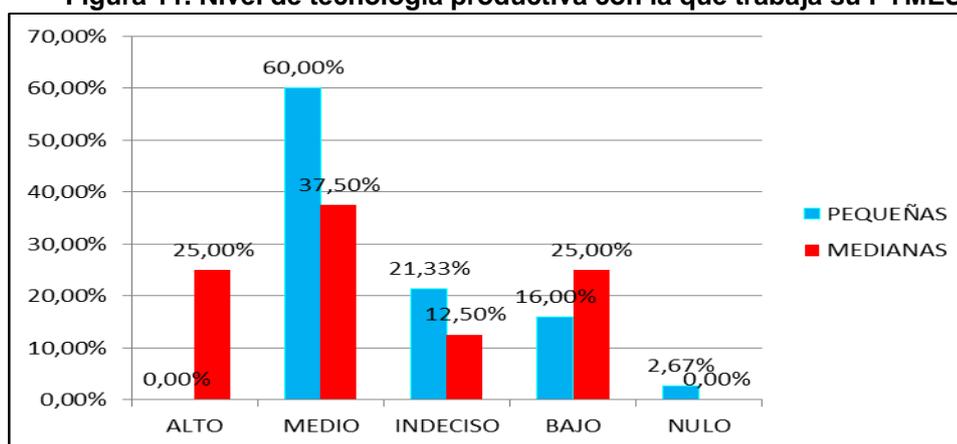
Cuadro 17. Nivel de tecnología productiva con la que trabaja su PYMES

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| ALTO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 25,00% | 2 |
| MEDIO | 11 | 2 | 31 | 1 | 45 | 60,00% | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | 37,50% | 48 |
| INDECISO | 6 | 0 | 10 | 0 | 16 | 21,33% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 17 |
| BAJO | 8 | 1 | 3 | 0 | 12 | 16,00% | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 25,00% | 14 |
| NULO | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 11. Nivel de tecnología productiva con la que trabaja su PYMES



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 60% de los dueños de negocios pequeños consideran que posee y trabaja con tecnología productiva en un nivel medio, el 21,33% de los dueños de estos negocios se encuentran en una situación de indecisión frente a la pregunta sobre si trabajan con tecnología productiva, 16% está en un nivel bajo y el 2,67% considera que su nivel es nulo con respecto a la tecnología productiva. En lo que respecta al 37,50% de las empresas medianas, han tenido un nivel medio, el 25% tiene un nivel alto y ajo a la vez según arrojan los resultados y por último el 12,50% restantes están en un nivel de indecisión.

Análisis:

Estos resultados arrojaron que más de la mitad de los dueños de las PYMES trabajan con un nivel medio de tecnología productiva con esto nos supieron decir no tienen una capacitación para poder mejorar sus manejos en las maquinarias nuevas y de ser posible que la tuvieran se mejoraría totalmente sus procesos productivos y la mejora de calidad en sus productos.

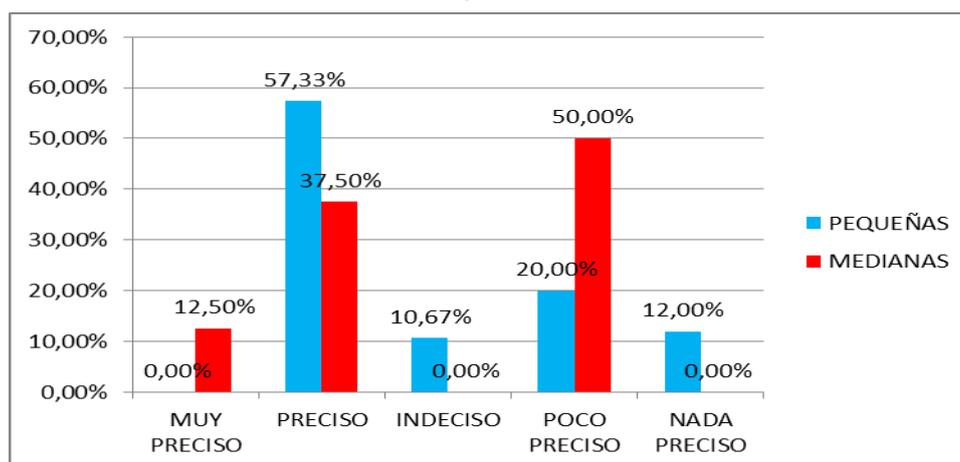
11. ¿Sabe usted en forma precisa, cuáles son los incentivos que da el gobierno a las PYMES para que estas accedan a la tecnología productiva?

Cuadro 18. Incentivos que da el gobierno a las PYMES para que accedan a la tecnología productiva

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY PRECISO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 1 |
| PRECISO | 14 | 1 | 27 | 1 | 43 | 57,33% | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | 37,50% | 46 |
| INDECISO | 2 | 1 | 5 | 0 | 8 | 10,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 8 |
| POCO PRECISO | 4 | 1 | 10 | 0 | 15 | 20,00% | 0 | 0 | 4 | 0 | 4 | 50,00% | 19 |
| NADA PRECISO | 7 | 0 | 2 | 0 | 9 | 12,00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 9 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 12. Incentivos que da el gobierno a las PYMES para que accedan a la tecnología productiva



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura interpretativa

El 57,33% de las pequeñas empresas sabe en forma precisa los incentivos que el gobierno da a las PYMES para que acceda a la tecnología productiva, el 20% lo sabe de manera poco precisa, el 12% sabe de manera nada precisa y el 10,67% está indeciso hacia esta pregunta. En lo consiguiente el 50% de las empresas medianas sabe de manera poco precisa sobre los incentivos que brinda el gobierno a las

PYMES, el 37,50% lo sabe de manera precisa y el 12,50% lo sabe de manera muy precisa.

Análisis:

Los resultados obtenidos en las encuestas a Los dueños de las PYMES se mostraron que más de la mitad sabe en forma precisa como el gobierno hará para que ellos accedan a los incentivos dados por el gobierno y que accedan a la tecnología productiva ya que según los encuestados tienen información sobre esta debido a los Centros de Fomento Productivo en estos resultados también se muestra que en las medianas empresas casi nadie de ellas sabe qué tipo de incentivos se dan y ni como acceder a la tecnología productiva es por eso que se pide que den más información y que está al alcance para ellos tomar en cuenta todo lo que el gobierno pone a disponibilidad de ellos.

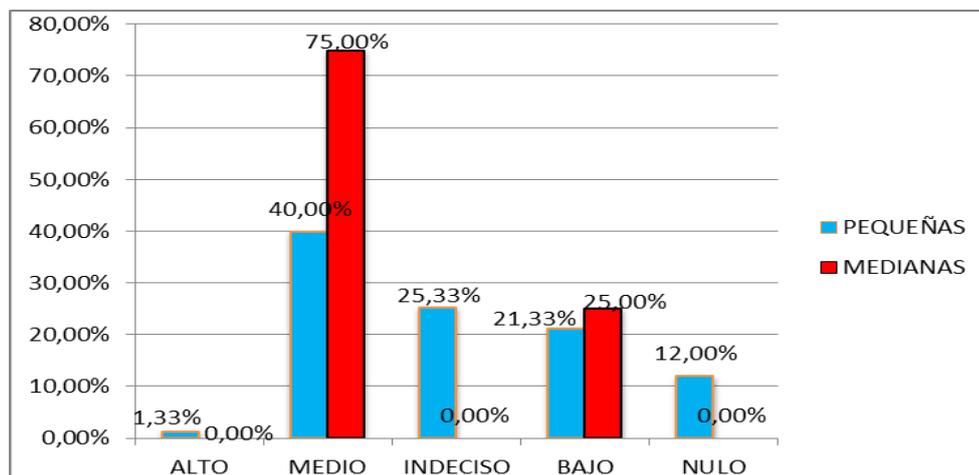
12. ¿En qué nivel conoce usted la nueva normativa legal que rige a las PYMES?

Cuadro 19. Nivel de conocimiento de la nueva normativa legal que rige a las PYMES

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|--------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| ALTO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| MEDIO | 8 | 2 | 19 | 1 | 30 | 40,00% | 1 | 1 | 4 | 0 | 6 | 75,00% | 36 |
| INDECISO | 4 | 0 | 15 | 0 | 19 | 25,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 19 |
| BAJO | 7 | 1 | 8 | 0 | 16 | 21,33% | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 25,00% | 18 |
| NULO | 8 | 0 | 1 | 0 | 9 | 12,00% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 9 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 13. Nivel de conocimiento de la nueva normativa legal que rige a las PYMES



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 40% de los dueños de negocios pequeños indican que conocen la normativa legal que rige a las PYMES un nivel medio, el 25,33% mencionan que están indecisos, un 21,33% tienen un nivel bajo de conocimiento legal, un 12% desconoce la normativa legal ya que su nivel es nulo y por último un 1,33% expresan un nivel alto. En lo que concierne al 75% de las empresas medianas muestran un nivel medio sobre el conocimiento de la normativa legal y el 25% tiene un nivel bajo.

Análisis:

Las PYMES conocen la normativa en un nivel medio ya que dicen saber un poco sobre cuáles son las leyes que rigen a su negocios, por ende añaden que necesitan información sobre ya que es muy necesario para ellos y estar al tanto de todo en lo que se benefician y que nomás deben hacer.

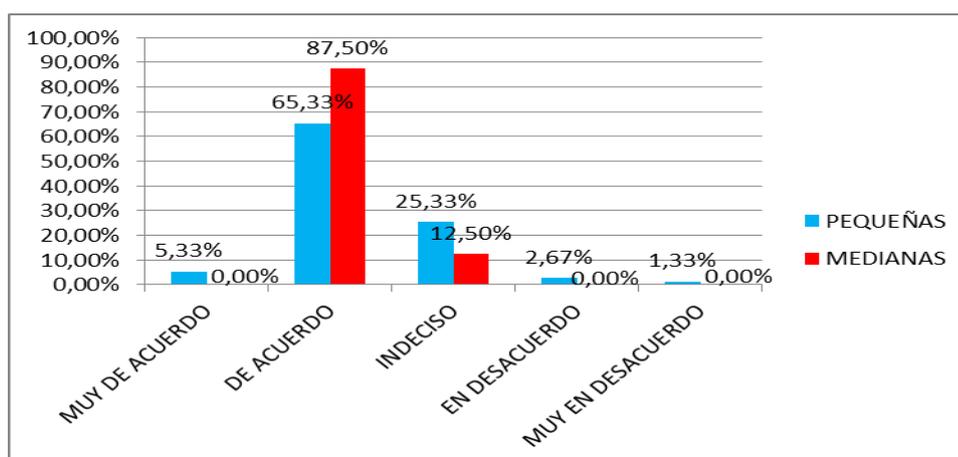
13. ¿Considera usted que trabajar con eficiencia requiere que las etapas de producción sean favorecidas con incentivos fiscales y legales?

Cuadro 20. Trabajar con eficiencia requiere que las etapas de producción sean favorecidas con incentivos fiscales y legales

| ALTERNATIVAS | PEQUEÑAS EMPRESAS | | | | | | EMPRESAS MEDIANAS | | | | | | TOTAL |
|-------------------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------------------|--------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | COMER. | MANUF. | SERVIC. | OTROS | TOTAL | % | |
| MUY DE ACUERDO | 3 | 0 | 1 | 0 | 4 | 5,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 4 |
| DE ACUERDO | 20 | 0 | 28 | 1 | 49 | 65,33% | 1 | 1 | 5 | 0 | 7 | 87,50% | 56 |
| INDECISO | 3 | 3 | 13 | 0 | 19 | 25,33% | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 12,50% | 20 |
| EN DESACUERDO | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2,67% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 2 |
| MUY EN DESACUERDO | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1,33% | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,00% | 1 |
| TOTAL | 27 | 3 | 44 | 1 | 75 | 100,00% | 1 | 1 | 6 | 0 | 8 | 100,00% | 83 |

Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Figura 14. Trabajar con eficiencia requiere que las etapas de producción sean favorecidas con incentivos fiscales y legales



Fuente: Encuestas aplicadas a las PYMES del cantón Milagro
Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Lectura Interpretativa:

El 63,33% de los dueños de negocios pequeños están de acuerdo con que trabajar con eficiencia requiere que las etapas de producción sean favorecidas con incentivos fiscales y legales, el 25,33% de los dueños de estos negocios se encuentran en una situación de indecisión frente a la pregunta hecha sobre el trabajo eficiente, el 5,33% mencionan estar muy de acuerdo y por último el 1,33% muestra que los dueños de los negocios están muy en de acuerdo. En lo que

concierno al 87,50% de las empresas medianas muestran estar de acuerdo que y el 12,50 están en una situación de indecisión.

Análisis:

Con lo que respecta a incentivos fiscales y legales los dueños de los negocios están de acuerdo con que sean premiados sus procesos productivos ya que de esta manera se pondrá mucho empeño en la elaboración de sus productos o en sus servicios y por ende el cliente tendría mayor satisfacción, todo esto llevara a que el cambio que el gobierno desea realizar con la matriz productiva de resultados favorables para todos.

Resultados de la entrevista aplicada a Director de transformación de SENPLADES

Entrevistada: Econ. Carla Zambrano

Cargo: Subsecretaria Zona 5

Institución: SENPLADES

Entrevistadores: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

ENTREVISTA

1. ¿Cuál es el objetivo de la nueva matriz productiva?

El objetivo de la matriz productiva consiste en fomentar el desarrollo y combatir la pobreza; entre los cuales tenemos cuatro ejes fundamentales: se relaciona con la diversificación de la producción, hace referencia al valor agregado, es la sustitución selectiva de importaciones, contempla este cambio de matriz da un mejoramiento a la oferta exportable y obtener un mejoramiento en la productividad con ejecución de rapidez, tecnología y eficiencia.

2. ¿De qué forma la nueva matriz productiva permitirá fortalecer los procesos productivos de las PYMES milagreñas?

La nueva matriz productiva genera menores costos de electricidad y el uso de energías más verdes en la sostenibilidad de la producción. La inversión en carreteras, aeropuertos y puertos facilitará la movilización de la producción a menores costos y abrirá mercados que hasta ahora eran difíciles de alcanzar, de tal forma que el uso de procesos productivos más amigables con el medio ambiente brinda un valor agregado a las empresas, por el componente 'verde' y la mejora tecnológica en la cual invierten.

3. ¿Cuáles son los sectores priorizados por la nueva matriz productiva?

Los sectores priorizados son: alimentos frescos, congelados e industrializados, cadena agroforestal y sus productos elaborados, metalmecánica, petroquímica e industria farmacéutica, servicios logísticos energía renovables, biotecnología y software aplicado, y turismo.

4. ¿Qué mecanismos está aplicando el gobierno para que las empresas, en este caso las PYMES prioricen esos sectores productivos?

Se está aplicando en la política integral de desarrollo para las micro, pequeñas y mediana empresas, a través de diferentes instrumentos como acceso a capital semilla para emprendimiento, capital riesgo, asistencia técnica, transferencia tecnológica y potenciación de la oferta exportable y su promoción; Estimular el crecimiento de la producción con un menor consumo de energía por unidad de producto.

5. ¿En qué consiste la política de sustitución de importaciones?

La política de sustitución de importaciones es una de las medidas adoptadas por el gobierno de Ecuador para impulsar la industria nacional, que hasta 2017 espera sustituir más de 6.000 millones de dólares en importaciones que serán destinadas a impulsar la producción nacional con importantes impactos en empleo y producción, el cual es mediante un proceso por el cual estos bienes que anteriormente importaba nuestro país, serán producidos dentro del país.

6. ¿Cómo influirá la política de sustitución de importaciones en la producción de las PYMES, especialmente las milagreñas?

Se deberá establecer parámetros de medición de rendimientos (avances), porcentaje de calidad de labores (auditorias agrícolas) e indicadores de eficiencia con mínimos (nivel crítico) y máximos (nivel óptimo) Al finalizar cada periodo la información es de las actividades su costo unitario sus limitantes, calidad, rendimientos que sumados como CV y divididos para las cajas vendidas del periodo será el costo unitario de producción.

7. ¿Cuáles son los incentivos generales planteados en la nueva matriz productiva del país?

Los incentivos generales serian: la reducción del impuesto a la renta del 25% al 22, bajando 1% cada año a partir del año vigente del Código de Producción; exonerando el cálculo del impuesto mínimo los gastos incrementales por la generación de empleo nuevo o mejoras salariales, la adquisición de nuevos activos para mejorar la productividad y la tecnología o el desarrollo de producción más limpia y para empresas nuevas, la exoneración del pago del impuesto mínimo durante los 5

primeros años, la exoneración del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), pagos al exterior por créditos externos de plazo mayor a un año y con una tasa no superior a la autorizada por el Banco Central.

8. ¿A qué se refiere la nueva matriz cuando menciona a la tecnología productiva?

Se refiere a que los empresarios sean más competitivos, sean innovadores, que tengan que incorporar en sus procesos productivos la ciencia y la tecnología para que el país tenga un buen desarrollo económico, de esta manera se realizara una serie de innovaciones tanto en su estructura organizacional como en su financiamiento el cual estará apoyado por el gobierno.

9. ¿Cómo plantea la nueva matriz productiva el acceso a esta tecnología productiva por parte de las PYMES?

Se la plantea por medio de capacitaciones en los Centros de Fomento Productivo donde encontrara todo tipo de información con respecto al mejoramiento y fortalecimiento de la productividad de las PYMES, todo esto se sabrá por medio de campañas que como es conocimiento de muchos, la mayoría de dueños o administradores de la PYMES no tienen mucha información sobre qué es lo que trata la matriz productiva en sí.

Se trata de un programa creado por el Ministerio de Industrias y Productividad para financiar, con la contraparte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) y los sectores productivos interesados, la implementación de bienes públicos e infraestructura al servicio de las cadenas de producción. Es decir que, en un solo espacio estarán disponibles laboratorios, capacitación técnica, plantas experimentales para aplicar tecnologías, bibliografía técnica, documentación y más.

10. ¿Cuáles son los principales cambios de tipo legal que plantea la nueva matriz productiva?

Los cambios legales que se están otorgando por el código de la producción, que es una ley orgánica con regulaciones específicas para cada área, en el cual se dará apoyo a los procesos productivos en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio y consumo. El gobierno ha estipulado que existe la libertad de

invertir sin ninguna condición, que a su vez otorga un trato nacional sin necesidad de existir requisitos de porcentaje de inversiones.

11. ¿De qué forma la nueva normativa legal apoya a las etapas de producción de las PYMES?

El ejecutivo impulso la expedición de la normativa necesaria para fortalecer las actividades económicas. Así por ejemplo con la expedición del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), se creó un marco moderno para el desarrollo de las actividades productivas y de la economía popular y solidaria, donde el Estado no solamente provee los incentivos fiscales necesarios para las iniciativas de estos sectores, sino además los elementos que potencien su desarrollo: educación, salud, infraestructura, conectividad y servicios básicos.

12. ¿Cómo influye la normativa legal en la etapa de comercialización?

La Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado provee de reglas claras y transparentes a empresas, consumidores y principalmente a pequeños y medianos productores para que puedan competir en condiciones justas, asegurando que su desarrollo sea producto de su eficiencia y no de prácticas inadecuadas o desleales. La formación de capital humano y una educación de excelencia también necesitaban de un marco jurídico adecuado.

4.2 DATOS SOBRE EL DESARROLLO PRODUCTIVO DE LAS PYMES ECUATORIANAS

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes.

Cuadro 21. PYMES del Ecuador

| Sector | Numero Empresas | Promedio Empleados por Empresa | Total Trabajadores |
|---------------|------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| PYMES | 15.000 | 22 | 330.000 |
| Artesanías | 200.000 | 3 | 600.000 |
| Microempresas | 252.000 | 3 | 756.000 |
| TOTAL | 467.000 | | 1'686.000 |

Fuente: Seminario- Taller: Mecanismo de promoción de exportaciones de pequeñas y medianas empresas.

En comparación con los resultados presentados el año anterior, se observa un leve incremento de las Pymes en estas dos provincias, ya que este porcentaje pasó de 81% a 84,5% para las pequeñas y de 80% a 82% en las medianas. Hay que tomar en cuenta la importancia que tuvo el año 2011 en el desempeño de las diversas actividades en las que participan las Pymes. Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) se registró un crecimiento cercano al 8% en la economía nacional debido al aumento en la producción de diversas actividades. En base a estas cifras, se destaca el crecimiento del 21,6% en la construcción, 13,4% en alojamiento y servicios de comida, correo y comunicaciones 12,5%, entre otros. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

En la actualidad, en Ecuador, el 70% de todas las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías son Pymes. Estas compañías aportan más del 25% del PIB no petrolero del país y su generación de mano de obra bordea el 70% de toda la PEA. Sus ingresos a 2011 fueron de USD 23 000 millones y su contribución al impuesto a la renta superó los USD 270 millones. Estas cifras, son un claro ejemplo, de la importancia que tienen estas compañías en el país; especialmente por su capacidad de absorción de empleo, una política trascendental en este gobierno, aspecto enmarcado dentro de la Constitución que en su artículo 284 asegura que un objetivo de la política económica es impulsar el pleno empleo en el país. A través de este cuerpo legal, las Pymes obtuvieron un fuerte impulso al proclamarse un sistema económico Social y Solidario, el cual fomenta la producción en todas sus formas y busca el incentivo de la competitividad entre todos los actores económicos. Política pública que se complementa con la Ley de Economía Popular y Solidaria. En este sentido, se encargó a la Senplades el proceso de identificación y

diseño de políticas a corto, mediano y largo plazo para el fortalecimiento de las Pymes. Por otro lado, entidades como el Ministerio de Producción y Competitividad, la Corporación Financiera Nacional (CFN), el Banco Nacional de Fomento (BNF), entre otras han diseñado varios programas específicos para apoyar directamente al fortalecimiento y eficiencia de las Pymes. El primer paso fue determinar las principales debilidades de las Pymes, las cuales según las Senplades se engloban en la falta de eficiencia, desconocimiento de mercado, carencia de liderazgo, marco legal desactualizado y baja calidad de información de su entorno. Ante ello se desplegaron cinco proyectos básicos para superar estas debilidades. En esta misma línea, el Código de la Producción incluye una serie de incentivos para fomentar la inyección de capital en este segmento empresarial. Una vez identificadas, analizadas y regularizadas las Pymes, inició el desarrollo de programas específicos para cada necesidad, a través de diversas entidades públicas. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

En el modelo de competitividad de los países, son las empresas las encargadas de agregar valor. Los gobiernos disponen la infraestructura, diseñan y ejecutan la política económica y social, pero la producción, lo que se vende, el ingreso, está en manos de las empresas. Al mismo tiempo, las Pymes constituyen más del 90% de las empresas en el mundo, siendo aún más alta esa incidencia en Latinoamérica, con una participación del 97%. Puntal de desarrollo, en manos de las Pymes está buena parte de la productividad del país, siendo además responsables de la generación del 60% del empleo. Estas luminarias del mundo empresarial se caracterizan además por ser en gran medida de carácter familiar, no solo en su origen, sino que la administración de las compañías es realizada por miembros de la familia; la conexión afectiva entre sus miembros las fortalece frente a la crudeza de la competitividad, pero también en ocasiones torna rígido su proceso de toma de decisiones. Ante nuestros ojos, el mundo de las Pymes se ha develado, gracias a que la planeación estratégica y prospectiva de los países ha reconocido recientemente su importancia para el desarrollo. Así, se han incrementado las iniciativas públicas y privadas para favorecer la atención de sus necesidades, formalización de sus actividades, capacitación en gestión empresarial, créditos

blandos, apoyo para la internacionalización de sus operaciones. El trabajo de consultoría con algunas de estas empresas ha mostrado que las áreas tradicionales de desempeño de una organización están en la conciencia de los gerentes; cuando se indaga por la presencia de procesos y actividades relacionados con finanzas, operaciones, ventas y mercadeo, hay respuestas, en algunos casos más estructuradas que en otros, dependiendo del nivel profesional alcanzado por las cabezas. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

En cuanto a los procesos frente a la gestión de personas, se observa un menor desarrollo, reducido a selección, contratación y nómina; estas compañías afrontan hoy dificultades para conseguir y retener el talento apropiado. Cuando se profundiza en la realidad de las Pymes, se descubre que si los procesos transaccionales de gestión humana tienen menos desarrollo, lo relacionado con ambiente laboral y cultura están aún más rezagados. El elemento cultural, conformado por los supuestos, los mitos, valoraciones y representaciones que poseen sus líderes, acerca del entorno, la empresa, el trabajo, la competencia, los clientes y los colaboradores, se omite, cuando en el fondo, los retos de la competitividad son más culturales que económicos. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

Las PYMES y su situación actual Las micro, pequeñas y medianas empresas dentro del tejido empresarial ecuatoriano tienen un aporte significativo; según el último Censo Nacional Económico del 2010, alrededor de 99 de cada 100 establecimientos se encuentran dentro de la categoría de MIPyME1 . Esta tendencia se convierte en un dato duro sobre la importancia que tienen las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de contribuir al proceso de consolidación del sistema productivo nacional. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

Figura 14. Censo Nacional Económico



Fuente: Censo Nacional Económico – INEC 2010

En cuanto a ubicación geográfica, estas se dan en gran concentración en las ciudades de mayor desarrollo; en Quito y Guayaquil se asientan el 57% de los establecimientos; en Azuay, Manabí y Tungurahua el 22%; y el 21% corresponde a 17 provincias. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

✓ Las PYMES en su gran mayoría tienen elevados costos, los cuales no pueden ser cubiertos. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

✓ El Gobierno no incentiva con políticas nacionales a las PYMES. (CENSO NACIONAL ECONOMICO, 2010)

4.3 RESULTADOS

Según la información adquirida en la pregunta número uno, los administradores indicaron que sus negocios están en un nivel de conocimiento medio, de tal manera tienen desconocimiento en cuanto a la nueva matriz productiva y su incidencia en las PYMES, misma que por este desconocimiento están obviando oportunidades muy valiosas que llevarán a un crecimiento de los sectores productivos en lo que respecta a las PYMES del cantón Milagro.

Con lo respecta a la pregunta dos sobre cuán débiles son sus procesos productivos frente a sus competidores existe un alto porcentaje; de tal forma que tanto

pequeñas como medianas empresas están desaprovechando oportunidades las cuales les llevara a que sus procesos productivos estén en nivel alto frente a sus competidores, se muestran los siguientes datos de la encuesta:

- El 62,67% de los dueños de negocios pequeños consideran que sus procesos productivos son débiles frente a sus competidores estando de nivel medio, han tenido un nivel medio, un 24% de los dueños de estos negocios se encuentran en una situación de indecisión frente a sus competidores, un 5,33% tanto en nivel bajo y nulo en relación a sus procesos productivos, y un 2,67% de negocios tienen un conocimiento alto a cerca de cuan débiles son sus procesos productivos frente a sus posibles sus competidores. En lo que concierne al 100% de las empresas medianas, obtuvieron un nivel medio.

De acuerdo a la información que demuestra la pregunta tres de la encuesta, los gestores indicaron que existe un alto acuerdo en cuanto a sí sus procesos productivos se verán mejorados con el apoyo del gobierno; por ello se pueden estar quitando el aprovechamiento de oportunidades de gran valor; mismas que llevaran a un crecimiento en cuanto a sus procesos productivos en lo que respecta a pequeñas y medianas empresas.

En lo que concierne a la pregunta 4 los gestores indicaron que Existe un alto acuerdo en cuanto al tipo de productos/servicios que actualmente oferta estando acorde a las exigencias del mercado; de tal forma que está obviando oportunidades valiosas misma que ayudará a que el producto/servicio tenga mayor acogida en el mercado.

De acuerdo a la información que demuestra la pregunta cinco de la encuesta, los gestores indicaron que 5Existe una alto acuerdo de los dueños o propietarios de las Pymes del cantón milagro los cuales tanto sus productos o servicios que comercializa están relacionados con las nuevas estipulaciones; pero no total sobre las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno; por ello se pueden estar obviando el aprovechamiento de oportunidades valiosas mismas que llevarán a un crecimiento tanto en las Pymes como en el país.

Con respecto a la información de la pregunta seis de la encuesta, los administradores indicaron que 6 Los dueños de las PYMES Milagreñas se muestran con un nivel medio en su mayoría en cuanto a nivel de conocimiento acerca de la sustentación de política, lo que permite visualizar que no hay un conocimiento amplio de dichas políticas y por ende se estarían desaprovechando oportunidades de desarrollo; sin embargo, también se puede inferir que quienes tienen negocios del tamaño en referencia (PYMES) no han sido beneficiados por la política de sustentación de importaciones.

Analizando las respuestas de los encuestados con respecto a el efecto de la política de sustentaciones que ha tenido en sus actividades, los administradores indicaron que 7 Los dueños de las PYMES Milagreñas se mantienen en un nivel positivo en su mayoría pero no total sobre el efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus importaciones, lo que representa que su resultado en sus actividades se no hay un efecto amplio de dichas políticas; de tal forma se estarían desaprovechando oportunidades de gran valor; misma que llevarían al crecimiento en lo que respecta a pequeñas y medianas empresas no siendo beneficiados de la política de sustentación de importaciones, se muestran los siguientes datos de la encuesta:

- El 58,67% de los dueños de negocios pequeños consideran positivo el efecto de la política de sustentación de importaciones que ha tenido en sus actividades, el 34,67% los dueños tienen indecisión en cuanto a este efecto, el 2,67% lo consideran en algunos casos muy positivo y malo, el 1,33% consideran el efecto en un nivel regular. En lo que concierne al 87,50% de las empresas medianas consideran positivo el efecto de la política de sustentación de importaciones y un 12,50% restante consideran en un nivel indeciso.

De acuerdo a la información que demuestra la pregunta ocho de la encuesta, los gestores indicaron que están de acuerdo con lo que tienen que ver con la política de sustentaciones ya que esto llevara a que sus procesos productivos mejores y que sus productos sean de calidad ya que no se necesitara de que los productos sean

traídos de otros países si no que se los procesen en el país y esta a su vez daría como resultado una baja de costos y mejoras de calidad e innovación.

Analizando las respuestas de los encuestados sobre los incentivos que se plantean en la matriz productiva se puede deducir que los dueños o administradores de los pequeños negocios del cantón milagro tienen de indecisión ya que no conocen mucho sobre los incentivos que se plantean en la matriz productiva, es por ello que los dueños de estos pequeños negocios piden una información que le ayude a saber a profundidad sobre la matriz productiva y como influye en las Pymes, caso muy distinto ocurrió con los negocios medianos ello si tienen un nivel medio de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva, se muestran los siguientes datos de la encuesta:

- El 52% de los dueños de los pequeños negocios consideran que su nivel de conocimientos sobre los incentivos que se plantean en la matriz productiva es indeciso, un 34,64% de negocios tienen un conocimiento medio, un 6,67% de dueños de negocios tienen un conocimiento regular, un 5,33% tienen un nivel alto de conocimientos y un 1,33% tienen un conocimiento regular sobre los incentivos que plantea el gobierno en la matriz productiva. Con lo que respecta a las medianas empresas un 62,50% tienen un nivel medio y un 37,50% tienen un nivel de indecisión sobre conocimientos de los incentivos.

En lo que respecta a la información de la pregunta diez de la encuesta, los administradores indicaron que trabajan con un nivel medio de tecnología productiva con esto nos supieron decir no tienen una capacitación para poder mejorar sus manejos en las maquinarias nuevas y de ser posible que la tuvieran se mejoraría totalmente sus procesos productivos y la mejora de calidad en sus productos.

En lo que concierne a la siguiente pregunta sobre los incentivos que da el gobierno a las PYMEs para que estas accedan a la tecnología productiva los gestores indicaron que existe un alto acuerdo obtenidos en las encuestas, los cuales mostraron que más de la mitad sabe en forma precisa a cerca de estos incentivos ya que según los encuestados tienen información sobre ésta; debido a los Centros de Fomento Productivo en estos resultados también se muestra que en las medianas empresas casi nadie de ellas sabe qué tipo de incentivos se dan y ni como acceder a la

tecnología productiva es por eso que se pide que den más información y que está al alcance para ellos tomar en cuenta todo lo que el gobierno pone a disponibilidad de ellos.

Analizando las respuestas de los encuestados sobre cuáles son las leyes que rigen a su negocio, por ende añaden que necesitan información sobre ya que es muy necesario para ellos y estar al tanto de todo en lo que se benefician y que nomás deben hacer, se muestran los siguientes datos de la encuesta:

- El 40% de los dueños de negocios pequeños indican que conocen la normativa legal que rige a las PYMES un nivel medio, el 25,33% mencionan que están indecisos, un 21,33% tienen un nivel bajo de conocimiento legal, un 12% desconoce la normativa legal ya que su nivel es nulo y por último un 1,33% expresan un nivel alto. En lo que concierne al 75% de las empresas medianas muestran un nivel medio sobre el conocimiento de la normativa legal y el 25% tiene un nivel bajo.

Con lo que respecta a incentivos fiscales y legales los dueños de los negocios están de acuerdo con que sean premiados sus procesos productivos ya que de esta manera se pondrá mucho empeño en la elaboración de sus productos o en sus servicios y por ende el cliente tendría mayor satisfacción, todo esto llevara a que el cambio que el gobierno desea realizar con la matriz productiva de resultados favorables para todos.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Cuadro 23. Verificación de Hipótesis

| HIPÓTESIS | VERIFICACIÓN |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>La Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014 - 2015</p> | <p>De acuerdo a la encuesta que se efectuó a los dueños de los negocios (PYMES del cantón Milagro), la pregunta No1, establece que el 62,67% consideran que tienen un nivel medio de conocimiento sobre la nueva matriz productiva y su incidencia en las PYMES de tal forma que existe un desconocimiento de los beneficios de la nueva matriz productiva, además, en la pregunta No 2., el 62,67% consideran que sus procesos productivos son débiles frente a sus competidores. Y en la pregunta No. 3 , los encuestados expresan un 75% están de acuerdo en cuanto a que sus procesos productivos se verán mejorados con el apoyo del gobierno; por consiguiente esto permite verificar la hipótesis de que La Nueva Matriz Productiva de una u otra forma incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro</p> |
| <p>Los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro.</p> | <p>Los encuestados indicaron en la pregunta 4 que están de acuerdo a el tipo de productos/servicios que actualmente oferta estando acorde a las exigencias del mercado (87,50%), además en la pregunta 5 manifestaron los dueños que están de acuerdo que los productos/servicios que comercializa actualmente están relacionados con las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno, para los cambios productivos del país (87,50%).</p> |
| <p>La política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro.</p> | <p>Los resultados que se obtuvieron mediante las encuestas en la pregunta 6 dio un nivel medio en las pequeñas con un 65,33% y en las medianas con un 87,50% de conocimiento acerca de la política de sustentación de importaciones. En la pregunta 7 en efecto que han obtenido sobre la política de sustentación de importaciones en las actividades es positivo tanto en las pequeñas como medianas empresas con un 58,67% y 87,50%. En la pregunta 8 los encuestas están de acuerdo que la política de sustentación de importaciones llevara a que cambien o renueven su oferta productiva en las pequeñas empresas están de acuerdo con un 82,67% y en las medianas están de acuerdo con un 75%.</p> |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

| HIPÓTESIS | VERIFICACIÓN |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Los incentivos generales planteados en la matriz productiva inciden en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro.</p> | <p>Según la pregunta 9 la cual se realizó a los dueños de negocios dio como resultado que en las pequeñas empresas el 52% están en un nivel indeciso y en las medianas empresas están en un nivel medio con un 62,50% de conocimientos de los incentivos que plantea la matriz productiva a favor de las PYMES. Mientras que en la pregunta 10 el 60% de los administradores de las pequeñas empresas están en un nivel medio con lo que respecta a trabajar con tecnología productiva y en las medianas empresas un 37% un nivel medio. En la pregunta 11 los administradores muestran un nivel de precisión con un 57% sobre los incentivos que da el gobierno a los que trabajan con tecnología productiva y un 50 % trabajan en un nivel poco preciso ya que no están al tanto de cómo trabajar con eso lo que es llamado tecnología productiva.</p> |
| <p>El marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro.</p> | <p>La información obtenida en la pregunta 12, los encuestados indicaron que están en un nivel medio tanto en las pequeñas como medianas empresas con un 40% y un 75% según corresponde con lo que se manifiesto en conocer la nueva normativa legal que rige a las PYMES ya que según ellos dicen que no tienes mucha información sobre eso. En la pregunta 13 están de acuerdo pequeñas y medianas empresas (65,33% y 87,50%) en que trabajar con eficiencia en la parte productiva requiera de incentivos fiscales y legales ya que dicen que el que trabaja con eficiencia debería ser premiado con incentivos.</p> |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. TEMA

Diseño de un Manual de Procedimientos para las actividades productivas de las PYMES (servicios y manufactureras) del Cantón Milagro

5.2. FUNDAMENTACIÓN

Manual de procedimientos

En el manual de Procedimientos es un elemento del Sistema de Control Interno, el cual es un documento instrumental de información detallado e integral, que contiene, en forma ordenada y sistemática, instrucciones, responsabilidades e información sobre políticas, funciones, sistemas y reglamentos de las distintas operaciones o actividades que se deben realizar individual y colectivamente en una empresa, en todas sus áreas, secciones, departamentos y servicios. (ANDRADE, WILSON, 2011)

Requiere identificar y señalar quién?, cuando?, cómo?, donde?, para qué?, por qué? de cada uno de los pasos que integra cada uno de los procedimientos. (ANDRADE, WILSON, 2011)

Son considerados uno de los elementos más eficaces para la toma de decisiones en la administración, ya que facilitan el aprendizaje y proporcionan la orientación precisa que requiere la acción humana en cada una de las unidades administrativas que conforman a la empresa, fundamentalmente a nivel operativo o de ejecución, pues son una fuente de información que trata de orientar y mejorar los esfuerzos de

sus integrantes para lograr la adecuada realización de las actividades que se le han encomendado. Su elaboración depende de la información y las necesidades de cada empresa, para determinar con que tipos de manuales se debe contar, cuando se elaboran adecuadamente pueden llegar a abarcar todos y cada uno de los aspectos de cualquier área componente de la organización, su alcance se ve limitado únicamente por las exigencias de la administración. El manual de procedimientos debe tener los siguientes aspectos para que su elaboración sea de una manera adecuada: (ANDRADE, WILSON, 2011)

Título: se indicará la razón de ser de acuerdo con el contenido, en forma breve y concisa. Código: de acuerdo a los centros de costo.

Introducción: explicación general del procedimiento

Organización: estructura micro y macro de los procedimientos de la empresa

Descripción del Procedimiento:

Objetivos de Procedimiento: propósito del mismo. (ANDRADE, WILSON, 2011)

Base Legal: normas aplicable al procedimiento de orden gubernamental o internas, requisitos, documentos y archivo.

Descripción rutinaria del procedimiento u operación y sus participantes: pasos que se deben hacer, cómo y porqué, identificando el responsable.

Gráfica o diagrama de flujo del procedimiento: Flujograma

Responsabilidad, autoridad o delegación de funciones del proceso, las cuales entrarán a formar parte de los "Manuales de Funciones" en los que se establecerá como parte de las labores asignadas individualmente en los diferentes funcionarios.

Medidas de Seguridad, Prevención y Autocontrol, aplicables y orientadas a los procedimientos, para evitar desviaciones.

Informes: económicos, financieros, estadísticos, de labores y autocontrol.

Supervisión, evaluación, examen y autocontrol de oficinas encargadas del control, con sus recomendaciones para lograr mejoramiento continuo y calidad. (ANDRADE, WILSON, 2011)

Actividades productivas

Se mencionan que las actividades productivas son un proceso a través del cual la actividad del hombre transforma los insumos tales como materias primas, recursos naturales y otros insumos, con el objeto de producir bienes y servicios que se requieren para satisfacer las necesidades.

En un sentido restringido, el concepto hace referencia a las actividades industriales y extractivas. En términos más amplio involucra todas las actividades que contribuyen al Producto Nacional, incluyendo actividades comerciales, financieras, de servicios y otras. (ANDRADE, WILSON, 2011)

Tipo de actividades productivas en las PYMES de servicios y en las PYMES manufactureras.

Además son aquellas que transforman las materias primas en artículos terminados". Las empresas manufactureras convierten la materia prima en productos terminados y por lo general utilizan cuatro cuentas las cuales las conforman: almacén de materiales directos, suministros de fábrica, producción en proceso y almacén de artículos terminados. (ANDRADE, WILSON, 2011)

CARACTERISTICAS: Se sintetiza a reunir 3 elementos: Invierte en maquinaria. Dimensiones de Materia Prima. Se clasifican en 2 que son bienes de consumo final y producción.

MANUFACTURERAS (Productos): Productos físicos, durables. Pueden ser producidos, almacenados, transportados Escaso o nulo contacto: cliente con sistema de producción. Tiempo de respuesta: horas, días, semanas. Grandes instalaciones: mercados regionales, nacionales, internacionales. Calidad más fácil de medir. (ANDRADE, WILSON, 2011)

ELEMENTOS: El almacén de materiales directos: muestra el costo de los materiales disponibles para el procesamiento del producto.

Suministro de fábrica: está conformada por las provisiones que se usan para el mantenimiento, reparación y limpieza de la fábrica.

Producción en proceso: muestra el costo de los bienes que intervinieron para la realización del producto terminado. Almacén de artículos terminados: recolecta el costo de los bienes cuya producción ya se ha completado.

Para el sector servicios o sector terciario es el sector de servicios o sector terciario es el sector económico que engloba todas aquellas actividades económicas que abarca las actividades relacionadas con los servicios materiales no productivos de bienes. Empezó a principios del siglo XIV. No compran bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población.

Incluye subsectores como: comercio, transportes, comunicaciones, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, los presta el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), dirige, organiza y facilita la actividad productiva de los otros sectores (sector primario y sector secundario).

Aunque se lo considera un sector de la producción, propiamente su papel principal se encuentra en los dos pasos siguientes de la actividad económica: la distribución y el consumo. El predominio del sector terciario frente a los otros dos en las economías más desarrolladas permite hablar del proceso de tercerización.

Además el sector de servicios o sector terciario se compone de las áreas "suaves" de la economía tales como: Comercio (mayorista, minorista, franquicias) Actividades financieras (banca, seguros, bolsa y otros mercados de valores) Servicios personales, los más importantes de los cuales son los que se identifican con el estado de bienestar (especialmente educación, sanidad y atención a la dependencia - servicios públicos, se presten por el Estado o por la iniciativa privada), pero también otros (como las peluquerías).

Servicios a empresas de cualquier sector, como la gestión y administración de empresas (incluyendo el nivel ejecutivo), la publicidad y las consultorías y asesoramientos económico, jurídico, tecnológico, de inversiones, etc. Función pública, administración pública, actividades de representación política y de servicios a la comunidad, como las actividades en torno a la seguridad y defensa (ejército, policía, protección civil, bomberos, etc.) y las actividades en torno a la justicia (jueces, abogados, notarios, etc.) Hotelería y las actividades en torno al turismo.

DIFERENCIAS: Las empresas manufactureras transforman la materia en productos para el consumo y las empresas de servicios no ya que no transforman materiales. Las manufactureras crean bienes q les sirven a la comunidad para satisfacer sus necesidades de consumo y las de servicios para hacerles la vida más útil.

5.3. JUSTIFICACIÓN

Los manuales de procedimientos tienen una gran importancia en las Pymes ya que mediante esto permite tener con mayor claridad ver los detalles de cada una de las tareas que se realizan en la empresa así mismo en donde las realizan, sus responsables, es decir; quien los ejecuta y con la autorización de quien las están ejecutando, además ayuda mucho cuando se realiza la auditoria.

Los principales problemas que existen las actividades productivas de la PYMES son que al momento de realizar tanto un producto o servicio es que las personas a cargo de los mismo en ocasiones no las hacen con calidad es por eso que las personas no confían tanto en los productos o servicios que se prestan en el país ya que tienen un mal criterio de lo hecho en Ecuador.

Los manuales de procedimiento ayudan mucho a las actividades realizadas por la PYMES ya que mediante estos manuales los administradores de los negocios tendrán en cuenta que es lo que se está realizando en cada una de las actividades que conciernen en el negocio y así se contrarrestará los inconvenientes que se tenga en el negocio, es decir se mantendrá al tanto de todo los procesos productivos que se están realizando.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. Objetivo General

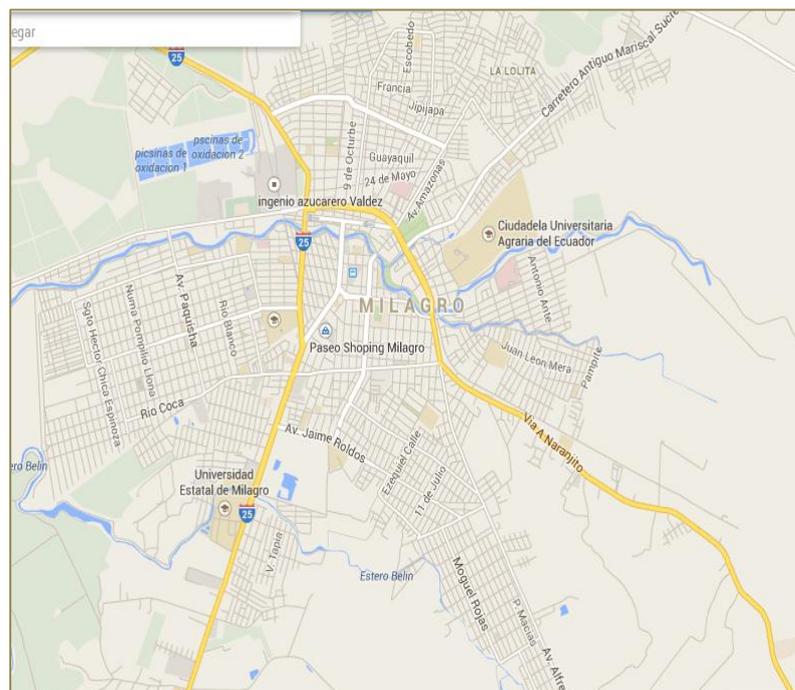
Diseñar un Manual de Procedimientos para las actividades productivas de las PYMES (servicios y manufactureras) del Cantón Milagro, estableciendo políticas y alcance en cada tarea, a fin de contribuir con el desarrollo del sector productivo de la zona.

5.4.2. Objetivos Específicos

- Presentar una descripción de la actividad empresarial y de las actividades productivas.
- Establecer el alcance de cada actividad seleccionada.
- Esquematizar en Flujogramas los procesos establecidos.
- Desarrollar un presupuesto sobre el costo de la propuesta.
- Determinar los beneficios que se generarán con la propuesta frente al costo de la misma.

5.5. UBICACIÓN

Un croquis del cantón Milagro y debajo especifican las ventajas geográficas del cantón en relación a las PYMES.



Fuente: <https://www.google.com.maps>

Entre las ventajas que la ubicación del cantón Milagro brinda a las PYMES que aquí se encuentran operando, se establecen las siguientes:

- Tiene una factibilidad para acceder a los negocios
- Gran viabilidad para negocios agroindustriales
- Zona de gran actividad comercial
- Ubicación estratégica en relación a otras ciudades del país.
- Un apoyo estatal a las actividades que realiza el GAD Municipio del cantón Milagro

5.6. FACTIBILIDAD

Factibilidad administrativa

Con lo que respecta a lo administrativo, esta propuesta se muestra factible, puesto que representantes de la PYMES podrán gestionar de forma correcta, empleando el manual de procedimientos que ayudan a manejar de mejor manera los procesos administrativos ya que el mercado del cantón Milagro es competitivo.

Factibilidad Legal.

Donde legalmente, no se presentan inconvenientes, por ende se puede efectuar la ejecución de esta propuesta, siempre atendiendo a las normas, políticas que rigen este tipo de organizaciones.

Factibilidad Presupuestaria.

Presupuestariamente, no se generan contratiempos, existe capital disponible para la implementación de esta propuesta, sabiendo que esto le dará resultados rentables a las Pymes del cantón Milagro.

Factibilidad Técnica

Con respecto al punto de vista técnico se tomara en cuenta todas las observaciones, con relación al mejoramiento de los procesos productivos, para esto se necesitara varias herramientas administrativas.

5.7. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta consiste en diseñar un manual de procedimientos de las actividades productivas para la PYMES NIVI del cantón Milagro, para ello se considera los aspectos de crecimiento intensivo, integrado y diversificado.

5.7.1. Actividades

5.7.1.1 Ambiente interno y externo en donde se desenvuelven las Pymes del cantón Milagro.

ANÁLISIS INTERNO

FORTALEZAS

| |
|--------------------------------------|
| Ubicación estratégica. |
| Experiencia en el mercado |
| Contacto directo con los clientes |
| Personal comprometido con la empresa |

DEBILIDADES

| |
|-------------------------------------------|
| Falta de procedimientos internos. |
| Sistemas tecnológicos de poca tecnología. |
| Altos costos de producción. |
| Escaso capital de trabajo. |

ANÁLISIS EXTERNO

OPORTUNIDADES

| |
|-------------------------------------------------------------------------|
| Expansión a otras plazas de mercado. |
| Sistema financiero brinda facilidades para el otorgamiento de créditos. |

| |
|-----------------------------------------------------|
| Sistemas informáticos a bajos costos en el mercado. |
|-----------------------------------------------------|

| |
|--------------------------------------|
| Alianza con proveedores potenciales. |
|--------------------------------------|

AMENAZAS

| |
|----------------------------------------------|
| Inestabilidad económica y política del país. |
|----------------------------------------------|

| |
|-------------------------------|
| Incremento de la competencia. |
|-------------------------------|

| |
|--------------------------------|
| Incremento de la delincuencia. |
|--------------------------------|

| |
|----------------------------------------------------------------|
| Aplicación de técnicas innovadoras por parte de la competencia |
|----------------------------------------------------------------|

Cuadro 24. ESTRATEGIA OFENSIVA

| AREAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA OFENSIVA | O P O R T U N I D A D E S | Expansión a otras plazas de mercado | Sistema financiero brinda facilidades para el otorgamiento de créditos | Sistemas informáticos a bajos costos en el mercado. | Alianza con proveedores potenciales. | T O T A L |
|------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------|------------|
| FO | | | | | | |
| FORTALEZAS | | | | | | |
| Ubicación estratégica. | | 0 | 6 | 0 | 9 | 15 |
| Experiencia en el mercado | | 9 | 9 | 9 | 9 | 36 |
| Contacto directo con los clientes | | 9 | 9 | 6 | 9 | 33 |
| Personal comprometido con la empresa | | 9 | 9 | 6 | 9 | 33 |
| TOTAL | | 69 | 93 | 57 | 78 | 297 |

Cuadro 25. Estrategia Defensiva

| AREAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA DEFENSIVA | A M E N A Z A S | Inestabilidad económica y política del país | Incremento de la competencia | Incremento de la delincuencia | Aplicación de técnicas innovadoras por parte de la competencia | T O T A L |
|-------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------|------------|
| FA | | | | | | |
| FORTALEZAS | | | | | | |
| Ubicación estratégica. | | 9 | 3 | 6 | 9 | 27 |
| Experiencia en el mercado | | 9 | 3 | 9 | 6 | 27 |
| Contacto directo con los clientes | | 9 | 3 | 9 | 9 | 30 |
| Personal comprometido con la empres | | 9 | 9 | 9 | 9 | 36 |
| TOTAL | | 36 | 18 | 33 | 33 | 120 |

Cuadro 26. Estrategia de iniciativa estratégica Ofensiva.

| AREAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA OFENSIVA | O P O R T U N I D A D | Expansión a otras plazas de mercado | Sistema financiero brinda facilidades para el otorgamiento | Sistemas informáticos a bajos costos en el mercado. | Alianza con proveedores potenciales. | TOTAL |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------|
| DO | | | | | | |
| DEBILIDAD | | | | | | |
| Falta de procedimientos internos. | | 0 | 9 | 3 | 0 | 12 |
| Sistemas tecnológicos de poca tecnología. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 36 |
| Altos costos de producción. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 36 |
| Escaso capital de trabajo. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 36 |
| TOTAL | | 27 | 36 | 30 | 27 | 120 |

Cuadro 27. Áreas de iniciativa estratégica defensiva.

| AREAS DE INICIATIVA ESTRATEGICA DEFENSIVA | A M E N A Z A S | Inestabilidad económica y política del país | Incremento de la competencia | Incremento de la delincuencia | Aplicación de técnicas innovadoras por parte de la competencia | TOTAL |
|-------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------|
| DA | | | | | | |
| DEBILIDAD | | | | | | |
| Falta de procedimientos internos. | | 0 | 0 | 9 | 9 | 18 |
| Sistemas tecnológicos de poca tecnología. | | 6 | 6 | 6 | 9 | 27 |
| Altos costos de producción. | | 6 | 6 | 9 | 9 | 30 |
| Escaso capital de trabajo. | | 9 | 9 | 9 | 9 | 36 |
| TOTAL | | 21 | 21 | 33 | 36 | 111 |

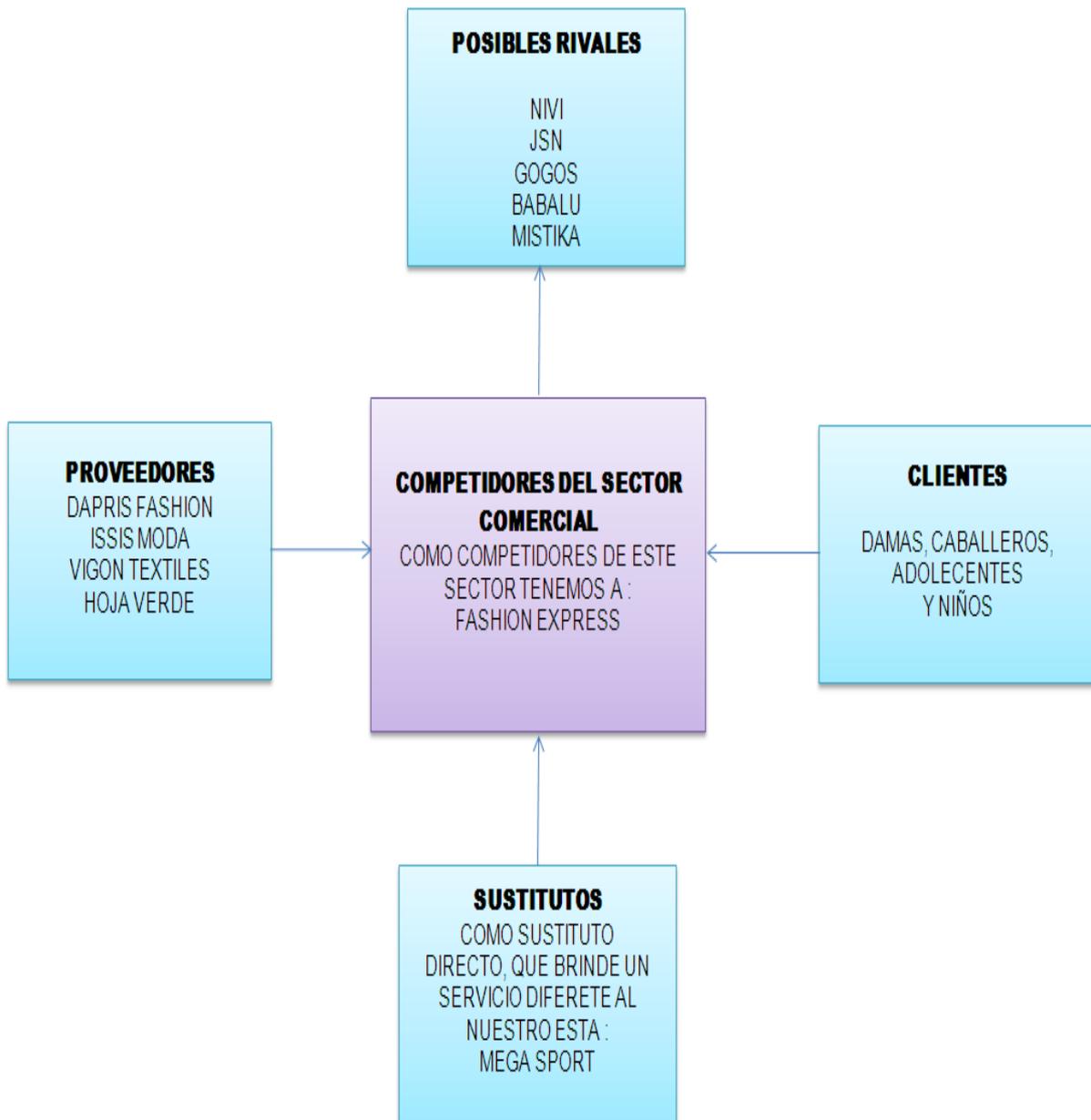
Cuadro 28. MATRIZ FO-FA-DO-DA

| Diseño de un Manual de Procedimientos para las actividades productivas de las PYMES (servicios y manufactureras) del Cantón Milagro | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Alto compromiso con los clientes | Carecen de sistemas informáticos |
| | conocimiento de mercado | Mayores costos de producción y operación |
| | Personal comprometido con los objetivos del negocio | Dueños de negocios no capacitados en temas de administración |
| | Mayor facilidad para responder a los cambios del entorno | Débil aplicación de estrategias competitivas |
| Adaptación a los requerimientos de la demanda | No se lleva planificación del trabajo. | |
| OPORTUNIDADES | FO | FA |
| Alianza con proveedores estratégicos | Aplicar técnicas de marketing y comercio electrónico, capacitar a los empleados sobre su uso y controlando, para mantener compromiso con los clientes. | Ajustar la oferta a los requerimientos del mercado, agregando diferenciación en el servicio como resultado de la experiencia y el contar con personal comprometido con el negocio. |
| Innovadoras técnicas de marketing y comercio electrónico | Mantenerse en el mercado con productos nuevos y renovados, basados en el conocimiento que se posee sobre el mismo, adaptación a nuevos requerimientos y accediendo al impulso que otorga el gobierno. | Mantener un servicio al cliente de calidad en sus atención por parte del personal que manifiesta un alto compromiso con los objetivos del negocio. |
| Estabilidad política del país. | Acceder a créditos o apalancamiento para mantener la rápida distribución y acceder a nueva tecnología que agilice las operaciones y producción. | Aprovechar las decisiones de alianzas con proveedores para contrarrestar el poder de la proveeduría e y su influencia en el establecimiento de los precios a los productos/servicios de las PYMES. |
| Apertura de créditos estatales al sector PYMES | Responder a los cambios del entorno incorporando una comunicación permanente con los clientes a través de herramientas electrónicas. | Contrarrestar el efecto de la competencia que posee poder económico a través de la fácil adaptación a cambios que poseen las PYMES y su constante comunicación con los sus clientes. |
| Cultura local de acudir a un mismo punto de abastecimiento | | |

| Diseño de un Manual de Procedimientos para las actividades productivas de las PYMES (servicios y manufactureras) del Cantón Milagro | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Alto compromiso con los clientes | Carecen de sistemas informáticos |
| | conocimiento de mercado | Mayores costos de producción y operación |
| | Personal comprometido con los objetivos del negocio | Dueños de negocios no capacitados en temas de administraión |
| | Mayor facilidad para responder a los cambios del entorno | Débil aplicación de estrategias competitivas |
| | Adaptación a los requerimientos de la demanda | No se lleva planificación del trabajo. |
| AMENAZAS | DO | DA |
| Ingreso de competidores al mercado | Utilizar medios de comunicación publicitaria, pára de esta manera estar en contacto con los clientes. | Contrarrestar la competencia actual y potencial de mayor poder económico y resultante de la globalización, con la diversificación en la gama de productos/servicios y la alta calidad. |
| Los proveedores poseen el poder en las negociaciones que mantienen | Disminuir los costos de producción y operación al trabajar con tecnología adquirida con el dinero de créditos. | |
| Aplicación de técnicas innovadoras por parte de la competencia | Realizar capacitaciones a los propietarios de las pymes sobre los impulsos que ofrece el estado a este sector. | Ofertar una variedad de productos y distribuirlos bajo un sistema que genere utilidad de lugar y tiempo para aprovechar la cultura de fidelidad que existe en el mercado. |
| Competencia con mayor poder económico | Planificar estrategias competitivas que permitan brindar un producto diferenciado, y de esta forma mantener un buen posicionamiento en este mercado competitivo del cantón Milagro. | |
| Alta competitividad de mercado como efecto de la globalización | Gestionar prestamos con entidades estatales aprovechando el impulso que este otorga a las PYMES y fortalecer así el capital de trabajo y la infraestructura. | Emplear el capital de trabajo, fortalecido con créditos, en innovaciones de diferenciación. |

5.7.1.2. ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL PORTER

Figura 2. Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter.



Si observamos la tabla nos podemos dar cuenta que existe un porcentaje (75%) representa una baja existencia de barreras de entrada que amenazan la permanencia de la empresa en este mercado competitivo del cantón Milagro, por ello, es importante optimizar los procesos internos para así incrementar el nivel productivo de NIVI.

Cuadro 29. Servicios sustitutos

| F2 SERVICIOS SUSTITUTOS | BAJO | MEDIO | ALTO |
|---------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1.- PRECIOS ACCESIBLES | | X | |
| 2. -PROPENCION A CAMBIAR | X | | |
| 3.-MERCADERIA IMPORTADA | | X | |
| 4.- ASOCIACIONES ESPECIALIZADAS | | X | |
| | 1 | 3 | 0 |
| AMENAZA DE SUSTITUCION | 25% | 75% | 25% |

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 75% nos indica que la amenaza de sustitución es media debido a que existe un alto nivel de consumidores exigentes con respecto a las prensas que vende la empresa, sin embargo no hay que descuidarse porque puede ser sustituidos sus productos por la competencia presente o de aquella que desea incursionar en este casco comercial del cantón Milagro.

Cuadro 30. Determinantes de la rivalidad.

| F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD | BAJO | MEDIO | ALTO |
|------------------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE | X | | |
| 2. ESTRATEGIAS COMERCIALES | X | | |
| 3. CRECIMIENTO DEL MERCADO | | | X |
| 4. CALIDAD/PRECIO | X | | |
| | 3 | 0 | 1 |
| ANALISIS DE RIVALIDAD | 75% | 0% | 25% |

En el ámbito de la producción y comercialización de ropa, existe un nivel bajo, sin embargo, debemos buscar un valor agregado al producto/servicio para enfrentar a la competencia, y lograr una ventaja competitiva que nos permita mantenernos en este mercado como un grupo respetable y reconocido.

Cuadro 31. Poder de los compradores.

| F4 PODER DE LOS COMPRADORES | BAJO | MEDIO | ALTO |
|------------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1.- SERVICIOS IGUALES | | | X |
| 2.- IMAGEN CORPORATIVA | X | | |
| 3.- EFICASIA EN EL SERVICIO | | | X |
| 4.- MERCADO AMPLIO | | | X |
| | 1 | 0 | 3 |
| PODER DEL CONSUMIDOR | 25% | 0% | 75% |

El poder de compra lo tienen los clientes, debido a la existencia de gran cantidad de este mismo producto, nuestra Empresa deberá seguir trabajando e investigando para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Cabe mencionar que los clientes son la fuente de ingreso más importante para la empresa, por ello, es necesario ofrecerle la más alta calidad.

Cuadro 32. Negociación con los proveedores.

| F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES | BAJO | MEDIO | ALTO |
|-----------------------------------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1.- PRESENCIA DE NUEVOS SERVICIOS. | | X | |
| 2.- IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR | | X | |
| 3. IMPACTO ECONOMICO | X | | |
| 4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS | | | X |
| | 1 | 2 | 1 |
| PODER DE LOS PROVEEDORES | 25% | 50% | 25% |

Debido a la gran cantidad de proveedores existentes en este medio tenemos cierto grado de ventaja, ya que no dependemos de solo uno que nos provee los materiales e insumos, en gran medida tenemos un enorme beneficio ya que podemos negociar y sacar ciertas ventajas al adquirirlos con menor precio y de mejor calidad a nuestros clientes.

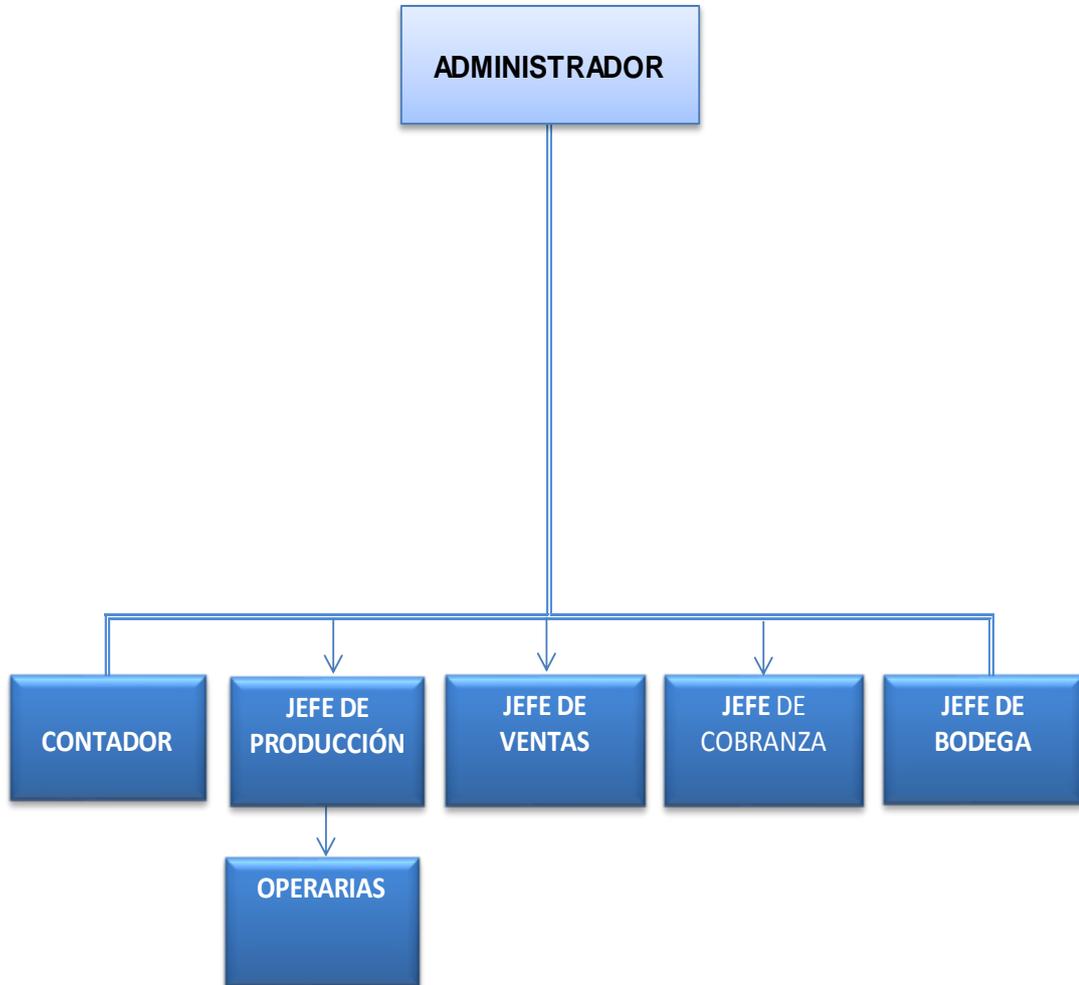
Cuadro 33. Análisis del sector comercial.

| RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------|-------------|---------------|--------------|-------------|
| MAGNITUD DE LA EMPRESA | ACTUAL | | | FUTURO | | |
| | BAJO | MEDIO | ALTO | BAJO | MEDIO | ALTO |
| BARRERAS DE ENTRADA | 3 | 1 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| PRODUCTOS SUSTITUTOS | 1 | 3 | 0 | 1 | 2 | 2 |
| DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD | 3 | 0 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| PODER DE LOS COMPRADORES | 1 | 0 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 |
| EVALUACION GENERAL | 9 | 9 | 2 | 5 | 10 | 6 |
| PORCENTAJES | 45% | 45% | 10% | 24% | 48% | 29% |

Actualmente el mercado de la producción y comercialización de ropa ocupa gran parte del mercado pero existen mucha competencia informal que puede afectar la economía de la empresa, por ello, es importante emplear adecuados procesos para contrarrestar y así lograremos una buena participación en esta plaza.

5.7.1.3. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA NIVI

Figura 2. Organigrama estructural de la empresa NIVI.



Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

5.7.1.4. MISIÓN VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

MISIÓN

Democratizar la moda, generando experiencias memorables de compra.

VISIÓN

2020 || Presencia de marca en 10 países.

VALORES CORPORATIVOS

HUMILDAD: Cualidad de ser modestos y no creernos superiores a nuestros compañeros en ningún aspecto. El éxito del servicio a los demás proviene de la humildad.

HONESTIDAD: Lo expresamos al ser reales, auténticos, genuinos y rectos en todas nuestras acciones.

CONFIANZA: Cumplimos responsablemente nuestras obligaciones, y actuamos dentro de lo acordado.

ESPIRITUALIDAD: Identificamos la espiritualidad con la entrega generosa, la tolerancia y la paz interior

5.7.1.4. DETALLE DE LAS FUNCIONES

Cuadro 34. Funciones del administrador.

| DESCRIPCION DE FUNCIONES ADMINISTRADOR |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo.- Verificar las actividades operativas con el fin que se cumplan con las acciones preVias a la producción. |
| Funciones Estecíficas |
| Revision de muestras |
| Ordenes de pedidos a proveedores |
| Solicitud de ordenes de produccion |
| Pago a Proveedores |
| Revision de modelos vestimenta+modelos fisicos |
| Revision y preparacion de prendas para catalogo |
| Revision de muetsras en base a precios |
| Organización de sesion fotografica |
| Organización de prendas |
| Distribucion de fotos con modelos |
| Organización de archivos de fotos tomada del catalogo |
| Revision de fotos para emision de ordenes de produccion |
| Solicitud de insumos a proveedores |
| Emison de ordenes de produccion de prendas para catalogo |
| Revisar stock de prendas para emitir descripciones en paginacion |
| Paginacion del Catalogo |
| Descripcion de catalogo a diseñador de cada prenda |
| Monitoreo de existencias |
| Revision de códigos |
| Revision de precios |
| Modificaciones de descripciones |
| Coordinar con la produccion de nuevas prendas a nivel macro (materiales) |
| Postergacion de cheques |

Inventario de telas

Pedidos de telas

Pedidos de insumos // pedreria etc

Coordinacion con diseñadora //muestras +asistencia directa global

Monitoreo de bordados enviados

Envio de mercaderias a bordar

PERFIL DEL CARGO

Edad: 23 a35 años

Sexo: Indistinto

Título: Ingeniería en contaduría pública y Auditoría, C.P.A

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Cuadro 35. Funciones del contador.

| DESCRIPCION DE FUNCIONES CONTADORA |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Objetivo.- Control el manejo de caja chica, cuentas por pagar proveedores- empleados, cuentas por cobrar clientes</p> |
| <p>Funciones Específicas</p> |
| Revision de gastos emitidos en la semana |
| Controlar el registro de facturas en compra en el sistema |
| Monitoreo del manejo de caja chica |
| Revision de facturas pagadas a proveedores |
| Revision de retiros por cajero (concepto) |
| Asistencia en sesiones de fotos |
| Revision de valores pendientes de cobrar |
| Tributacion Moda Maritima |
| Cuadre de cuentas |
| Estado de Credito tributario para manejo de pagos al SRI |
| Emision de las declaraciones |
| Revision de cuentas por cobrar |
| PERFIL DEL CARGO |
| Edad: 28 a35 años |
| Sexo: Indistinto |
| Título: Administracióm de empresas |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Cuadro 36. Funciones del jefe de producción.

| DESCRIPCION DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN |
|----------------------------------------------------------------------|
| Objetivo.- Control del tiempo en la producción de las prendas |
| Funciones Específicas |
| Manejo de datos del taller |
| toma de tiempos |
| calculo de producción |
| Coordinación de tiempos de entrega de producción |
| Ayuda a personas de taller |
| Control del registro de cheques girados |
| Ingresos y egresos de mercaderia |
| Ingresos de compras de mercaderia |
| Ingresos de compras |
| Otros ingresos |
| Pago de servicios básicos |
| Entrega dinero para alimentación |
| Solicitud de insumos a proveedores |
| Craciones de clasificaciones |
| Creaciones de códigos en el sistema |
| Emision de cheques a proveedores |
| Coordinación de depositos |
| envio de cheques a la financiera |
| Control de producción |
| Reporte de agotados con jefe de bodega |
| Depositos |
| Cheques en custodia para deposito |
| Pedidos de insumos //etiqueta |
| PERFIL DEL CARGO |
| Edad: 23 a35 años |
| Sexo: Indistinto |
| Título: Administración de empresas |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Cuadro 37. Funciones del operador/a

| DESCRIPCION DE FUNCIONES DEL OPERADOR |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Objetivo.- Diseñar las prendas para cumplir con las necesidades de demanda de la empresa.</p> <p>Funciones Específicas</p> <p>Realizar el respectivo corte de tela para la producción de cada prenda</p> <p>Confeccionar las prendas</p> <p>Pasarlas para el respectivo control de calidad</p> <p>Proceder a ponerle las éticas con sus respectivas tallas</p> |
| <p>PERFIL DEL CARGO</p> <p>Edad: 23 a 35 años</p> <p>Sexo: Indistinto</p> <p>Título: Corte y Confección</p> |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Cuadro 38. Funciones del jefe de ventas

| DESCRIPCION DE FUNCIONES JEFE DE VENTAS |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Objetivo.- Cumplir eficazmente con el proceso de facturación. |
| Funciones Específicas |
| Emision de notas de credito |
| Facturacion |
| Atencion al cliente |
| Devoluciones de ventas |
| Emision de descuentos - comisiones |
| Entrega de facturas para despacho |
| Emite reportes de listado de ventas |
| Emite reportes de comisiones |
| Emite reportes |
| Documentos anexos de devoluciones cambios, etc |
| Coordinacion de pedidos // recepcion |
| Factura los catalogos q aprueba el gerente |
| PERFIL DEL CARGO |
| Edad: 23 a35 años |
| Sexo: Indistinto |
| Título: Administracióm de empresas, Ingenieria en contaduría pública y auditoria |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Cuadro 39. Funciones del Jefe de Cobranzas.

| DESCRIPCION DE FUNCIONES JEFE DE COBRANZAS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Objetivo.- Recuperar cartera dentro de los cronogramas establecidos por la empresa, ademas de ingresar información para las declaraciones.</p> |
| <p>Funciones Estecíficas</p> <p>Llamadas a clientes directoras notificaciones de envios</p> <p>Revision de pedidos via mail</p> <p>Llamadas a clientes para coordinar pedidos-devol-nc-inconf</p> <p>Atencion al cliente</p> <p>Emision de notas de credito fiscales</p> <p>Revision de mercaderias a consignacion</p> <p>Revision de cuentas vencidas</p> <p>Emision de reportes de ventas por lider y empresarias</p> <p>Archivo de documentos</p> <p>Recibos de cobro</p> <p>Coordinacion de despachos previa verificacion de deposito</p> <p>Eventualmente asistencia en elaboracion de guias</p> <p>Revision de depositos en cuenta bancaria previo reporte entregado por el gerente</p> <p>Revision de plan de pagos que cheques fueron pagados y actualizar</p> <p>Descarga de pedidos y entrega a tatiana</p> <p>Elaboracion de listado de directores para solicitud de catalogo</p> <p>Cuentas por cobrar</p> |
| <p>PERFIL DEL CARGO</p> <p>Edad: 23 a35 años</p> <p>Sexo: Indistinto</p> <p>Título: Administracióm de empresas, Ingenieria en contaduría pública y auditoria</p> |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

Cuadro 40. Funciones del Jefe de Bodega.

| DESCRIPCION DE FUNCIONES JEFE DE BODEGA |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Objetivo.- Realiza el control de inventario, separación de pedido entre otras actividades.</p> |
| <p>Funciones Específicas</p> |
| Separa pedidos |
| Mantenimiento de bodegas en orden |
| Archivo de perchas |
| Revisión de despachos por factura |
| Rotulación de pedidos separados |
| Empaque de pedidos |
| Recepcion de prendas terminadas en taller |
| Revision de pt para ingreso en bodega |
| Revision del listado de documentos |
| Coordinacion de mercaderia (que entra y sale) |
| Revisiones de muestras con jefe administrativa |
| Control de pedidos por cada director |
| Reportes de agotados |
| Reportes de mercaderia en consignacion con el gerente |
| PERFIL DEL CARGO |
| Edad: 18 a 35 años |
| Sexo: Masculino |
| Título: Bachiller |

Elaborado por: Jeniffer Márquez Aristega y Andrea Morales Barros

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
|  | MANUAL DE PROCEDIMIENTOS | FUNCIÓN: |
| INICIA: | Realiza llamadas a Proveedores de la materia prima vía telefónica. | Compra de Materia Prima |
| TERMINA: | Recibo la mercadería. | |

| No. | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| | 1. Objetivo | |
| | Contar siempre con un stock de mercadería de buena calidad con el fin de no quedarse sin reservas y así poder brindar un buen servicio al cliente marcando siempre la diferencia en el mercado competitivo. | |
| | 2. Alcance | |
| | El presente manual comprende el procedimiento y las instrucciones para la compra de la materia prima que ofrece ña empresa NIVI, teniendo en cuenta las diferentes formas de pago, y el manejo de documentos involucrados en el proceso. | |
| | 3. Responsabilidades | |
| | Es responsabilidad del encargado de la empresa proveedora de entregar la mercadería a personal de responsable de NIVI. | |
| | 4. Políticas y normas de control interno | |
| | La compra de mercaderías se realizará solo los días laborables. | |
| | El contacto de los proveedores será a través de la visita de los mismos. | |
| | En caso de quedarse sin materia prima el contacto con proveedor se lo hará vía telefónica. | |
| | Los pagos se lo realizaran con Cheque Cruzado al plazo de crédito otorgado. | |

| | | |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| | <p>El Asistente de administración llevara un Informe de todas las compras de mercadería que se realice.</p> | |
| | <p>5. Procedimiento</p> | |
| | <p>ASISTENTE DE ADMINISTRACIÓN</p> | |
| | <p>1. Realiza llamadas a Proveedores de la materia prima vía telefónica.</p> | |
| | <p>2. Informa a Proveedor que estamos interesado en la compra de la mercadería.</p> | |
| | <p>3. Concreta cita con Proveedor.</p> | |
| | <p>4. Visita a Proveedor.</p> | |
| | <p>5. Conoce el tipo de mercadería que está en Venta.</p> | |
| | <p>6. Inspecciona que la mercadería se encuentren en óptimas condiciones. En caso de no estar conforme finaliza la negociación.</p> | |
| | <p>7. Llega acuerdos con la forma de pago, financiamiento y realiza ajuste de precios si se da el caso.</p> | |
| | <p>8. Acepta la compra.</p> | |
| | <p>9. Indica al Proveedor la cantidad de mercadería que se va a comprar.</p> | |
| | <p>10. Realiza un Informe y registra la compra.</p> | |
| | <p>11. Realiza cálculos en informe sobre el valor a pagar por la mercadería.</p> | |
| | <p>12. Informa al Proveedor que realice todos los trámites para la compra.</p> | |
| | <p>13. Recibimos del Proveedor la documentación, Carta de Venta y Nota de Venta original y copia.</p> | |
| | <p>14. Comparo precios de la Nota de Venta contra el Informe.</p> | |
| | <p>15. Entrego al administrador Guía Sanitaria, Nota de Venta, Carta de Venta e Informe para revisión y aprobación.</p> | |
| | <p>ADMINISTRADOR</p> | |
| | <p>16. Recpta documentación, Carta de Venta, Nota de Venta e informe.</p> | |

17. Verifica, Carta de Venta, Nota de Venta e informe. En caso de encontrar algún error vuelve a paso 11.

18. Aprueba con Visto Bueno, C/V, N/V e Informe.

19. Gira Cheques por el valor a pagar en Nota de Venta.

20. Adjunta Cheque, C/V, N/V e Informe y entrega a Asistente los documentos.

ASISTENTE DE ADMINISTRADOR

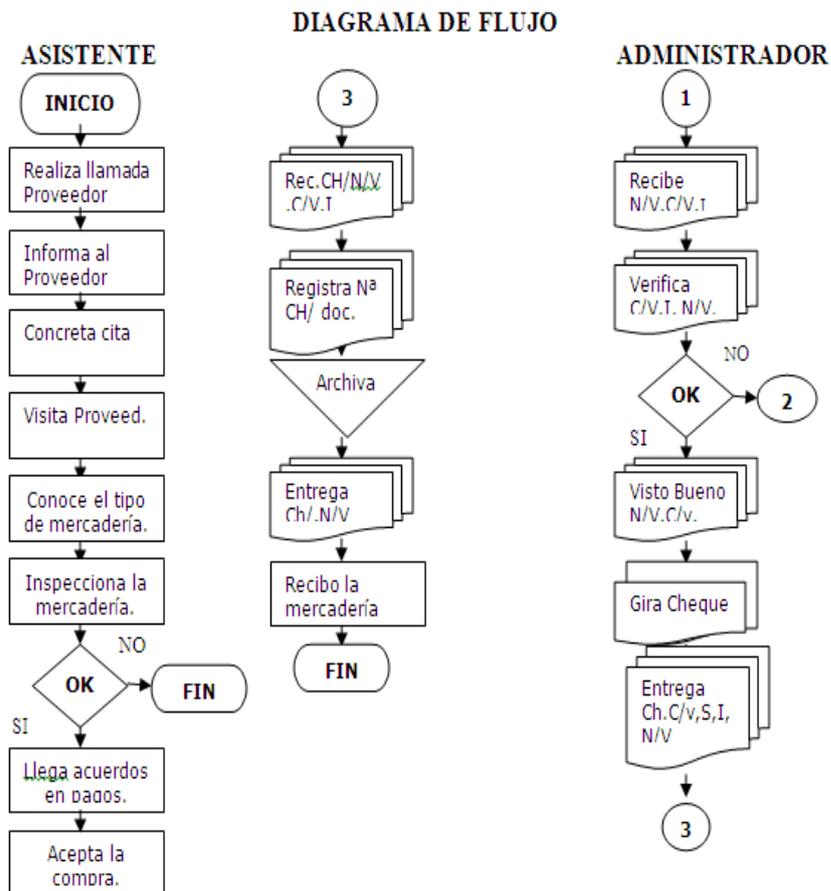
21. Receipta documentación Cheque, C/V, N/V e Informe.

22. Registra el número de Ch/. en Informe, C/V, N/V.

23. Archivo documentación Informe, C/V, N/V original.

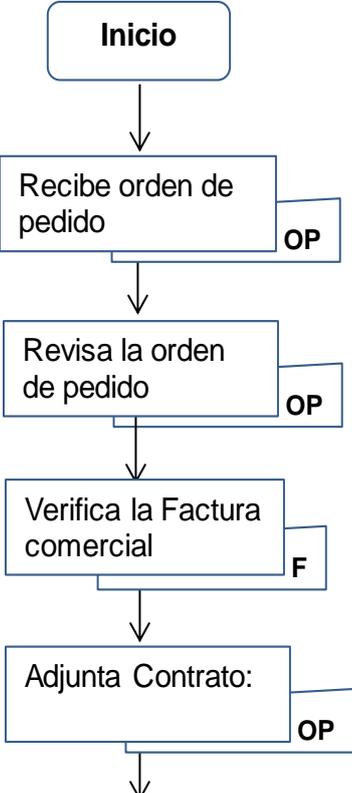
24. Entrego Cheque al Proveedor y copia de Nota de Venta.

25. Recibo la mercadería.



| | | | | |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|---------------|
| | <pre> graph TD A[Indica cantidad de mercadería.] --> B[Realiza Informe] B --> C[Realiza cálculos] C --> D[Informa a Proveedor] D --> E[Recibe, C/V, N/V] E --> F[Compara precio. N/V.] F --> G[Entrega Gte. N7V, C/v, I] </pre> | | | |
| EMITE | APRUEBA | APRUEBA | FECHA: | PÁGINA |

|  | <h1>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</h1> | FUNCIÓN: |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| INICIA: | Recibe orden de pedido: | Pago de |
| TERMINA: | Pago al proveedor. | Proveduría |
| No. | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | <p>1. Objetivo</p> <p>Realizar el pago a proveduría de una forma puntual, y cumplir con nuestras obligaciones.</p> <p>2. Alcance</p> <p>El presente manual comprende el procedimiento y las instrucciones para el pago de la mercadería que ofrece la empresa NIVI, teniendo en cuenta las diferentes formas de pago, y el manejo de documentos involucrados en el proceso.</p> <p>3. Responsabilidades</p> <p>Es responsabilidad del encargado de la empresa de realizar los pagos de acuerdo a los contratos con los proveedores.</p> <p>4. Políticas y normas de control interno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los pagos lo realizara el contador un día hábil antes de la fecha de vencimiento. • Se realizara los pagos en efectivo en ventanilla del Banco. • Archivara la documentacion del pago a proveduria. • El dinero será entregado por el contador previo a una autorización de gerencia. • De no cumplirse con lo dispuesto referente a las fechas de pago a cancelarse el contador será responsable de los intereses por mora y será descontado de su sueldo. <p>5. Procedimiento</p> <p>CONTADOR</p> <p>Recibe orden de pedido: Original y dos copias, debe venir firmada y sellada por la por el administrador</p> | |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>Revisa la orden de pedido: sellada y firmada por la persona autorizada en el visado presupuestario, razón social, cédula jurídica, dirección, número de solicitud o reserva, número de orden de pedido, título, programa, subpartida, descripción período legislatura.</p> | |
| <p>Verifica la Factura comercial: Razón social, cédula jurídica, dirección proveedor, teléfonos, número de factura, autorizadas por la Tributación Directa, con todos los datos o detalles correctos, sin borrones, ni alteraciones, con sellos y firmas de recibido del servicio o bien por parte del almacén o departamento solicitante.</p> | |
| <p>Adjunta Contrato: Debe aportarse copia del contrato establecido originalmente.</p> | |
| <p>Control de entrada o Actas de recepción: Original firmado y sellado por el encargado de bodega brindando la información de orden de pedido, número de reserva o solicitud, cantidad, descripción y monto de lo ingresado. Actas de recepción detallando la orden de pedido, número de reserva o solicitud, etc., firmada por los jefe de ventas.</p> | |
| <p>Pago al proveedor.</p>  <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recibe[Recibe orden de pedido] Recibe --> Revisa[Revisa la orden de pedido] Revisa --> Verifica[Verifica la Factura comercial] Verifica --> Adjunta[Adjunta Contrato:] </pre> | |

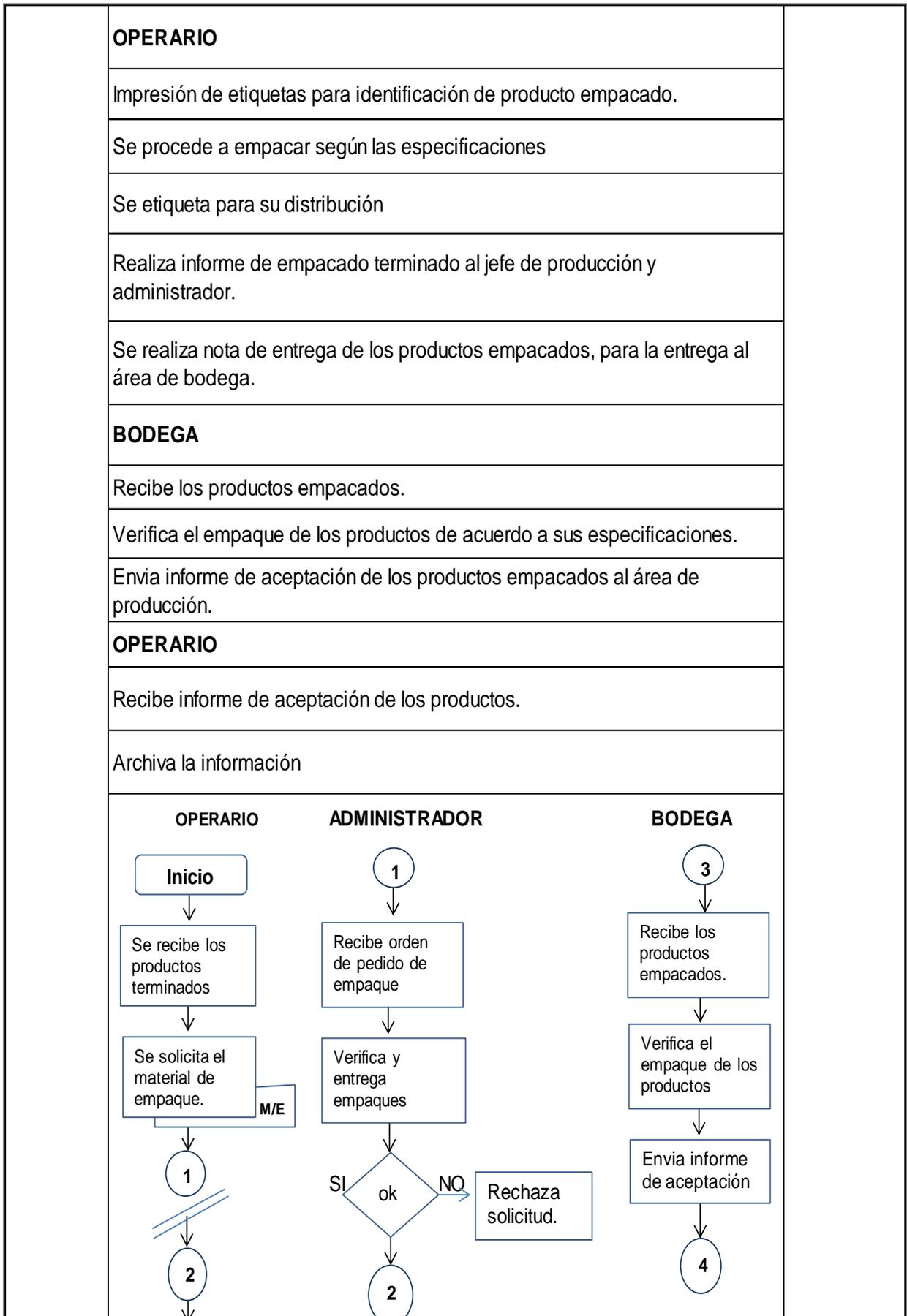
| | | | | |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|---------------|
| | <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Control de entrada o Actas de recepción</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">Pago al proveedor</div> <div style="text-align: center; margin: 5px 0;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 10px; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">FIN</div> </div> | | | |
| EMITE | APRUEBA | APRUEBA | FECHA: | PÁGINA |

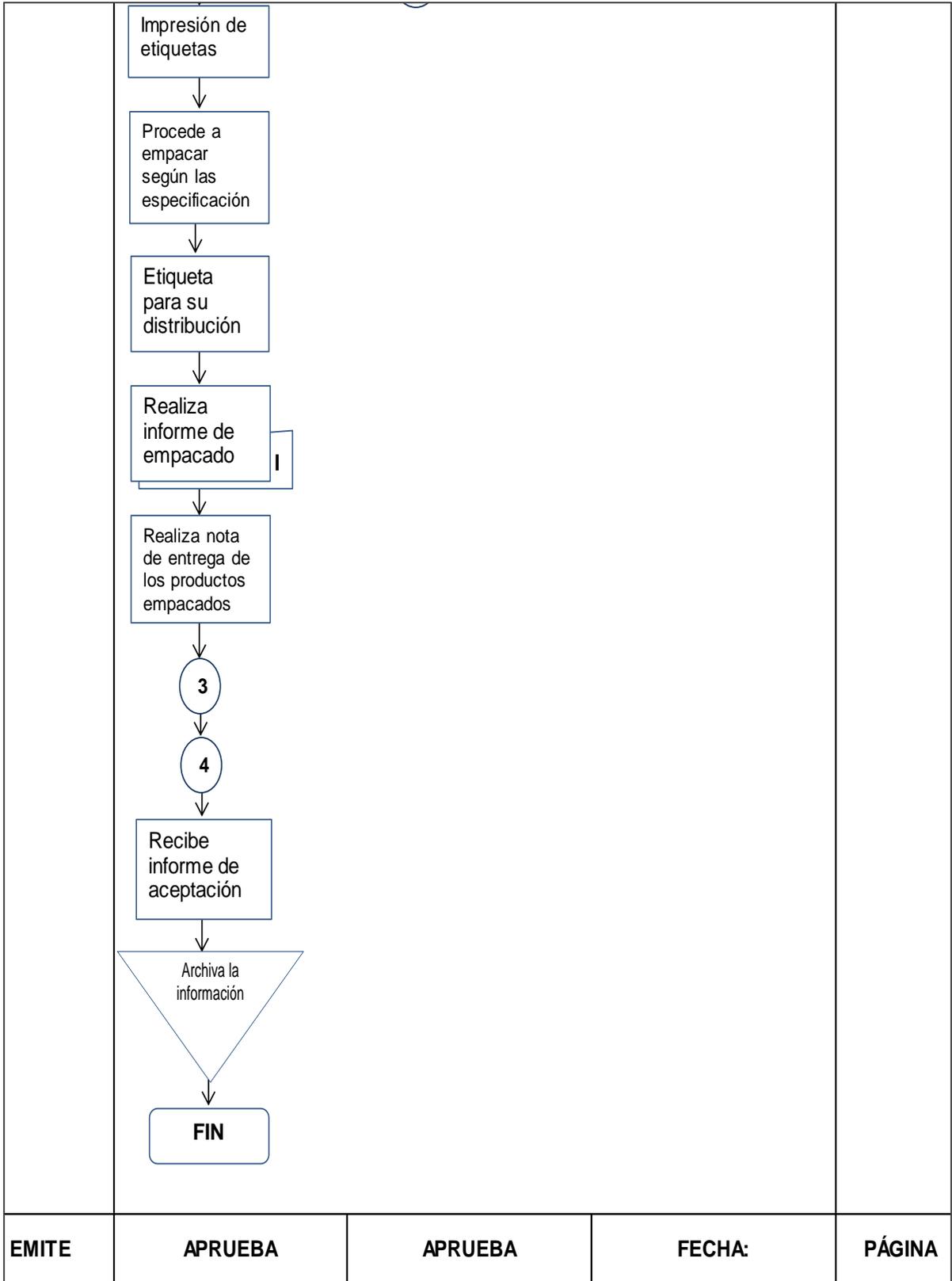
| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|  | <h1>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</h1> | FUNCIÓN: |
| INICIA: | Coordina el corte de las piezas según prenda y modelo seleccionado, de acuerdo al catalogo de diseños. | Elaboración de prendas de vestir |
| TERMINA: | Terminación de las prendas de vestir | |
| No. | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | <p>1. Objetivo</p> <p>Elaborar prendas de vestir con acabdos de calidad.</p> <p>2. Alcance</p> <p>El presente manual comprende el procedimiento de elaborar las prendas de vestir que ofrece la empresa NIVI, teniendo en cuenta las diferentes diseños solicitados por el cliente y las tendencias del mercado.</p> <p>3. Responsabilidades</p> <p>Es responsabilidad del encargado de producción de la empresa de producir de acuerdo a los pedidos y tendencias del mercado.</p> <p>4. Políticas y normas de control interno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empezar la producción teniendo un catálogo de diseños.. • Solicitar los materiales, insumos y materia prima con quince días de anticipación. • Manejar un cronograma de producción y presentarlo por escrito a la administración. • Realizar informe sobre las actividades de producción • De no cumplir con el cronograma de producción se realizara un descuento del 5% del sueldo. <p>5. Procedimiento</p> <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <p>Coordina el corte de las piezas según prenda y modelo seleccionado, de acuerdo al catalogo de diseños.</p> <p>Solicita los materiales, insumos y materia prima a la administración.</p> | |

| | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Identificar los implementos necesarios para el corte de prendas de vestir.</p> | | |
| <p>Interpretar las técnicas y los procedimientos que se utilizan durante el alistado de piezas para prendas de vestir.</p> | | |
| <p>Aplicar las técnicas y procedimientos para el alistado de prendas de vestir de ropa masculina, femenina y de niños y niñas, aplicando las normas de calidad, seguridad e higiene laboral.</p> | | |
| <p>Colocación de los patrones sobre la tela según modelo y prenda Si el corte es individual, los patrones se colocan sobre la tela al revés y doblada a la mitad de su ancho. Sí el corte es industrial y se cortarán numerosas prendas de la misma talla los patrones se colocan abiertos en la tela.</p> | | |
| <p>Marcado de márgenes para costura según modelo y prenda El marcado de márgenes cuando el corte es individual se marca con papel de costura (papel de pasar) y el rodo dejando un margen de costura de 2 a 3 cm más después del patrón en los costados de cada pieza de la prenda a cortar. En las partes de bocamanga y escote de boca sólo se les da 1 cm de costura. Cuando el corte es industrial en los patrones va incluido el margen de costura que es de 1 a 1.5 cm parejo en todo sus contornos a excepción de las partes que llevan ruedo que son a 3 cm de margen.</p> | | |
| <p>Marcado de líneas de costuras en cada pieza de la prenda y sus complementos Las piezas que se marquen deben colocarse derecho con derecho, para que el marcado se haga por el revés y su marcado quede uniforme.</p> | | |
| <p>Confección de los diseños.</p> | | |
| <p>Terminación de las prendas de vestir.</p> | | |
| <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Coordina[Coordina el corte de las piezas] Coordina --> Solicita[Solicita los materiales, insumos y materia prima a la administración.] Solicita --> SP[SP] SP --> 1((1)) style 1 stroke-dasharray: 5 5 1 --> Fin[] </pre> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>ADMINISTRADOR</p> <pre> graph TD 1((1)) --> Recibe[Recibe solicitud de pedido] Recibe --> Aprueba[Aprueba] Aprueba --> Ok{ok} Ok -- SI --> Fin[] Ok -- NO --> Rechaza[Rechaza S.P.] </pre> </td> </tr> </table> | <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Coordina[Coordina el corte de las piezas] Coordina --> Solicita[Solicita los materiales, insumos y materia prima a la administración.] Solicita --> SP[SP] SP --> 1((1)) style 1 stroke-dasharray: 5 5 1 --> Fin[] </pre> | <p>ADMINISTRADOR</p> <pre> graph TD 1((1)) --> Recibe[Recibe solicitud de pedido] Recibe --> Aprueba[Aprueba] Aprueba --> Ok{ok} Ok -- SI --> Fin[] Ok -- NO --> Rechaza[Rechaza S.P.] </pre> |
| <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Coordina[Coordina el corte de las piezas] Coordina --> Solicita[Solicita los materiales, insumos y materia prima a la administración.] Solicita --> SP[SP] SP --> 1((1)) style 1 stroke-dasharray: 5 5 1 --> Fin[] </pre> | <p>ADMINISTRADOR</p> <pre> graph TD 1((1)) --> Recibe[Recibe solicitud de pedido] Recibe --> Aprueba[Aprueba] Aprueba --> Ok{ok} Ok -- SI --> Fin[] Ok -- NO --> Rechaza[Rechaza S.P.] </pre> | |

| | | | | |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------|---------------|
| | <pre> graph TD Start((2)) --> Step1[Identificar los implementos necesarios para el corte de prendas] Step1 --> Step2[Interpretar las técnicas y los procedimientos] Step2 --> Step3[Aplicar las técnicas y procedimientos] Step3 --> Step4[Colocación de los patrones] Step4 --> Step5[Marcado de márgenes] Step5 --> Step6[Marcado de líneas de costuras] Step6 --> Step7[Confección de los diseños.] Step7 --> Step8[Terminación de las prendas de vestir] Step8 --> End([FIN]) Delivery[Entrega materiales, insumos y materia prima.] --> Input((2)) </pre> | | | |
| EMITE | APRUEBA | APRUEBA | FECHA: | PÁGINA |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
|  | <h1>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</h1> | FUNCIÓN: |
| INICIA: | Se recibe los productos terminados. | Empaque de productos finales |
| TERMINA: | Archiva la información | |
| No. | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | 1. Objetivo | |
| | Realizar adecuadamente las actividades de empaque. | |
| | 2. Alcance | |
| | El presente manual comprende el procedimiento de empaque de los productos que ofrece la empresa NIVI, para su posterior distribución. | |
| | 3. Responsabilidades | |
| | Es responsabilidad del encargado de empaque es de acuerdo a las especificaciones del producto, dando cumplimiento a los objetivos planteados. | |
| | 4. Políticas y normas de control interno | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Revisar la carpeta de pedidos para su respectivo empaque. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Solicitar el material de empaque con cuarenta y ocho horas de anticipación. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un cronograma de trabajo. | |
| | 5. Procedimiento | |
| | OPERARIO | |
| | Se recibe los productos terminados | |
| | Se solicita el material de empaque. | |
| | ADMINISTRADOR | |
| | Recibe orden de pedido de empaques | |
| | Verifica y entrega los empaques al área de producción | |





| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
|  | <h1>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</h1> | FUNCIÓN: |
| INICIA: | Elabora remisión de entrega de los productos para la distribución a los clientes. | Distribución de productos finales |
| TERMINA: | Se realiza el envío de los productos por encomiendas de acuerdo a las rutas establecidas. | |
| | | |
| No. | ACTIVIDAD | UNIDAD DE TRABAJO |
| | 1. Objetivo | |
| | Realizar adecuadamente las actividades de distribución de los productos de acuerdo a los requerimientos de los clientes. | |
| | 2. Alcance | |
| | El presente manual comprende el procedimiento de distribución de los productos que se emplea la empresa NIVI. | |
| | 3. Responsabilidades | |
| | Es responsabilidad de los encargados de distribuir los productos a las diferentes zonas de influencia en el cual se encuentra poscionada la empresa. | |
| | 4. Políticas y normas de control interno | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Revisar la carpeta de pedidos para su respectivo empaque. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Solicitar el material de empaque con cuarenta y ocho horas de anticipación. | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar un cronograma de trabajo. | |
| | 5. Procedimiento | |
| | JEFE DE VENTAS | |
| | Elabora remisión de entrega de los productos para la distribución a los clientes. | |
| | Se entrega remisión al administrador para recabar la información del cliente. | |
| | ADMINISTRADOR | |
| | Recibe remisión de entrega y verifica. | |
| | Aprueba documento, para su posterior procedimiento. | |

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| JEFE DE VENTAS | | | | |
| Para la entrega del producto se elabora la remisión tamaño carta, para hacer constar por medio de un registro escrito, la entrega del producto al cliente. | | | | |
| Se establecen rutas de distribución, para la entrega de los productos al cliente | | | | |
| Se realiza el envío de los productos por encomiendas de acuerdo a las rutas establecidas. | | | | |
| <p>JEFE DE VENTAS</p> <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> A[Elabora remisión de entrega.] A --- RE1[R.E] A --> B[Se entrega remisión al] B --- RE2[R.E] B --> C((1)) C --> D((2)) D --> E[Elabora la remisión tamaño carta] E --> F[Se establecen rutas de distribución] F --> G[realiza el envío de los productos por] G --> FIN([FIN]) </pre> | | <p>ADMINISTRADOR</p> <pre> graph TD C1((1)) --> A[Recibe remisión de entrega y verifica.] A --- RE[R.E] A --> B[Aprueba documento] B --> C{ok} C -- SI --> D((2)) C -- NO --> E[Rechaza remisión.] </pre> | | |
| EMITE | APRUEBA | APRUEBA | FECHA: | PÁGINA |

5.7.2. Recursos, Análisis Financiero

A continuación se establecen el costo del diseño e implementación del manual de procedimientos:

Cuadro 41. Análisis financiero

| RUBROS | COSTOS \$ |
|----------------------------------------------------------|------------------|
| Contratación de experto en procedimientos. | 500,00 |
| Impresión del Manual | 550,00 |
| Distribución del Manual | 150,00 |
| Capacitación a colaboradores sobre aplicación del Manual | 500,00 |
| COSTO TOTAL | 1700,00 |

Cálculo del Costo Beneficio:

Para su cálculo se procede a establecer en forma prioritaria las utilidades obtenidas por el negocio en los años 2012, 2013 2014 y las proyecciones para el 2015.

Cuadro 42. Cálculo costo beneficio

| AÑOS | UTILIDADES | INCREMENTOS |
|-------------------|-------------------|--------------------|
| 2012 | 32000,600 | 0,00 |
| 2013 | 34658,290 | 38817,28 |
| 2014 | 36891,200 | 42424,88 |
| 2015 (proyección) | 45687,000 | 57108,75 |

Para el 2015 se proyecta un incremento de utilidades en un 25% en relación al año anterior, como respuesta a la aplicación de los procedimientos establecidos en el

manual, lo que permitirá mejorar la productividad y eficiencia en las PYMES, en este caso en NIVI.

Cuadro 43. Análisis costo beneficio

| Costo – Beneficio: | |
|---------------------------------|------------------|
| Incremento de Utilidad del 2015 | 57108,750 |
| Costo del Manual | 1700,00 |
| Beneficio | 55408,750 |

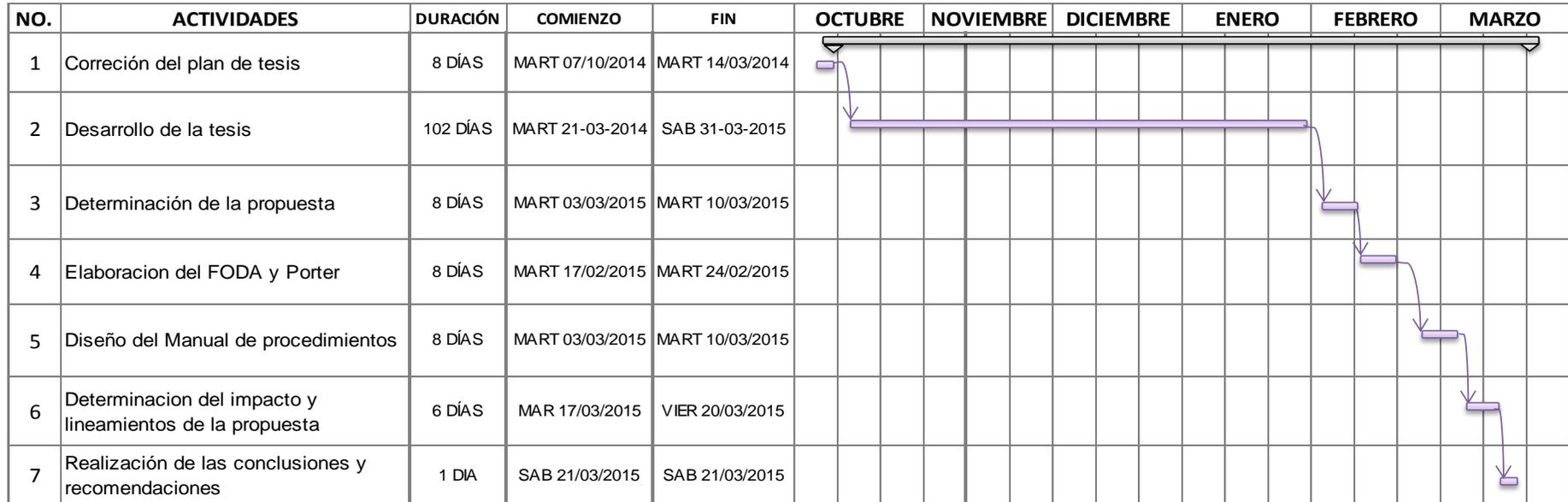
5.7.3. Impacto

El planteamiento de a propuesta tendrá un impacto positivo en las Pymes, de servicios y manufactureras siempre y cuando implementen el manual de procedimientos, por lo especialmente en lo que concierne a la parte económica o inversión. El impacto será de tipo social y económico. A continuación se lo detalla:

A lo que pertenece al aspecto económico, las Pymes verán un acercamiento con sus clientes, una disminución en sus costes de operación y un trabajo más efectivo en el segmento o mercado en el que se concentre; por lo tanto, obtendrá mejores beneficios económicos que les permitirán generar empleo seguro y con mejores salarios, contribuyendo con el desarrollo económico del cantón y proporcionando una mejor calidad de vida a sus colaboradores.

Donde socialmente, los beneficios que se obtendrán serán obtenidos por la población, en este caso los clientes, los mismos que podrán satisfacer sus necesidades y requerimientos más exigentes, sumado a ello la oportunidad de permitir el desarrollo de las actividades económicas que se generan en el cantón, proporcionando oportunidades de empleo.

5.7.3 CRONOGRAMA



| | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--|-----------------------------|--|------------------------|--|
| TEMA: Diseño de un Manual de Procedimientos para las actividades productivas de las PYMES (servicios y manufactureras) del Cantón Milagro | TAREA | | HILO | | TAREAS EXTERNAS | |
| | DIVISIÓN | | RESUMEN | | HILO EXTERNO | |
| | PROGRESO | | RESUMEN DEL PROYECTO | | FECHA LIMITE | |

5.7.4. Lineamientos para evaluar la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se podrá evaluar por medio de indicadores financieros, con el propósito de medir los resultados obtenidos con la implementación de este proyecto, establecido a través de un manual de procedimientos.

Rentabilidad:

$[(\text{Valor final}-\text{valor inicial})/\text{valor inicial}] \times 100 = \text{Rentabilidad total}$

Liquidez:

Ratio de Liquidez = Activo corriente / Pasivo corriente

Apalancamiento o Endeudamiento:

Nivel de endeudamiento = $\frac{\text{Total de Pasivo}}{\text{Total de Activo}} \times 100\%$

Solvencia

Ratio de Solvencia= $\frac{\text{Activo no corriente} + \text{Activo corriente}}{\text{Pasivo no corriente} + \text{Pasivo corriente}}$

Capital

Activos circulantes - Pasivos circulantes.

Margen de Utilidad:

Margen bruto= $\frac{\text{Utilidad bruto}}{\text{Ventas Netas}}$

CONCLUSIONES

Para las Pymes del Cantón Milagro durante el presente periodo están manejando procesos productivos deficientes sin aplicar los beneficios que actualmente ofrecen la nueva matriz productiva.

Los productos y servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro no manejan un alto nivel de competitividad como respuesta a no poseer procedimientos de trabajo que les permita mejoras en el aspecto productivo por lo tanto desconocen los beneficios que tienen la matriz productiva sobre los sectores que se están priorizando para el desarrollo de la economía.

Actualmente las PYMES del Cantón Milagro reciben apoyo por parte del gobierno uno de esos grandes apoyos son las política de sustitución de importaciones que se encuentran plasmada en la nueva matriz productiva y las actuales salvaguardas que se están aplicando para determinados productos importados.

La tecnología de las PYMES de nuestro Cantón s incipiente esto está incidiendo en mantener un nivel de productividad bajo sin estar aprovechando los incentivos de la nueva matriz productiva para poder incorporar factores tecnológicos dentro de la producción.

Las etapas de producción carecen de procedimientos que les permita trabajar de forma organizada, sistematizada, es decir; con cohesión por lo tanto no acogen el marco legal de apoyo que encuentran en la matriz productiva, que actualmente rige la economía de nuestro país.

RECOMENDACIONES

Es importante que las PYMES del Cantón Milagro manejen sistematizadamente sus procesos por lo tanto se recomienda el diseño e implementación de manuales de procedimientos que las lleve a fortalecer sus procesos productivos.

Se debe manejar un valor agregado dentro de los productos y servicios por lo tanto se recomienda estar al día sobre lo que establece la nueva matriz productiva y el apoyo que se brinda a los sectores priorizados dentro de la producción.

Las PYMES del Cantón Milagro deberán mejorar su gestión de calidad a fin de ofrecer productos que satisfagan los requerimientos del mercado interno, aprovechando así la disminución de competencia extranjera como respuesta a la política de sustentación de importaciones, que ha implementado el actual gobierno.

Se recomienda que las PYMES accedan a la tecnología productiva a través de apalancamiento sobre todo acogiendo a los incentivos generales que están plasmados en la nueva matriz productiva, donde se deja claro el apoyo del sistema financiero estatal para este tipo de negocios.

Es importante que las PYMES de nuestro Cantón manejen sus etapas de producción de una forma sistematizada y acogiendo el marco legal que rigen en nuestro país.

BIBLIOGRAFIA

- ALVAREZ, Franklin. (2014). *Incidencia de la estructura organizacional en la productividad y competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa del sector gráfico afiliado a la cámara de la pequeña industria de pichincha (CAPEIPI)*. Obtenido de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/180/1/IAEN-001-2009.pdf>
- ANDRADE, WILSON. (2011). *INSTRUCTIVO PARA LA ELABORACION DE LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES*. Recuperado el 2015, de <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/pdf/documentos/instructivo.doc>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2013). *Cambios en la generacion en relacion a esta política de importaciones*. Recuperado el 24 de 11 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/por-que-sustituir-importaciones.html>
- BLAZQUEZ SANTAN, F. (2011). *FACTORES DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL*. Bogota: July.
- BRON RUEDA, YORLIN EDULFO. (16 de Enero de 2013). “*DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE MARKETING PARA LA EMPRESA APACSA CANTON MACHALA DURANTE EL AÑO 2011*”. Recuperado el 04 de DICIEMBRE de 2013, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/976/1/T-UTMACH-FCE-MK-026.pdf>
- CASICARAGA, P. (2011). *SECTOR MANUFACTURA*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/definicion-industria-manufacturera-hechos_468130/
- CASTRO, A. C. (1975).
- CATACORA, F. (1997).
- CELY, Nathalie. (2013). *Qué tipo de incentivos propone la matriz productiva*. Recuperado el 22 de 11 de 2014, de [http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva\[1\].pdf](http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva[1].pdf)
- CENSO NACIONAL ECONOMICO. (2010). Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11956/6/6%20CAPITULO%202.doc>
- CHAVARRÍA, M. (2009). *FACTORES QUE LLEVAN A LA COMPETENCIA DEL MERCADO*. Recuperado el 18 de Junio de 2014, de

http://www.ideasparapymes.com/contenidos/mercadotecnia_investigacion_mercados_qualitativa_quantitativa_pymes.html

DEFINICION. (2010). *COMPETENCIA*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de <http://concepto.de/concepto-de-competencia/>

DEMOCRITO. (2005).

DESCARTES, R. (1975).

DUVERGER. (1978).

ELIAS, A. (2010). *COMO HACER FRENTE A LA COMPETENCIA*. Recuperado el 2014, de <http://www.crecenegocios.com/como-hacer-frente-a-la-competencia/>

ENGENIUM.COM. (2012). *Problemas que actualmente enfrentan las PYMES*. Recuperado el 16 de 11 de 2014, de <http://www.engenium.com.mx/8-problemas-comunes-en-las-p>

GARCIA, Lucia. (05 de Mayo de 2009). *QUE SON LOS COMPETIDORES*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de <http://www.revistalaocaloca.com/2009/05/economia-competidores-empresa/>

GIRALDO, J. (2010). *SECTOR COMERCIO*. Recuperado el 2014, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/eco/comeco.htm>

INDUSTRIAS.GOB.EC. (2012). *Actividades de las PYMES en el ecuador*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de <http://www.industrias.gob.ec/ministerio-de-industrias-destaca-actividad-de-las-pymes-en-la-economia-ecuatoriana/>

KUME, Arturo. (2012). *Ventajas de las PYMES*. Recuperado el 18 de 11 de 2014, de <http://www.crecenegocios.com/las-ventajas-de-las-pymes/>

LAZARO, A. Y. (1987). *MANUAL DE ORIENTACION ESCOLAR Y TUTORIA*.

LIMON, R. L. (2006).

LOUBET OROZCO, Roxana. (s.f.). Recuperado el 2014, de <http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html>

LUNA OSORIO, Luis. (29 de Abril de 2013). *EL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA DEL ECUADOR Y SU EFECTO EN EL COMERCIO EXTERIOR*. Recuperado el 2014, de http://bloguisrael.blogspot.com/2013_04_01_archive.html

MALDONADO,Jose. (2012). *propone la nueva matriz productiva en elacion a esta politica*. Recuperado el 26 de 11 de 2014, de

<http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/151000008ad7e055-0fd4-4352-a7bf-e69768f7f3d1>

MEJIA VELASQUEZ, Karol. (2013). *El programa produce pyme del ministerio de industrias y productividad y su impacto en las unidades productivas artesanales del cantón Portoviejo en la provincia de Manabí 2010-2012*. Obtenido de <http://repositorio.utm.edu.ec/bitstream/123456789/10447/1/TESIS%20PROYE CTO%20PRODUCE%20PYME%20PALABRAS%20CLAVES.pdf>

MEJÍA, Miguel. (2010). *HISTORIA DE LAS VENTAS*. Recuperado el 8 de Octubre de 2012, de <http://mercadeocreativo.wordpress.com/?s=Historia+de+las+ventas>

MEJIA, Miguel. (08 de 10 de 2012). *Historia de las ventas*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de <http://mercadeocreativo.wordpress.com/?s=Historia+de+las+ventas>

MORALES, D. (2012). *Tipos de pymes en el ecuador*. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/11956/6/6%20CAPITULO%202.doc>

NARVAEZ, M. (2008). *ESTRATEGIAS COMPETITIVAS PARA FORTALECER SECTORES DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN EL MERCADO GLOBAL. DE GERENCIA*, 13.

OAS.ORG. (2012). *Definicion de sectores productivos*. Recuperado el 17 de 11 de 2014, de <http://www.oas.org/USDE/publications/Unit/oea30s/ch019.htm>

PALELLA, S., & MARTINS, F. (2010). *PLANIFICACION DE PROYECTOS*.

PEDREÑO, R. (2011). *ELEMENTOS QUE HACEN A UNA EMPRESA SER COMPETITIVA*. Recuperado el 2014, de <http://empresa.euroresidentes.com/2011/10/cmo-hacer-una-empresa-ms-competitiva.html>

PEREIRA, ANA. (2014). *Oferta de mercado*. Recuperado el 11 de 12 de 2014, de http://es.over-blog.com/Tecnicas_de_marketing_para_publicar_una_oferta_de_productos-1228321767-art381349.html

PEREZ, Prieto. (2007). *SURGIMIENTO DE LAS PYMES*. Maracaibo: Revista Venezolana de gerencia v. 12 n. 39.

PLANIFICACION.GOB.EC. (2013). *Las empresas publicas impulsaran el cambio de la matriz productiva*. Recuperado el 11 de 11 de 2014, de www.planificacion.gob.ec/tag/matriz/

- PLANIFICACION.GOB.EC. (2013). *Sectores priorizados de la matriz productiva*. Recuperado el 16 de 11 de 2014, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- PLANIFICACION.GOB.EC. (2013). *Senplades resalta papel de la transformación de la matriz productiva en foro de la CFN*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de www.planificacion.gob.ec/tag/matriz/
- REGISTRO OFICIAL. (29 de Diciembre de 2010). *CODIGO DE LA PRODUCCION*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2014, de <http://ecuadorencolombia.hostingsiteforfree.com/files/codigoproduccion.pdf>
- REGISTRO OFICIAL, SUPLEMENTO 418. (2009). *LEY DE GESTION AMBIENTAL*,. Recuperado el 15 de Diciembre de 2014, de <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- REVISTA EKONEGOCIOS.COM. (2012). *Las pymes, un segmento estratégico para Ecuador*. Recuperado el 19 de 11 de 2014, de <http://ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1217>
- REVISTA INDUSTRIA. (2009). *LAS MEDIDAS ECONÓMICAS EN EL GOBIERNO DE RAFAEL CORREA: EVALUACIÓN Y PERSPECTIVAS PARA EL FUTURO*. Recuperado el 23 de 11 de 2014, de http://www.ieep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1725&catid=31:desarrollo-economico&Itemid=101
- REVISTA PERSPECTIVA. (2013). *Situación competitiva de las PYMES*. Recuperado el 21 de 11 de 2014, de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/138-febrero-2006/736-analisis-y-ranking-de-pymes>
- REY, Pedro. (2014). *Definición de incentivos económicos*. Obtenido de <http://www.uab.cat/web?cid=1096481466568&pagename=UABDivulga%2FPa ge%2FTemplatePageDetallArticleInvestigar¶m1=1339484281074>
- ROMERO, Jorge. (2010). *SECTOR COMERCIAL*. Recuperado el 12 de Junio de 2014, de <http://herzog.economia.unam.mx/lecturas/inac3/romeroaj.pdf>
- ROSETO, Luis. (2013). *Cambio de la Matriz Productiva*. Recuperado el 21 de 11 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/cambio-de-la-matriz-productiva-i.html>
- SALKIND, N. (2000). *Metodología para la Investigación*.
- SAMPIERI, H. (2006).
- SAMPIERI, R. H. (1996).

SAMPIERI, R. H. (2010). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION*.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2. (2013-2017). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR*.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *La agregación de valor en la producción*. Recuperado el 22 de 11 de 2014, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

SENPLADES. (2013). *Transformación de la Matriz Productiva*. Recuperado el 22 de 11 de 2014, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

SENPLADES. (2013). *Transformación de la Matriz Productiva*. Recuperado el 22 de 11 de 2014, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

SRI. (2012). *PYMES en el Ecuador*. Recuperado el 12 de 11 de 2014, de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

TELEGRAFO.COM.EC. (2013). *Pequeños negocio gran potencial*. Recuperado el 05 de 07 de 2014, de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/masqmenos/item/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes.html>

TOBAR, LISSETE & HURTADO, Carlos. (2010). *PROPUESTA PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE*. Recuperado el 30 de Diciembre de 2013, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1109/1/T-UCE-0005-144.pdf>

TRESPALACIOS, V. Y. (2005). *investigacion de mercado*.

TRUJILLO DIAZ, Marlon. (2013). *Análisis, diseño e implementación de un sistema de planificación de procesos productivos para pymes de textiles y confecciones*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4719/TRUJILLO_MARLON_SISTEMA_PLANIFICACION_PROCESOS_PRODUCTIVOS_PYMES_CONFECCIONES.pdf?sequence=4

ANEXOS

ANEXO 1. MODELO DE ENCUESTA



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,
PROYECTO DE TESIS**

La presente encuesta se la realiza con el objetivo de recopilar información suficiente sobre el fortalecimiento de los procesos productivos de las PYMES del Cantón Milagro, datos que ayudarán a encaminar y definir la factibilidad de este proyecto

ES IMPORTANTE QUE LA INFORMACION SUMINISTRADA SEA CIERTA Y VERDADERA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS O ADMINISTRADORES DE LAS PYMES DEL CANTÓN MILAGRO

1 Nombre / Razón Social

| |
|--|
| |
|--|

2 RUC / Cédula

| |
|--|
| |
|--|

3 Dirección

| |
|--|
| |
| |

4 Teléfonos

| |
|--|
| |
|--|

5. Su nivel de conocimiento sobre la nueva matriz productiva y su incidencia en las PYMES, es:

| | |
|----------|--|
| Alto | |
| Medio | |
| Indeciso | |
| Bajo | |
| Nulo | |

6. Considera usted que sus procesos productivos son débiles frente a sus competidores, esto en un nivel:

| | |
|----------|--|
| Alto | |
| Medio | |
| Indeciso | |
| Bajo | |
| Nulo | |

7. ¿Considera usted que sus procesos productivos se verán mejorados el apoyo del gobierno?

| | |
|-------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Indeciso | |
| En desacuerdo | |
| Muy en Desacuerdo | |

8. ¿Considera usted que sus procesos productivos se verán mejorados exigencias del mercado?

| | |
|-------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| De acuerdo | |
| Indeciso | |
| En desacuerdo | |
| Muy en Desacuerdo | |

11. El efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus actividades es:

| | |
|--------------|--|
| Muy positivo | |
| Positivo | |
| Indeciso | |
| Regular | |
| Malo | |

9. ¿Los productos/servicios que comercializa actualmente están relacionados con las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno, para los cambios productivos del país?

| | |
|-------------------|--|
| Muy Deacuerdo | |
| De acuerdo | |
| Indeciso | |
| En desacuerdo | |
| Muy en Desacuerdo | |

12. Su nivel de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva y que impulsa el gobierno a favor de las PYMES, es:

| | |
|----------|--|
| Alto | |
| Medio | |
| Indeciso | |
| Bajo | |
| Nulo | |

10. ¿La política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro.?

| | |
|----------|--|
| Alto | |
| Medio | |
| Indeciso | |
| Bajo | |
| Nulo | |

13. ¿Considera que la política de sustentación de importaciones llevará a las PYMES a cambiar o renovar su oferta productiva?

| | |
|-------------------|--|
| Muy de acuerdo | |
| Deacuerdo | |
| Indeciso | |
| En desacuerdo | |
| Muy en Desacuerdo | |

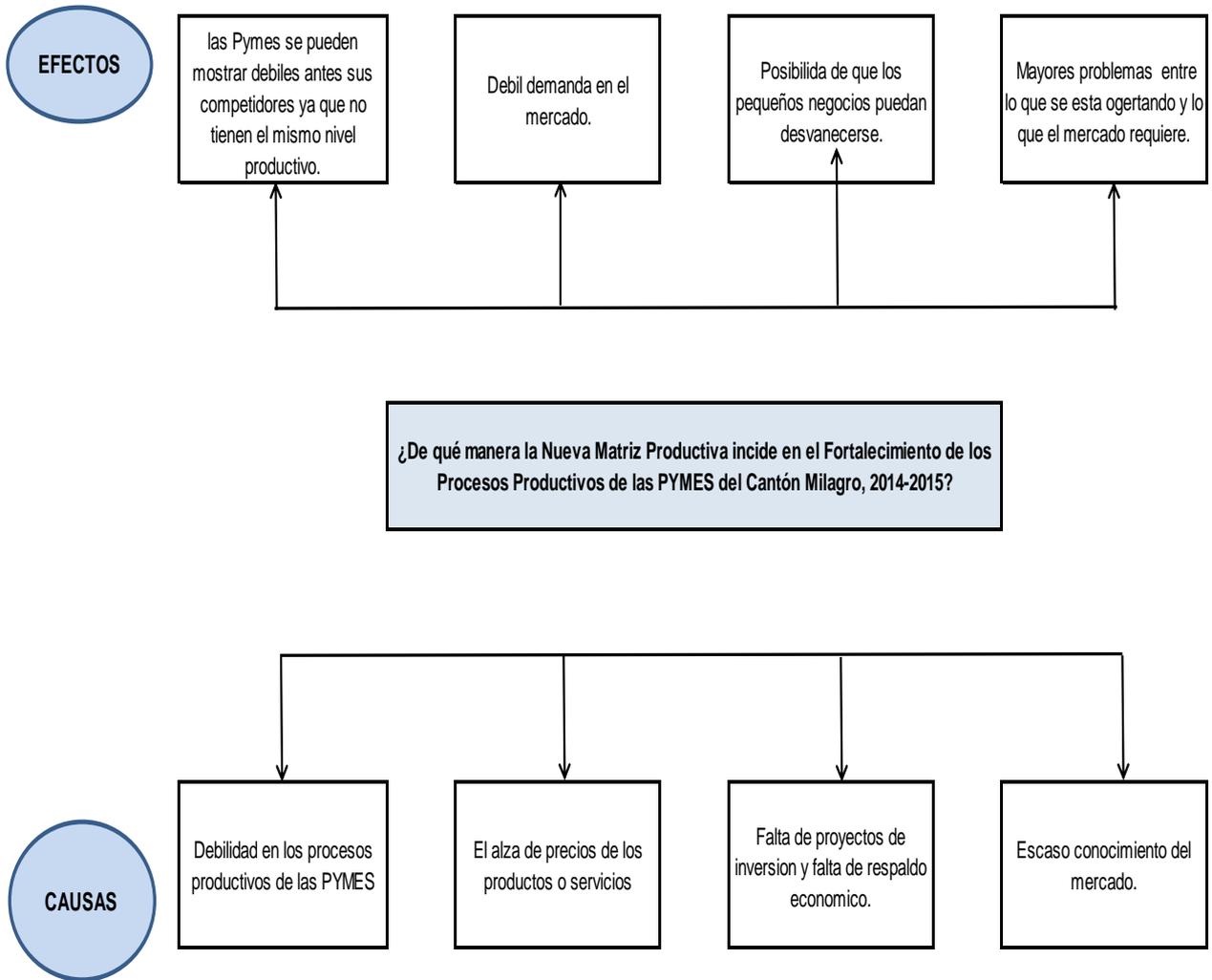
ANEXO 2. ENTREVISTA DE SENPLADES

ENTREVISTA A SENPLADES

1. ¿Cuál es el objetivo de la nueva matriz productiva?
2. ¿De qué forma la nueva matriz productiva permitirá fortalecer los procesos productivos de las PYMES milagreñas?
3. ¿Cuáles son los sectores priorizados por la nueva matriz productiva?
4. ¿Qué mecanismos está aplicando el gobierno para que las empresas, en este caso las PYMES prioricen esos sectores productivos?
5. ¿En qué consiste la política de sustitución de importaciones?
6. ¿Cómo influirá la política de sustitución de importaciones en la producción de las PYMES, especialmente las milagreñas?
7. ¿Cuáles son los incentivos generales planteados en la nueva matriz productiva del país?
8. ¿A qué se refiere la nueva matriz cuando menciona a la tecnología productiva?
9. ¿Cómo plantea la nueva matriz productiva el acceso a esta tecnología productiva por parte de las PYMES?
10. ¿Cuáles son los principales cambios de tipo legal que plantea la nueva matriz productiva?
11. ¿De qué forma la nueva normativa legal apoya a las etapas de producción de las PYMES?
12. ¿Cómo influye la normativa legal en la etapa de comercialización?

ANEXO 3. ARBOL DE PROBLEMAS

ÁRBOL DE PROBLEMAS



ANEXO 4. MATRIZ INTEGRADORA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

| PROBLEMA | FORMULACIÓN | OBJETIVO GENERAL | HIPÓTESIS GENERAL | VARIABLES | | INDICADOR | TÉCNICAS E INSTRUMENTOS | INSTRUMENTO |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | INDEPENDIENT | DEPENDIENTES Y | | | |
| La Nueva Matriz Productiva y su incidencia en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro | ¿De qué manera la Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015? | Determinar de qué manera la Nueva Matriz Productiva incide en el Fortalecimiento de los Procesos Productivos de las PYMES del Cantón Milagro, 2014-2015, con la aplicación de una investigación que aplique técnicas de recolección de datos de primer orden, para aportar al sector productivo de la zona. | La escases de mercado para la materia orgánica incrementa los niveles desperdicios de desechos orgánicos por parte de los cacaoteros de Milagro | Matriz Productiva | Fortalecimiento de los Procesos Productivos | Análisis de resultados. Estrategias. Organización. Planificación. Organismos como el Senplades. Mecanismos aplicables | ENCUESTA CUESTIONARIO | ¿Su nivel de conocimiento sobre la nueva matriz productiva y su incidencia en las PYMES? ¿Considera usted que sus procesos productivos son débiles frente a sus competidores? ¿Considera usted que sus procesos productivos se verán mejorados con el apoyo del gobierno? |
| SUBPROBLEMAS | SISTEMATIZACIÓN | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPOTESIS PARTICULARES | VARIABLES INDEPENDIENT | DEPENDIENTES Y | INDICADOR | TECNICAS | ITEMS O PREGUNTAS |
| Los tipos de productos y servicios ofertados por las PYMES se caracterizan por ser tradicionales, no cubrir segmentos diferenciados y a su vez estar en desventaja de competir con empresas más relevantes que ofrecen diferenciación en valor agregado o en precio, lo que las ha llevado a perder clientes y a sumar nueva demanda que las fortalezca y permita su crecimiento. | ¿Cómo los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro? | Establecer cómo los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro. | Los sectores priorizados por la matriz productiva influyen en los tipos de productos/servicios ofertados por las PYMES del Cantón Milagro. | Sectores priorizados | Oferta de productos/servicios | Política pública. Matriz Productiva. Plan de promociones | ENCUESTA CUESTIONARIO | ¿El tipo de productos/servicios que actualmente oferta está acorde a las exigencias del mercado? ¿Los productos/servicios que comercializa actualmente están relacionados con las nuevas estipulaciones y requerimientos del gobierno, para os cambios productivos del país? |
| Tradicionalmente el país se ha conocido por exportar materia prima, con una escasa contribución del talento humano ya que el Ecuador mantiene un gran número de importaciones de productos elaborados, que si bien es cierto se ayudaba al crecimiento del país, esto como resultado de una nao de obra poco especializada y sin formación para agregar valor a la producción. | ¿En qué medida la política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro? | Analizar en qué medida la política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro. | La política de sustentación de importaciones influye en la producción de las PYMES del Cantón Milagro. | Política de sustentación de importaciones | Producción | Medidas políticas económicas. Índices de rentabilidad | ENCUESTA CUESTIONARIO | ¿Su nivel de conocimiento acerca de la política de sustentación de importaciones? ¿El efecto que la política de sustentación de importaciones ha tenido en sus actividades? ¿Considera que la política de sustentación de importaciones llevará a las PYMES a cambiar o renovar su oferta productiva? |
| La dependencia de la economía nacional se ha dado a base de la agricultura, olvidando el factor productivo y obviando el llegar a la industrialización del país, como respuesta a una falta de incentivos e impulsos de la política fiscal y crediticia que promueva la tecnificación, la misma que es escasa en las pequeñas empresas e incipiente en las medianas, poniéndolas en desventaja para competir en mercados internacionales e incluso en el nacional frente a los productos importados. | ¿De qué forma los incentivos generales planteados en la matriz productiva inciden en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro? | Examinar de qué forma los incentivos generales planteados en la matriz productiva incide en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro. | Los incentivos generales planteados en la matriz productiva inciden en la tecnología productiva de las PYMES del Cantón Milagro. | Incentivos generales | Tecnología productiva | Productividad laboral. Mecanismos tecnológicos | ENCUESTA CUESTIONARIO | ¿Su nivel de conocimientos sobre los incentivos que plantea la matriz productiva y que impulsa el gobierno a favor de las PYMES? ¿Considera usted que su PYME posee y trabaja con tecnología productiva en un nivel? ¿Sabe usted en forma precisa, cuáles son los incentivos que da el gobierno a las PYME para que estas accedan a la tecnología productiva? |
| El marco legal que ha venido rigiendo en nuestro país no contemplaba el impulso a los pequeños y medianos negocios, se centraba en las empresas de gran tamaño e importancia, esto no permitía el desarrollo de nuevas industrias y detenía el desarrollo a nivel local, especialmente de ciudades menos importantes por su tamaño y capacidad para generar empleo. | ¿De qué manera el marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro? | Indagar de qué manera el marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro. | El marco legal de la matriz productiva apoya a las etapas de producción de las PYMES del Cantón Milagro. | Marco legal | Etapas de producción | Normas Leyes Reglamentos. Planificación | ENCUESTA CUESTIONARIO | ¿En qué nivel conoce usted la nueva normativa legal que rige a las PYMES? ¿Considera usted que trabajar con eficiencia requiere que las etapas de producción sean favorecidas con incentivos fiscales y legales? |

ANEXO 5. FOTOS DE LA ENCUESTAS

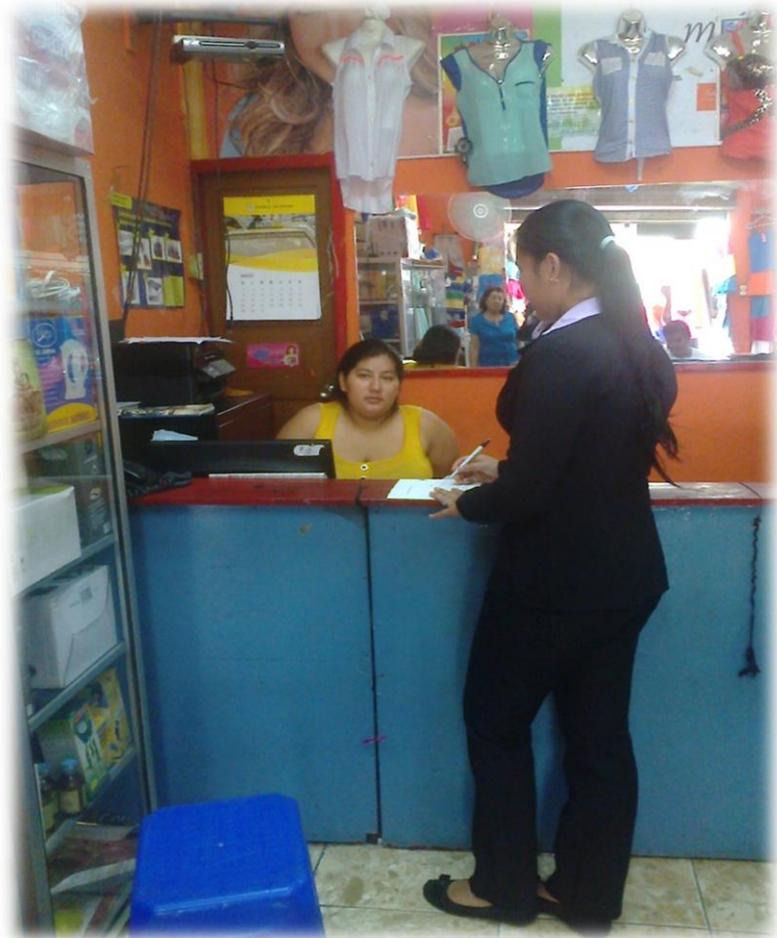
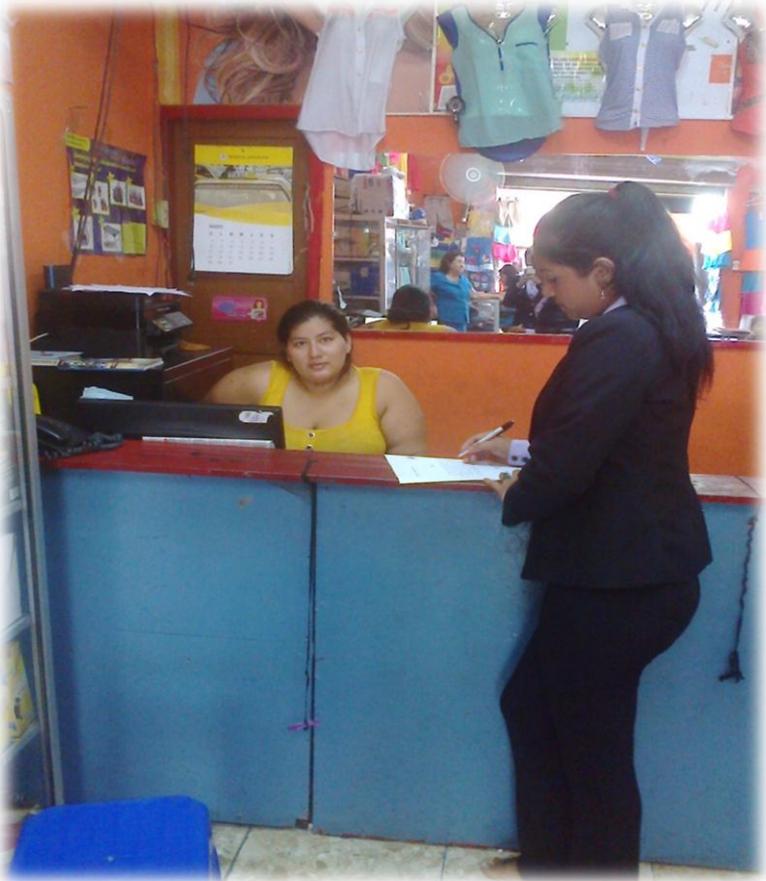




ANEXO 6. FOTOS DE LA PYME NIVI



ANEXO 7. FOTOS CON LA ADMINISTRADORA DE LA PYME NIVI



ANEXO 8. CERTIFICADO DE NIVI

Milagro, 27 de Diciembre del 2014



Certificación

En la calidad de Administrador de la PYME "NIVI" certifico que las Srtas. Jeniffer Karolina Márquez Aristega y Andrea Viviana Morales Barros recibieron de mi parte la colaboración para dar cumplimiento al desarrollo de su Tesis de Grado denominada "La Nueva Matriz Productiva y su incidencia Fortalecimiento de los procesos productivos de las PYMES del Cantón Milagro periodo 2014-2015" cumpliendo así con la responsabilidad social que me caracteriza como responsable persona de negocio del cantón Milagro.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad, a quien corresponda, para que se haga uso del documento, específicamente con fines académicos.

VERONICA MUÑOZ
120480278-7

ANEXO 9. ENTREVISTA A SENPLADES

